Diese Bekanntmachung auf der TED-Website: http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:131351-2013:TEXT:DE:HTML

D-Berlin: Öffentlichkeitsarbeit
2013/S 078-131351

Auftragsbekanntmachung

Dienstleistungen

Richtlinie 2004/18/EG

Abschnitt I: Öffentlicher Auftraggeber

I.1) **Name, Adressen und Kontaktstelle(n)**

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Glinkastr. 24
Kontaktstelle(n): Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, 50964 Köln
Zu Händen von: Frau Claßen-Sielaff
10117 Berlin
DEUTSCHLAND
Telefon: +49 22136734267
E-Mail: zentrale-beschaffung@bafza.bund.de
Fax: +49 22136734664

Internet-Adresse(n):

Hauptadresse des öffentlichen Auftraggebers: www.bmfsfj.de

Weitere Auskünfte erteilen:

Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ
Sibille-Hartmann-Str. 2-8
Zu Händen von: Frau Claßen-Sielaff
50969 Köln
DEUTSCHLAND
Telefon: +49 22136734267
E-Mail: zentrale-beschaffung@bafza.bund.de
Fax: +49 22136734664

Ausschreibungs- und ergänzende Unterlagen (einschließlich Unterlagen für den wettbewerblichen Dialog und ein dynamisches Beschaffungssystem) verschicken:

Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ
Sibille-Hartmann-Str. 2-8
Zu Händen von: Frau Claßen-Sielaff
50969 Köln
DEUTSCHLAND
Telefon: +49 22136734267
E-Mail: zentrale-beschaffung@bafza.bund.de
Fax: +49 22136734664

Angebote oder Teilnahmeanträge sind zu richten an:

Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ

Sibille-Hartmann-Str. 2-8
Zu Händen von: Frau Claßen-Sielaff
50969 Köln
DEUTSCHLAND
Telefon: +49 22136734267
E-Mail: zentrale-beschaffung@bafza.bund.de
Fax: +49 22136734664

I.2) **Art des öffentlichen Auftraggebers**

Ministerium oder sonstige zentral- oder bundesstaatliche Behörde einschließlich regionaler oder lokaler Unterabteilungen

I.3) **Haupttätigkeit(en)**

Sonstige: Familie, Senioren, Frauen und Jugend

I.4) **Auftragsvergabe im Auftrag anderer öffentlicher Auftraggeber**

Der öffentliche Auftraggeber beschafft im Auftrag anderer öffentlicher Auftraggeber: nein

Abschnitt II: Auftragsgegenstand

II.1) **Beschreibung**

II.1.1) **Bezeichnung des Auftrags durch den öffentlichen Auftraggeber:**

Informations- und Öffentlichkeitskampagne zum Ausbildungs- und Beschäftigungsbereich der Altenpflege im Rahmen der Ausbildungs- und Qualifizierungsoffensive Altenpflege

II.1.2) **Art des Auftrags und Ort der Ausführung, Lieferung bzw. Dienstleistung**

Dienstleistungen
Dienstleistungskategorie Nr 13: Werbung
Hauptort der Ausführung, Lieferung oder Dienstleistungserbringung: Berlin.
NUTS-Code DE300

II.1.3) **Angaben zum öffentlichen Auftrag, zur Rahmenvereinbarung oder zum dynamischen Beschaffungssystem (DBS)**

Die Bekanntmachung betrifft einen öffentlichen Auftrag

II.1.4) **Angaben zur Rahmenvereinbarung**

II.1.5) **Kurze Beschreibung des Auftrags oder Beschaffungsvorhabens**

Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend beabsichtigt, Aufbau, Durchführung und Begleitung einer Informations- und Öffentlichkeitskampagne zum Ausbildungs- und Beschäftigungsbereich der Altenpflege als Dienstleistungsauftrag im Wege des Verhandlungsverfahrens mit vorheriger öffentlicher Aufforderung zur Teilnahme zu vergeben.
Grundlage der Kampagne ist die Vereinbarung VIII.1 der von rund 30 Partnern am 13.12.2012 unterzeichneten „Ausbildungs- und Qualifizierungsoffensive Altenpflege“. Mit dieser starken Gemeinschaftsinitiative zur Sicherung der Fachkräftebasis in der Altenpflege stellen sich die verantwortlichen Akteure den demografisch bedingten Herausforderungen für das Ausbildungs-, Berufs- und Beschäftigungsfeld der Altenpflege vor dem Hintergrund des bereits heute in dieser Branche bestehenden Fachkräftemangels. Der Vereinbarungstext kann bei der Vergabestelle in elektronischer Form angefordert oder unter www.bmfsfj.de abgerufen werden.
Partner der Offensive sind neben dem federführenden Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales, dem Bundesministerium für Gesundheit und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung die korrespondierenden vier Fachministerkonferenzen der Länder (ASMK, JFMK, GMK und KMK), die Bundesagentur für Arbeit, die Wohlfahrtsverbände, die Verbände der privaten Einrichtungsträger, die Berufs- und Fachverbände der Altenpflege, die

