

Diese Bekanntmachung auf der TED-Website: <http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:244070-2012:TEXT:DE:HTML>

**D-Frankfurt am Main: Werbe- und Marketingdienstleistungen
2012/S 146-244070**

Auftragsbekanntmachung

Dienstleistungen

Richtlinie 2004/18/EG

Abschnitt I: Öffentlicher Auftraggeber

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

KfW

Palmengartenstraße 5-9

Zu Händen von: Vergabestelle

60325 Frankfurt am Main

DEUTSCHLAND

Internet-Adresse(n):

Hauptadresse des öffentlichen Auftraggebers: <http://www.kfw.de>

Weitere Auskünfte erteilen:

Orrick Hölters & Elsing

Friedrichstraße 31

Zu Händen von: Zsófia Petersen

60323 Frankfurt am Main

DEUTSCHLAND

E-Mail: zpetersen@orrick.com

Fax: +49 6971588588

Internet-Adresse: <http://www.orrick.com>

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

Orrick Hölters & Elsing

Friedrichstraße 31

Zu Händen von: Zsófia Petersen

60323 Frankfurt am Main

DEUTSCHLAND

E-Mail: zpetersen@orrick.com

Fax: +49 6971588588

Internet-Adresse: <http://www.orrick.com>

Angebote oder Teilnahmeanträge sind zu richten an: die oben genannten Kontaktstellen

I.2) Art des öffentlichen Auftraggebers

Einrichtung des öffentlichen Rechts

I.3) Haupttätigkeit(en)

Wirtschaft und Finanzen

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:

Mediaagentur für Produkt- und Imagekampagnen sowie für Personalmarketing.

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

Dienstleistungen

Dienstleistungskategorie Nr 13: Werbung

Hauptort der Ausführung, Lieferung oder Dienstleistungserbringung: Bundesrepublik Deutschland.

NUTS-Code DE712

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

Die Bekanntmachung betrifft den Abschluss einer Rahmenvereinbarung

II.1.4) Angaben zur Rahmenvereinbarung

Rahmenvereinbarung mit einem einzigen Wirtschaftsteilnehmer

Laufzeit der Rahmenvereinbarung

Laufzeit in Monaten: 24

II.1.5) Kurze Beschreibung des Auftrags oder Beschaffungsvorhabens

Die KfW beabsichtigt, je Los eine Rahmenvereinbarung mit einem Wirtschaftsteilnehmer abzuschließen.

Für Los 1 wird der Abschluss einer Rahmenvereinbarung mit einer Laufzeit von zwei Jahren mit der Option der zweimaligen Verlängerung um jeweils ein weiteres Jahr auf maximal 4 Jahre beabsichtigt.

Für Los 2 wird der Abschluss einer Rahmenvereinbarung mit einer Laufzeit von einem Jahr mit der Option der einmaligen Verlängerung um ein weiteres Jahr auf maximal 2 Jahre beabsichtigt.

Los 1: Mediaagentur für Produkt- und Imagekampagnen.

Die KfW sucht eine Mediaagentur, die sämtliche Mediaschaltungen im Rahmen von Image- und Produktkampagnen weltweit mit einem Schwerpunkt in der Bundesrepublik Deutschland in Abstimmung mit der KfW plant und umsetzt. Für die Mediaschaltungen können grundsätzlich alle verfügbaren und geeigneten Medien in Frage kommen. Teil der Leistung ist darüber hinaus die strategische Beratung einschließlich der Recherche nach geeigneten Medien für die jeweiligen Zielgruppen sowie die Evaluierung der Kampagnen. Die Leistungen sollen ggf. auch für die Unternehmenstochter KfW IPEX-Bank und DEG erbracht werden. In der Vergangenheit wurden pro Kalenderjahr circa 20 crossmediale Kampagnen umgesetzt. Die jeweiligen Kampagnen hatten unterschiedliche Umfänge in verschiedensten Kombinationen aus Suchmaschinenmarketing, Bannerschaltungen, Ambient-Maßnahmen und Anzeigenschaltungen in Printmedien. Auch die Formate der Werbemittel und Budgetumsätze waren unterschiedlich.