Kostenträger, die Bundesvereinigung der kommunalen Spitzenverbände, die Gewerkschaft ver.di sowie die Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege.
Ziel der Ausbildungsoffensive ist es, auf der Grundlage einer Vielzahl gemeinsamer Vereinbarungen über zehn verschiedene Handlungsfelder insbesondere die Ausbildungszahlen in der Altenpflege während der Laufzeit der Offensive bis zum 31.12.2015 stufenweise um jährlich zehn Prozent zu steigern, Nachqualifizierungen verstärkt durchzuführen und die Attraktivität des Berufs- und Beschäftigungsfeldes insgesamt zu erhöhen.
Als ein Teil der „Ausbildungs- und Qualifizierungsoffensive Altenpflege“ ist im Handlungsfeld VIII eine intensive Öffentlichkeitsarbeit der Partner der Offensive vereinbart worden. In diesem Rahmen soll die in der Vereinbarung VIII.1 näher beschriebene Öffentlichkeitskampagne der Partner zum Ausbildungs- und Beschäftigungsbereich der Altenpflege durchgeführt werden, um
- mehr Menschen für das Berufs- und Beschäftigungsfeld zu gewinnen und dabei den hohen Stellenwert der Altenpflege für unsere Gesellschaft zu verdeutlichen und die Leistungen der Pflegekräfte noch stärker sichtbar zu machen,
- Jugendlichen in der Berufsorientierungsphase sowie Erwachsenen mit Potential für eine berufliche Weiterbildung die mit dem Berufseinstieg oder Wiedereinstieg als Altenpflegefachkraft verbundenen Chancen in einem wachsenden Beschäftigungsfeld mit vielfältigen Einsatzfeldern und Aufstiegsmöglichkeiten aufzuzeigen,
- den über 12.000 stationären Pflegeeinrichtungen und ebenfalls über 12 000 ambulanten Diensten eine positive Eigendarstellung als Ausbildungsbetriebe einer Wachstumsbranche mit positiver Beschäftigungsperspektive zu ermöglichen.
Im Zentrum steht die Gewinnung des erforderlichen Berufsnachwuchses. Vornehmlich in diesem Rahmen sollen dann auch Image-Effekte für den Berufs- und Beschäftigungsbereich erzielt werden. Bei der Ansprache der Zielgruppe der Auszubildenden ist die Bedeutung von Eltern und Schule für die Berufsentscheidung Jugendlicher zu berücksichtigen.
Es wird erwartet, dass sich die Öffentlichkeitskampagne als eine gemeinsame Kampagne von Bund, Ländern, Kommunen und Verbänden von den bisherigen Initiativen und Öffentlichkeitsmaßnahmen im Bereich der Altenpflege inhaltlich und optisch absetzt und hierdurch eine nachhaltig wirksame, bundesweite Aufmerksamkeit erzielt.
Von zentraler Bedeutung für die Realisierung der Kampagne und den effektiven Mitteleinsatz ist die Einbeziehung aller Partner der Offensive mit ihren vielfältigen Potentialen und Möglichkeiten sowohl in der Planung als auch der Umsetzung der konkreten Maßnahmen. Die vorhandenen Maßnahmen und Aktivitäten der Partner sind mit einzubinden.
Die Kampagne soll sich über die Laufzeit der Ausbildungsoffensive erstrecken mit zwei Schwerpunktaktionen im 11.-12.2013 und im Herbst / Winter 2014 mit breiter öffentlicher Werbewirkung. Zur Gewährleistung, dass die Kampagne auf die Berufswahlentscheidung der Schulabgänger des Folgejahres Einfluss nimmt, ist als Kampagnenauftakt Ende November / Anfang 12.2013 vorgesehen.
Es wird ein modular strukturiertes Angebot für eine Informations- und Öffentlichkeitskampagne mit integrierter Pressearbeit zum bundesweiten, regionalen und lokalen Einsatz erwartet, das bei Konzeption und Durchführung der Kampagne die besonderen Chancen und die besondere Komplexität der Einbeziehung und Koordination von rund 30 Partnern mit ihren angeschlossenen Untergliederungen und Einrichtungen und ihrer Beiträge berücksichtigt.
Unter Berücksichtigung dieser Vorgaben sollen folgende Arbeiten von der Agentur geleistet werden, wobei ergänzende Vorschläge ausdrücklich erwünscht sind:

- Erstellung und Umsetzung eines Gesamtkonzepts unter Einbeziehung der Potentiale, Möglichkeiten und vorhandenen Öffentlichkeitsmaßnahmen der Partner, das eine Print-, Online- und Outdoorkampagne umfasst und eine entsprechende Mediaplanung und -buchung berücksichtigt,
- Bildung einer gemeinsamen Dachmarke (Logo und Rahmendesign) unter der die Partner ihre Einzelmaßnahmen führen können,
- Gemeinsame Werbeaktionen (Schwerpunktaktionen im 11.-12.2013 (Auftakt) und im Herbst / Winter 2014) für die Altenpflegeausbildung unter Entwicklung zielgruppenspezifischer Maßnahmen
- Konzeption, Management und Betreuung einer begleitenden Presse- und Medienarbeit unter Einbeziehung der Partner,
- Konzeption und Durchführung/Begleitung weiterer zielgruppengerechter Kommunikationsmaßnahmen zur Verankerung des Ausbildungs- und Beschäftigungsbereiches der Altenpflege in der öffentlichen Wahrnehmung,
- Erstellung des erforderlichen Materials zur Kampagne einschließlich einer „Toolbox“ für die Partner der Offensive und deren Einrichtungen,
- Einbeziehung der beim Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben angesiedelten Geschäftsstelle mit dem bundesweit agierenden „Beratungsteam Altenpflegeausbildung“ und seinen insgesamt 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern,
- Konzeptionelle und gestalterische Weiterentwicklung der vorhandenen, auf TYPO 3 basierenden Internetseite www.altenpflegeausbildung.net, wobei die technische Umsetzung und inhaltliche Begleitung grundsätzlich weiterhin durch das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben erfolgen soll.

Im Rahmen der Kampagne ist eine entsprechende Wirkungskontrolle der Maßnahmen durchgehend durchzuführen.

Optional:
- Flankierende Maßnahmen zur Image-Verbesserung für den Berufs- und Beschäftigungsbereich
- Gemeinsame Aktion zur Wertschätzung der Pflegekräfte und gesellschaftlichen Anerkennung des Beschäftigungsfeldes

II.1.6) **Gemeinsames Vokabular für öffentliche Aufträge (CPV)**

79416000, 79416200

II.1.7) **Angaben zum Beschaffungsübereinkommen (GPA)**

Auftrag fällt unter das Beschaffungsübereinkommen (GPA): ja

II.1.8) **Lose**

Aufteilung des Auftrags in Lose: nein

II.1.9) **Angaben über Varianten/Alternativangebote**

Varianten/Alternativangebote sind zulässig: nein

II.2) **Menge oder Umfang des Auftrags**

II.2.1) **Gesamtmenge bzw. -umfang:**

Die einzelnen Module der Kampagne sind in der Angebots- und Verhandlungsphase auf Grundlage der unter Punkt II.1.5) aufgeführten Kurzbeschreibung des Auftrags zu entwickeln.

Die Finanzierung der Kampagne durch alle Partner der Ausbildungs- und Qualifizierungsoffensive Altenpflege ist noch nicht vollständig gesichert. Neben dem Auftraggeber sollen auch die übrigen Partner eine finanzielle Beteiligung leisten. Die entsprechenden Gespräche sollen bis zur Aufforderung zur Angebotsabgabe abgeschlossen werden.

II.2.2) **Angaben zu Optionen**

Optionen: ja

Beschreibung der Optionen: - Flankierende Maßnahmen zur Image-Verbesserung für den Berufs- und Beschäftigungsbereich.
- Gemeinsame Aktion zur Wertschätzung der Pflegekräfte und gesellschaftlichen Anerkennung des Beschäftigungsfeldes.
- Im Rahmen der Verhandlungsphase können sich weitere Optionen ergeben.

II.2.3) **Angaben zur Vertragsverlängerung**
Dieser Auftrag kann verlängert werden: nein

II.3) **Vertragslaufzeit bzw. Beginn und Ende der Auftragsausführung**
Beginn 1.8.2013. Abschluss 31.12.2015

Abschnitt III: Rechtliche, wirtschaftliche, finanzielle und technische Angaben

III.1) **Bedingungen für den Auftrag**

III.1.1) **Geforderte Kautionen und Sicherheiten:**

III.1.2) **Wesentliche Finanzierungs- und Zahlungsbedingungen und/oder Verweis auf die maßgeblichen Vorschriften:**

III.1.3) **Rechtsform der Bietergemeinschaft, an die der Auftrag vergeben wird:**
Bietergemeinschaften haben in dem Antrag sämtliche Mitglieder der Bietergemeinschaft sowie einen bevollmächtigten Vertreter/eine bevollmächtigte Vertreterin zu benennen. Im Falle der Auftragsvergabe haften die Bietergemeinschaften gesamtschuldnerisch. Der Auftraggeber erwartet auch im Fall einer Bietergemeinschaft die geschlossene Erbringung der Leistung aus einer Hand. Die unter Punkt III.2.1 und III.2.2 geforderten Nachweise sind für jedes Mitglied der Bietergemeinschaft zu erbringen.

III.1.4) **Sonstige besondere Bedingungen**
Für die Ausführung des Auftrags gelten besondere Bedingungen: nein

III.2) **Teilnahmebedingungen**

III.2.1) **Persönliche Lage des Wirtschaftsteilnehmers sowie Auflagen hinsichtlich der Eintragung in einem Berufs- oder Handelsregister**
Angaben und Formalitäten, die erforderlich sind, um die Einhaltung der Auflagen zu überprüfen: Der/Die Bewerber/in hat besondere Sorgfalt bei der Erstellung der Unterlagen walten zu lassen. Hinweis für Bietergemeinschaften: Die geforderten Nachweise sind für jedes Mitglied der Bietergemeinschaft zu erbringen. Sofern sich ein/e Bewerber/in zum Nachweis seiner/ihrer Eignung auf die Kapazitäten eines Unterauftragnehmers beruft, hat er/sie die geforderten Nachweise auch für das betreffende Unternehmen vorzulegen.
Die vorgegebene Reihenfolge soll eingehalten werden.
Fehlende Unterlagen können zum Ausschluss führen.
a) Darstellung der Eigentümerstruktur (oder vergleichbare Angaben bzw. Unterlagen).
b) Darstellung der Personalstruktur (fest Angestellte, befristet Beschäftigte, freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter).
c) Nennung der für das Unternehmen/die Institution verantwortlichen Personen.

III.2.2) **Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit**
Angaben und Formalitäten, die erforderlich sind, um die Einhaltung der Auflagen zu überprüfen: Der/Die Bewerber/in hat besondere Sorgfalt bei der Erstellung der Unterlagen walten zu lassen. Hinweis für Bietergemeinschaften: Die geforderten Nachweise sind für jedes Mitglied der Bietergemeinschaft zu erbringen. Sofern sich ein/e Bewerber/in zum Nachweis seiner/ihrer Eignung auf die Kapazitäten eines

Unterauftragnehmers beruft, hat er/sie die unter Punkt a) –d) geforderten Nachweise auch für das betreffende Unternehmen vorzulegen.
Die vorgegebene Reihenfolge soll eingehalten werden.
Fehlende Unterlagen können zum Ausschluss führen.
a) Mitteilung des Gründungsjahrs und Darstellung der Geschäftsentwicklung der letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahre.
b) Eigenerklärung, dass sich das Unternehmen nicht in Liquidation befindet, dass nicht über das Vermögen das Insolvenzverfahren oder ein vergleichbares gesetzliches Verfahren eröffnet oder die Eröffnung beantragt oder dieser Antrag mangels Masse abgelehnt wurde.
c) Eigenerklärung, dass ordnungsgemäße Zahlungen von Steuern, Abgaben und Beiträgen zur gesetzlichen Sozialversicherung erfolgt sind.
d) Eigenerklärung, dass nachweislich keine schweren Verfehlungen begangen wurden, die die Zuverlässigkeit in Frage stellen.
e) Nachweis über Betriebs-/Berufshaftpflichtversicherungsdeckung.