Los 2: Mediaagentur für Personalmarketing.

Die KfW sucht eine Mediaagentur, die sämtliche Mediaschaltungen im Zusammenhang mit Stellenausschreibungen in der Bundesrepublik Deutschland in Abstimmung mit der KfW plant, textet, layoutet und umsetzt. Für die Mediaschaltungen können grundsätzlich alle verfügbaren und geeigneten Medien in Frage kommen. Teil der Leistung ist auch die strategische Beratung einschließlich der Recherche nach geeigneten Medien für die jeweiligen Zielgruppen sowie die Evaluierung der Maßnahmen. Darüber hinaus sind ggf. Personalmarketingkampagnen für unterschiedliche Zielgruppen zu konzipieren, umzusetzen und zu evaluieren. Die Leistungen sollen ggf. auch für die Unternehmenstochter KfW IPEX-Bank GmbH und DEG erbracht werden. Im Jahr 2011 wurden circa 300 einzelne Schaltungen in Auftrag gegeben.

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

79340000

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

Auftrag fällt unter das Beschaffungsübereinkommen (GPA): ja

II.1.8) **Lose**

Aufteilung des Auftrags in Lose: ja

Angebote sind möglich für ein oder mehrere Lose

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:**

Los 1: Eine genaue Schätzung des Gesamtumfangs ist nicht möglich, da die zukünftige Anzahl der Mediaschaltungen und Kampagnen noch nicht feststeht. In der Vergangenheit wurden pro Kalenderjahr circa 20 crossmediale Kampagnen umgesetzt. Die jeweiligen Kampagnen hatten unterschiedliche Umfänge in verschiedensten Kombinationen aus Suchmaschinenmarketing, Bannerschaltungen, Ambient-Maßnahmen und Anzeigenschaltungen in Printmedien. Auch die Formate der Werbemittel und Budgetumsätze waren unterschiedlich.

Los 2: Eine genaue Schätzung des Gesamtumfangs ist nicht möglich, da die zukünftige Anzahl der Mediaschaltungen und Kampagnen noch nicht feststeht. Im Jahr 2011 wurden circa 300 einzelne Schaltungen in Auftrag gegeben.

II.2.2) **Angaben zu Optionen**

Optionen: ja

Beschreibung der Optionen: Verlängerungsoption für Los 1: zweimalig um jeweils 12 Monate.

Verlängerungsoption für Los 2: einmalig um 12 Monate.

II.2.3) **Angaben zur Vertragsverlängerung**

Dieser Auftrag kann verlängert werden: ja

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

Laufzeit in Monaten: 24 (ab Auftragsvergabe)

Angaben zu den Los

Los-Nr: 1

Bezeichnung: Mediaagentur für Produkt- und Imagekampagnen

1) **Kurze Beschreibung**

Die KfW sucht eine Mediaagentur, die sämtliche Mediaschaltungen im Rahmen von Image- und Produktkampagnen weltweit mit einem Schwerpunkt in der Bundesrepublik Deutschland in Abstimmung mit der KfW plant und umsetzt. Für die Mediaschaltungen können grundsätzlich alle verfügbaren und geeigneten Medien in Frage kommen. Teil der Leistung ist darüber hinaus die strategische Beratung einschließlich der Recherche nach geeigneten Medien für die jeweiligen Zielgruppen sowie die Evaluierung der Kampagnen. Die Leistungen sollen ggf. auch für die Unternehmenstochter KfW IPEX-Bank und DEG erbracht werden. In der Vergangenheit wurden pro Kalenderjahr circa 20 crossmediale Kampagnen umgesetzt. Die jeweiligen Kampagnen hatten unterschiedliche Umfänge in verschiedensten Kombinationen aus Suchmaschinenmarketing, Bannerschaltungen, Ambient-Maßnahmen und Anzeigenschaltungen in Printmedien. Auch die Formate der Werbemittel und Budgetumsätze waren unterschiedlich.

2) **Gemeinsames Vokabular für öffentliche Aufträge (CPV)**

79340000

3) **Menge oder Umfang**

Die genauen Abrufmengen können nicht geschätzt werden, da die Anzahl der zukünftigen Medienschaltungen und Kampagnen noch nicht feststeht. In der Vergangenheit wurden pro Kalenderjahr circa 20 crossmediale Kampagnen umgesetzt. Die jeweiligen Kampagnen hatten unterschiedliche Umfänge in verschiedensten Kombinationen aus Suchmaschinenmarketing, Bannerschaltungen, Ambient-Maßnahmen und Anzeigenschaltungen in Printmedien. Auch die Formate der Werbemittel und Budgetumsätze waren unterschiedlich.

4) **Abweichung von der Vertragslaufzeit oder vom Beginn bzw. Ende des Auftrags**

Laufzeit in Monaten: 24 (ab Auftragsvergabe)

5) **Zusätzliche Angaben zu den Losen**

Für Los 1 ist eine Option der zweimaligen Vertragsverlängerung um jeweils 12 weitere Monate auf insgesamt 4 Jahre vorgesehen.

Los-Nr: 2

Bezeichnung: Mediaagentur für Personalmarketing

1) **Kurze Beschreibung**

Die KfW sucht eine Mediaagentur, die sämtliche Mediaschaltungen im Zusammenhang mit Stellenausschreibungen in der Bundesrepublik Deutschland in Abstimmung mit der KfW plant, textet, layoutet und umsetzt. Für die Mediaschaltungen können grundsätzlich alle verfügbaren und geeigneten Medien in Frage kommen. Teil der Leistung ist auch die strategische Beratung einschließlich der Recherche nach geeigneten Medien für die jeweiligen Zielgruppen sowie die Evaluierung der Maßnahmen. Darüber hinaus sind ggf. Personalmarketingkampagnen für unterschiedliche Zielgruppen zu konzipieren, umzusetzen und zu evaluieren. Die Leistungen sollen ggf. auch für die Unternehmenstochter KfW IPEX-Bank GmbH und DEG erbracht werden. Im Jahr 2011 wurden circa 300 einzelne Schaltungen in Auftrag gegeben.

2) **Gemeinsames Vokabular für öffentliche Aufträge (CPV)**

79340000

3) **Menge oder Umfang**

Die genauen Abrufmengen können nicht geschätzt werden, da die Anzahl der zukünftigen Medienschaltungen und Kampagnen noch nicht feststeht. Im Jahr 2011 wurden circa 300 einzelne Schaltungen in Auftrag gegeben.

4) **Abweichung von der Vertragslaufzeit oder vom Beginn bzw. Ende des Auftrags**

Laufzeit in Monaten: 12 (ab Auftragsvergabe)

5) **Zusätzliche Angaben zu den Losen**

Für Los 2 ist eine Option der einmaligen Vertragsverlängerung um weitere 12 Monate auf insgesamt 2 Jahre vorgesehen.

Abschnitt III: Rechtliche, wirtschaftliche, finanzielle und technische Angaben

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

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

Keine.

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

Die Zahlungsbedingungen sind in den Vergabeunterlagen enthalten.

III.1.3) **Rechtsform der Bietergemeinschaft, an die der Auftrag vergeben wird:**

Eine besondere Rechtsform ist nicht zwingend vorgeschrieben.

III.1.4) **Sonstige besondere Bedingungen**

Für die Ausführung des Auftrags gelten besondere Bedingungen: ja
Darlegung der besonderen Bedingungen: Die Bewerbergemeinschaft hat mit ihrem Teilnahmeantrag alle Mitglieder der Bewerbergemeinschaft zu nennen und eine von allen Mitgliedern rechtsverbindlich im Original unterzeichnete Erklärung abzugeben, dass sie: - in der Angebotsphase als Bietergemeinschaft fortbestehen wird, falls sie zur Angebotsabgabe aufgefordert wird; - eine Arbeitsgemeinschaft bildet, falls der Zuschlag auf ihr Angebot erteilt wird; - einen bevollmächtigten Vertreter benennt, der alle Mitglieder der Bewerbergemeinschaft in allen Phasen des Vergabeverfahrens und auch im Fall der Zuschlagserteilung gegenüber dem Auftraggeber rechtsverbindlich vertritt; - alle Mitglieder der Bewerbergemeinschaft als Gesamtschuldner haften.