III.2.3) **Technische Leistungsfähigkeit**

Angaben und Formalitäten, die erforderlich sind, um die Einhaltung der Auflagen zu überprüfen:
Der/Die Bewerber/in hat besondere Sorgfalt bei der Erstellung der Unterlagen walten zu lassen.
Die vorgegebene Reihenfolge soll eingehalten werden.
I. Allgemeine Leistungsfähigkeit:
a) Der/Die Bewerber/in hat Art und Umfang der Leistungen anzugeben, die er an Unterauftragnehmer übertragen will, und diese spätestens vor Zuschlagserteilung namentlich zu benennen.
b) Angabe bei Bietergemeinschaften, welcher Partner welche Aufgaben und Themenstellungen übernimmt sowie wer als zentrale Ansprechperson fungiert.
c) Erklärung, dass alle Leistungsbestandteile aus einer Hand erbracht werden.
d) Bestätigung, dass das Angebot, die eventuelle Präsentation und die Auftragsleistung in deutscher Sprache erfolgen.
e) Übersicht über die in den letzten 3 Jahren geleisteten wesentlichen Arbeiten (und Aktivitäten) auf dem Gebiet des Auftragsgegenstandes mit Angaben des Auftragswertes, der Leistungszeit und der Angabe der öffentlichen und privaten Auftraggeber.
f) Nachweis von Kompetenz in der Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere Erfahrungen mit bundesweiten Kampagnen, vorzugsweise auch in der (Alten-)Pflegebranche, mit Entwicklung einer Corporate Identity, von Logos, Flyern, Broschüren sowie im Veranstaltungsmanagement.
g) Zusicherung, dass es bei Zuschlag eine feste Ansprechperson gibt und dass diese Person kontinuierlich zur Verfügung steht und bei personellen Veränderungen keine inhaltlichen und zeitlichen Probleme im Rahmen der Unterstützung entstehen. Es ist diese Person namentlich zu benennen unter Angabe des Werdegangs und sonstiger Qualifikationsmerkmale, warum sich die zu benennende Person als zentrale Ansprechperson empfiehlt.
h) Bestätigung, dass zur Leistungserbringung vor Ort genügend Personal zur Verfügung gestellt wird, um für den Auftraggeber eine schnelle und direkte Kommunikation zu ermöglichen.
i) Erfüllungsort ist Berlin. Es ist darzulegen, wie die schnelle Leistungserbringung gesichert wird, ggf. muss ein Servicebüro in Berlin eingerichtet werden.
j) Nachweis über Kenntnisse zur Anwendung von TYPO 3, hilfsweise Zusicherung des sofortigen Erwerbs der Kenntnisse.
II. Operative Umsetzung / Marketing-/Medialeistungen/ Projektmanagement, Nachweis der folgenden Punkte durch einschlägige Referenzen und Qualifikation des Personals.

a) Erfahrungen in der Entwicklung und dem projektbezogenen Einsatz kampagnenbasierter und zielgruppenspezifischer Informations- und Kommunikationsstrategien.
b) Erfahrungen in der Nutzung eines multioptionalen Kommunikationsmixes, in dem alle Maßnahmen sinnvoll ineinander greifen, sowie Vorschläge individueller Kommunikationslösungen, um unterschiedliche Projektanforderungen gezielt über Medien zu kommunizieren und dabei die Nutzen- und Erlebnisorientierung der Zielgruppe im Auge zu behalten.
c) Nachweis fundierter Erfahrungen im Projektmanagement auch bei komplexen Organisationsstrukturen; Nachweis der Fähigkeit, zwischen Partnern abgestimmte Maßnahmen zu koordinieren und transparent zu halten; Kenntnisse und Erfahrungen in der Anwendung einschlägiger Instrumente zur multilateralen Projektsteuerung mit mehreren Partnern.
d) Bereitschaft zu reaktionsschnellem Handeln und ggf. Vermittlung in unvorhergesehenen (Krisen-)Situationen.
e) Kenntnisse und Erfahrungen im Einsatz von Instrumenten zur Wirkungskontrolle von Maßnahmen einer Kampagne einschließlich der Verwendung belastbarer Kennzahlen.
III. Profil PR/Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Nachweis der folgenden Punkte durch einschlägige Referenzen und Qualifikation des Personals:
a) Kenntnisse und Erfahrungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit/Journalismus.
b) Hervorragende Kenntnisse in der Presse- und Medienarbeit, insbesondere im Hinblick auf die Zielgruppen der Kampagne (Jugendliche in der Berufsorientierungsphase sowie Erwachsene mit Potential für eine berufliche Weiterbildung).
c) Nachweis eines fundierten und belastbaren Netzwerkes hinsichtlich PR-/Agenturen und Journalisten.
d) Kenntnisse und Erfahrungen in politischer Gremien- und Verbandsarbeit.
e) Kenntnisse und Erfahrungen im Aufbau von Medienkooperationen, insbesondere im Hinblick auf die Zielgruppen der Kampagne.
f) Kenntnisse und Erfahrungen in der zeitnahen und eigenständigen Organisation von Abstimmungsprozessen.
g) Kenntnisse und Erfahrungen in der Konzeption und Durchführung von Informationskampagnen mit einem breiten Instrumentarium einschließlich Online- und Web 2.0 Formaten.
In der Arbeitsweise werden vorausgesetzt: Eigeninitiative, Selbständigkeit und Durchsetzungsvermögen, ausgeprägte Dienstleistungsorientierung, schnelle Auffassungsgabe und analytische Denkweise, Bereitschaft zur Teamarbeit.

III.2.4) **Angaben zu vorbehaltenen Aufträgen**

III.3) **Besondere Bedingungen für Dienstleistungsaufträge**

III.3.1) **Angaben zu einem besonderen Berufsstand**
Die Erbringung der Dienstleistung ist einem besonderen Berufsstand vorbehalten: nein

III.3.2) **Für die Erbringung der Dienstleistung verantwortliches Personal**
Juristische Personen müssen die Namen und die beruflichen Qualifikationen der Personen angeben, die für die Erbringung der Dienstleistung verantwortlich sind: nein

Abschnitt IV: Verfahren

IV.1) **Verfahrensart**

IV.1.1) **Verfahrensart**
Verhandlungsverfahren
Einige Bewerber sind bereits ausgewählt worden (ggf. nach einem bestimmten Verhandlungsverfahren) nein

IV.1.2) **Beschränkung der Zahl der Wirtschaftsteilnehmer, die zur Angebotsabgabe bzw. Teilnahme aufgefordert werden**

Geplante Zahl der Wirtschaftsteilnehmer: 3

Objektive Kriterien für die Auswahl der begrenzten Zahl von Bewerbern: Die Angaben der Bewerber werden differenziert bewertet und eine Rangfolge der Teilnahmeanträge ermittelt. Es werden aufgrund der geforderten Angaben und Nachweise der Bewerber (z.B. Unternehmensreferenzen / Lebensläufe, persönliche Referenzen) 0 bis 10 Punkte vergeben. Nach diesem Schritt werden aufgrund ihrer erreichten Gesamtpunktzahl schließlich die besten Bewerber ermittelt, um als Teilnehmer zur Angebotsabgabe aufgefordert zu werden.

IV.1.3) **Verringerung der Zahl der Wirtschaftsteilnehmer im Laufe der Verhandlung bzw. des Dialogs**

Abwicklung des Verfahrens in aufeinander folgenden Phasen zwecks schrittweiser Verringerung der Zahl der zu erörternden Lösungen bzw. zu verhandelnden Angebote nein

IV.2) **Zuschlagskriterien**

IV.2.1) **Zuschlagskriterien**

das wirtschaftlich günstigste Angebot in Bezug auf die Kriterien, die in den Ausschreibungsunterlagen, der Aufforderung zur Angebotsabgabe oder zur Verhandlung bzw. in der Beschreibung zum wettbewerblichen Dialog aufgeführt sind

IV.2.2) **Angaben zur elektronischen Auktion**

Eine elektronische Auktion wird durchgeführt: nein

IV.3) **Verwaltungsangaben**

IV.3.1) **Aktenzeichen beim öffentlichen Auftraggeber:**

IV.3.2) **Frühere Bekanntmachung(en) desselben Auftrags**

nein

IV.3.3) **Bedingungen für den Erhalt von Ausschreibungs- und ergänzenden Unterlagen bzw. der Beschreibung**

Schlusstermin für die Anforderung von Unterlagen oder die Einsichtnahme: 13.5.2013

Kostenpflichtige Unterlagen: nein

IV.3.4) **Schlusstermin für den Eingang der Angebote oder Teilnahmeanträge**

21.5.2013 - 12:00

IV.3.5) **Tag der Absendung der Aufforderungen zur Angebotsabgabe bzw. zur Teilnahme an ausgewählte Bewerber**

IV.3.6) **Sprache(n), in der (denen) Angebote oder Teilnahmeanträge verfasst werden können**

Deutsch.