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 Bewerber oder der bevollmächtigte Vertreter der Bewerbergemeinschaft sowie jedes Unternehmen, auf dessen Ressourcen der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung nach § 7 EG Abs. 9 VOL/A verweist, müssen folgende Eigenerklärung abgeben (sowohl für Los 1 als auch für Los 2):

Eigenerklärung, dass:

- er/alle Mitglieder der Bewerbergemeinschaft sich dazu verpflichtet bzw. verpflichten, alle personenbezogenen Daten, vertrauliche Unterlagen, sonstige Daten, Projektergebnisse und sonstige Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse der KfW und anderer Institutionen, die im Rahmen des Vergabeverfahrens und der ggf. späteren Leistungserbringung offen gelegt werden, vertraulich zu behandeln und nur zur Durchführung des vorstehend bezeichneten Auftrags zu verwenden und die dem Teilnahmeantrag beigelegte Vertraulichkeitserklärung inklusive dem „Merkblatt zum Datenschutz und Datengeheimnis“ auch für die Dauer des Vergabeverfahrens anzuerkennen,
- er/alle Mitglieder der Bewerbergemeinschaft alle gewerbe- und/oder standesrechtlichen Voraussetzungen, die gemäß den Rechtsvorschriften des Staates, in dem er/sie ansässig ist bzw. sind, erfüllt bzw. erfüllen, soweit diese für die Erbringung der angebotenen Leistung erforderlich sind,
- über sein Vermögen bzw. das Vermögen aller Mitglieder der Bewerbergemeinschaft kein Insolvenzverfahren oder vergleichbares gesetzliches Verfahren eröffnet oder die Eröffnung beantragt oder dieser Antrag mangels Masse abgelehnt worden ist bzw. im Falle eines ausländischen Bewerbers oder Mitglieds einer Bewerbergemeinschaft er sich nicht in Verhältnissen befindet, die nach den Rechtsvorschriften seines Landes mit den vorgenannten Verfahren vergleichbar sind,
- sein Unternehmen bzw. die Unternehmen der Mitglieder der Bewerbergemeinschaft sich nicht in Liquidation befindet bzw. befinden und er/sie seine/ihre Tätigkeit nicht eingestellt hat/haben bzw. im Falle eines ausländischen Bewerbers oder Mitglieds einer Bewerbergemeinschaft er sich nicht in Verhältnissen befindet, die nach den Rechtsvorschriften seines Landes mit den vorgenannten Verfahren vergleichbar sind,
- er/die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft nachweislich keine schwere Verfehlung begangen hat/haben, die seine/ihre Zuverlässigkeit in Frage stellt,
- er/die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft seine/ihre Verpflichtung zur Zahlung von Steuern und Abgaben sowie der Beiträge zur gesetzlichen Sozialversicherung nach den für ihn/sie maßgeblichen Rechtsvorschriften des jeweiligen Mitgliedsstaates seines/ihrer Sitzes ordnungsgemäß erfüllt hat/haben,
- er/die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft in keinem Vergabeverfahren vorsätzlich unzutreffende Erklärungen in Bezug auf seine/ihre Eignung (Fachkunde, Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit) abgegeben und sich insbesondere bei der Erteilung von Auskünften, die nach § 7 EG VOL/A eingeholt werden können, nicht schuldig gemacht oder diese Auskünfte unberechtigter Weise nicht erteilt hat/haben,