IV.3.7) **Bindefrist des Angebots**

IV.3.8) **Bedingungen für die Öffnung der Angebote**

Abschnitt VI: Weitere Angaben

VI.1) **Angaben zur Wiederkehr des Auftrags**

Dies ist ein wiederkehrender Auftrag: nein

VI.2) **Angaben zu Mitteln der Europäischen Union**

Auftrag steht in Verbindung mit einem Vorhaben und/oder Programm, das aus Mitteln der Europäischen Union finanziert wird: nein

VI.3) **Zusätzliche Angaben**

- Kosten für die Bewerbung, Angebotserstellung und eventuelle Präsentation werden nicht erstattet.

- Ergänzende Unterlagen sind bei der genannten Kontaktstelle Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, Frau Claßen-Sielaff, Sibille-Hartmann-Str. 2-8, 50969 Köln schriftlich - auch per E-Mail oder Fax - anzufordern.
- Fragen können bis zum 14.5.2013 bei der genannten Kontaktstelle schriftlich, per Fax oder per E-Mail an zentrale-beschaffung@bafza.bund.de gestellt werden. Die Fragen werden schriftlich beantwortet. Soweit die Beantwortung ergänzende oder berichtigende Angaben für die Ausschreibung enthält, werden sie als Ergänzungen zur Ausschreibung im EU-Supplement sowie auf der Internetseite www.bund.de bekannt gemacht.
- Der Teilnahmeantrag ist zu unterschreiben (keine digitale, gescannte oder gefaxte Unterschrift).
- Senden Sie den Teilnahmeantrag dreifach (Original, Kopiervorlage sowie handelsüblicher Datenträger) in einem verschlossenen Umschlag mit der Aufschrift "Nicht öffnen! Teilnahmeantrag Ausbildungs- und Qualifizierungsoffensive Altenpflege" an die genannte Kontaktstelle: Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, Frau Claßen-Sielaff, Sibille-Hartmann-Str. 2-8, 50969 Köln.
- Der Teilnahmeantrag einschließlich aller Anlagen ist ausschließlich auf dem Post- bzw. Botenweg einzureichen.
- Maßgeblich ist der Eingangsstempel der Poststelle des Bundesamtes für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben bzw. die Eingangsbestätigung bei persönlicher Übergabe oder Übergabe durch Boten. Der/Die Bewerber/in hat sicherzustellen, dass über Zustell- oder Kurierdienste versendete Teilnahmeanträge innerhalb der Frist zur Einreichung der Teilnahmeanträge bei der genannten Kontaktstelle eingehen. Ein Verschulden der Zustell- oder Kurierdienste wird dem/der Bewerber/in zugerechnet.
- Teilnahmeanträge, die per E-Mail oder Fax eingehen, müssen ausgeschlossen werden.
- Mit Abgabe des Teilnahmeantrages unterliegen nicht berücksichtigte Bewerber den Bestimmungen des § 22 EG VOL/A.

VI.4) **Rechtsbehelfsverfahren/Nachprüfungsverfahren**

VI.4.1) **Zuständige Stelle für Rechtsbehelfs-/Nachprüfungsverfahren**

Bundeskartellamt, Vergabekammer des Bundes
Villemombler Str.76
53123 Bonn
DEUTSCHLAND

VI.4.2) **Einlegung von Rechtsbehelfen**

Genaue Angaben zu den Fristen für die Einlegung von Rechtsbehelfen: Gemäß § 107 Absatz 3 GWB müssen erkannte Verstöße gegen Vergabevorschriften unverzüglich beim Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, Sibille-Hartmann-Str. 2-8, 50969 Köln gerügt werden. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die sich aus diesem Bekanntmachungstext ergeben, müssen innerhalb der Bewerbungsfrist gerügt werden. Hilft das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ der Rüge nicht ab, kann ein Antrag auf Nachprüfung beim Bundeskartellamt unter der o.g. Anschrift innerhalb von 15 Kalendertagen nach Eingang der Mitteilung des Bundesamtes für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, der Rüge nicht abhelfen zu wollen, gestellt werden.

VI.4.3) **Stelle, die Auskünfte über die Einlegung von Rechtsbehelfen erteilt**

VI.5) **Tag der Absendung dieser Bekanntmachung:**

17.4.2013