- ihm/den Mitgliedern der Bewerbergemeinschaft keine Kenntnis über einen Ausschlussgrund der Unzuverlässigkeit nach § 6 EG Abs. 4 VOL/A vorliegt,
- er/die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft Amtsträgern oder für den öffentlichen Dienst besonders Verpflichteten keine Vorteile angeboten, versprochen oder gewährt hat/haben,
- er/die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft bei Abgabe dieses Teilnahmeantrags keine Verstöße gegen das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) begangen hat/haben, insbesondere keine wettbewerbsbeschränkenden Absprachen getroffen hat/haben, wie z.B. eine Absprache über Preise oder über die Herausstellung eines Unternehmens oder einer Bietergemeinschaft als günstigster Bieter,
- er/die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft im Rahmen der Leistungserbringung nur geeignete und zuverlässige Nachunternehmer einsetzen wird/werden,
- er/die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft im Rahmen der Leistungserbringung nur Personal einsetzen wird, das der deutschen und für das Los 1 auch der englischen Sprache in Schrift und Wort mächtig ist,
- er/die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft oder eine Person, deren Verhalten dem Unternehmen zuzurechnen ist, nicht wegen illegaler Beschäftigung von Arbeitnehmern mit einer Haftstrafe von mehr als 3 Monaten oder einer Geldstrafe von mehr als 90 Tagessätzen oder mehr als 2 500,00 EUR bestraft wurde/wurden und,
- die Voraussetzungen für einen Ausschluss seiner Person oder seines Unternehmens bzw. des der Mitglieder der Bewerbergemeinschaft als Bewerber nach § 21 Absatz 1 des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes nicht vorliegen, wobei er/die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft den folgenden Wortlaut des § 21 Absatz 1 des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes zur Kenntnis genommen hat/haben.

§ 21 Ausschluss von der Vergabe öffentlicher Aufträge.

(1) Von der Teilnahme an einem Wettbewerb um einen Liefer-, Bau- oder Dienstleistungsauftrag der in § 98 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen genannten Auftraggeber sollen Bewerber oder Bewerberinnen für eine angemessene Zeit bis zur nachgewiesenen Wiederherstellung ihrer Zuverlässigkeit ausgeschlossen werden, die wegen eines Verstoßes nach § 23 mit einer Geldbuße von wenigstens zweitausendfünfhundert Euro belegt worden sind. Das Gleiche gilt auch schon vor Durchführung eines Bußgeldverfahrens, wenn im Einzelfall angesichts der Beweislage kein vernünftiger Zweifel an einer schwerwiegenden Verfehlung im Sinne des Satzes 1 besteht.

Die Eigenerklärung ist Teil der Vorlage, die für die Abgabe des Teilnahmeantrages zwingend zu verwenden ist.

III.2.2) **Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit**

Angaben und Formalitäten, die erforderlich sind, um die Einhaltung der Auflagen zu überprüfen: Der Bewerber oder alle Mitglieder der Bewerbergemeinschaft sowie jedes Unternehmen, auf dessen Ressourcen der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung nach § 7 EG Abs. 9 VOL/A verweist, müssen folgende Eigenerklärungen (sowohl für Los 1 als auch für Los 2) abgeben:

1. Eigenerklärung über den Nettojahresgesamtumsatz sowie den Nettojahresumsatz mit vergleichbaren Leistungen im Bereich der strategischen Beratung, der Mediaplanung, des Mediaresearchs und des Mediaeinkaufs für Produkt- und Imagekampagnen (Los 1) und im Bereich der strategischen Beratung, der Mediaplanung, des Mediaresearchs und des Mediaeinkaufs für Personalmarketing (Los 2) in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (i.d.R. 2009, 2010 und 2011) in EUR netto,
2. Eigenerklärung über die Bereitschaft zum Abschluss einer projektbezogenen Betriebshaftpflichtversicherung im Auftragsfall innerhalb von 2 Wochen ab Zuschlagserteilung mit einer Deckungssumme von mindestens pauschal 1 000 000 EUR pro Versicherungsfall für Personen-, Sach- und Vermögensschäden jeweils pro Kalenderjahr zweifach maximiert.

Die Eigenerklärungen sind Teil der Vorlage, die für die Abgabe des Teilnahmeantrages zwingend zu verwenden ist.

III.2.3) Technische Leistungsfähigkeit

Angaben und Formalitäten, die erforderlich sind, um die Einhaltung der Auflagen zu überprüfen:

1. Sowohl für Los 1 als auch für Los 2 Eigenerklärung der Bewerber, aller Mitglieder einer Bewerbergemeinschaft und jedes Unternehmens, auf dessen Ressourcen der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung nach § 7 EG Abs. 9 VOL/A verweist, zu seinem Unternehmen (Leistungsspektrum und Schwerpunkte der Beratungstätigkeit/Geschäftstätigkeit; Beschreibung der Unternehmensorganisation, Beschreibung der Arbeitsabläufe innerhalb der Agentur und der personellen Organisation, Beschreibung des unternehmensinternen Qualitätsmanagements).
2. Sowohl für Los 1 als auch für Los 2 Eigenerklärung der Bewerber, aller Mitglieder einer Bewerbergemeinschaft und jedes Unternehmens, auf dessen Ressourcen der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung nach § 7 EG Abs. 9 VOL/A verweist, zur Anzahl und durchschnittlicher Dauer der Kundenbeziehungen für vergleichbare Leistungen in jedem der letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahre (i.d.R. 2009, 2010 und 2011).
3. Für Los 1 Eigenerklärung der Bewerber, aller Mitglieder einer Bewerbergemeinschaft und jedes Unternehmens, auf dessen Ressourcen der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung nach § 7 EG Abs. 9 VOL/A verweist, zur Anzahl der jahresdurchschnittlich beschäftigten Arbeitnehmer in jedem der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre (i.d.R. 2009, 2010 und 2011) wie folgt untergliedert:
 - Planung / Beratung Offline-Medien (wie z.B. TV, Radio, Print, Außenwerbung, Ambient),
 - Planung / Beratung Online-Medien (wie z.B. Banner, Newsletter, Mobile Advertising, Video Advertising, Performance, Suchmaschinenmarketing),
 - Research,
 - Einkauf,
 - Abrechnung und,
 - Anzahl der Beschäftigten im Unternehmen gesamt.
4. Sowohl für Los 1 als auch für Los 2 Eigenerklärung der Bewerber, aller Mitglieder einer Bewerbergemeinschaft und jedes Unternehmens, auf dessen Ressourcen der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung nach § 7 EG Abs. 9 VOL/A verweist, zur Mitarbeiterfluktuation in der für die nachgefragten Leistungen zuständigen Organisationseinheiten in jedem der letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahre (i.d.R.: 2009, 2010 und 2011). Die Mitarbeiterfluktuation ist in % anzugeben, wobei folgende Formel anzuwenden ist: $\text{Fluktuationsquote in \%} = \frac{\text{Abgänge}}{\text{durchschnittlicher Personalbestand}} \times 100$.
5. Sowohl für Los 1 als auch für Los 2 Eigenerklärung der Bewerber, aller Mitglieder einer Bewerbergemeinschaft und jedes Unternehmens, auf dessen Ressourcen der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung nach § 7 EG Abs. 9 VOL/A verweist, zur Anzahl und zu den Funktionen der für die Leistungserbringung vorgesehenen Personen.
6. Für Los 1 Kurzlebensläufe mit Angaben zu den persönlichen Daten, Berufserfahrung, auftragsbezogenen Fachkenntnissen und Sprachkenntnissen des vorgesehenen
 - Gruppenleiters Beratung / Einkauf Offline-Medien,
 - Gruppenleiters Beratung / Einkauf Online-Medien (Disziplin Bannerschaltungen) und,
 - Gruppenleiters Beratung / Einkauf Online-Medien (Suchmaschinenmarketing).Für Los 2 Kurzlebensläufe mit Angaben zu den persönlichen Daten, Berufserfahrung, auftragsbezogenen Fachkenntnissen und Sprachkenntnissen des vorgesehenen.

- Ansprechpartners Beratung/Einkauf Online-Medien,
- Ansprechpartners Beratung/Einkauf Offline-Medien und,
- Ansprechpartners für Text und Layout der Stellenausschreibungen.

7. Mindestens drei und maximal fünf Referenzprojekte je Los, die mit den ausgeschriebenen Leistungen nach Art, Umfang und Schwierigkeit vergleichbar sind, mit Angabe des Rechnungswerts und des Leistungszeitraums. Bewerber bzw. Bewerbergemeinschaften müssen die Ansprechpartner bei den Auftraggebern inklusive Telefonnummer und/oder E-Mail Adresse nennen. Bewerber bzw. Bewerbergemeinschaften müssen hinsichtlich der Referenzprojekte den Auftragsinhalt stichpunktartig beschreiben und Angaben zum Branchenumfeld, Region, Team, zur Absatzorientierung, zu den Zielen und Zielgruppen, der eingesetzten Werbeträger, der Erstellung einer Kampagnenstrategie, der Erstellung einer Dokumentation, der Erstellung einer Auswertung und Leistungsanalyse sowie zu Maßnahmen der Marktforschung machen. Die Referenzprojekte müssen Leistungen betreffen, die entweder vom Bewerber bzw. von den Mitgliedern der Bewerbergemeinschaft und von Unternehmen, auf deren Ressourcen der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung nach § 7 EG Abs. 9 VOL/A verweist, jeweils als verantwortliches Unternehmen erbracht wurden. Der Abschluss der Referenzprojekte darf nicht vor dem Jahr 2009 liegen. Bei Bewerbergemeinschaften ist es ausreichend, wenn deren Mitglieder zusammen drei Referenzprojekte je Los angeben.

Die Referenzkampagnen für Los 1 müssen cross-mediale Image- oder Produktkampagnen betreffen. Diese müssen von dem Bewerber (Bewerbergemeinschaft oder Nachunternehmer) als Mediaagentur strategisch konzipiert worden sein und er muss die Umsetzung verantwortlich koordiniert und durchgeführt haben. Die Referenzkampagnen müssen nachweisen, dass der Bewerber mindestens eine vergleichbare Leistung für einen Auftraggeber im Finanzsektor sowie für einen Auftraggeber im öffentlich-rechtlichen Sektor erbracht hat. Zusätzlich muss der Bewerber nachweisen, dass er bereits sowohl vergleichbare nationale als auch internationale Kampagnen durchgeführt hat. Die Leistungen müssen für verschiedene Auftraggeber erbracht worden sein und unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Der jeweils verantwortliche Projektleiter muss noch in der Agentur tätig sein.

Die Referenzen für Los 2 müssen das Texten, Layouten und Schalten von Personalsuchanzeigen sowie die Konzeption, Durchführung und Evaluation von Personalmarketingkampagnen betreffen. Diese müssen vom Bewerber (Bewerbergemeinschaft oder Nachunternehmer) als Agentur für Personalmarketing strategisch konzipiert worden sein und die Agentur muss die Umsetzung verantwortlich koordiniert und durchgeführt haben. Die Leistungen müssen für verschiedene Auftraggeber erbracht worden sein und verschiedene Zielgruppen ansprechen. Der jeweils verantwortliche Projektleiter muss noch in der Agentur tätig sein.

8. Sowohl für Los 1 als auch für Los 2 Eigenerklärung zu den Leistungsanteilen, die im Auftragsfall durch Nachunternehmer ausgeführt werden.

Die Eigenerklärungen sind Teil der Vorlage, die für die Abgabe des Teilnahmeantrages zwingend zu verwenden ist.

Möglicherweise geforderte Mindeststandards:

1. Für Los 1 sind Kurzlebensläufe mit Angaben zu den persönlichen Daten, Berufserfahrung, auftragsbezogenen Fachkenntnissen und Sprachkenntnissen des vorgesehenen

- Gruppenleiters Beratung / Einkauf Offline-Medien,
- Gruppenleiters Beratung / Einkauf Online-Medien (Disziplin Bannerschaltungen) und,
- Gruppenleiters Beratung / Einkauf Online-Medien (Suchmaschinenmarketing).

Vorzulegen, anderenfalls wird der Teilnahmeantrag vom weiteren Vergabeverfahren ausgeschlossen.

Für Los 2 sind Kurzlebensläufe mit Angaben zu den persönlichen Daten, Berufserfahrung, auftragsbezogenen Fachkenntnissen und Sprachkenntnissen des vorgesehenen.

- Ansprechpartners Beratung/Einkauf Online-Medien,

- Ansprechpartners Beratung/Einkauf Offline-Medien und,
- Ansprechpartners für Text und Layout der Stellenausschreibungen.

Vorzulegen, anderenfalls wird der Teilnahmeantrag vom weiteren Vergabeverfahren ausgeschlossen.

2. Die vorgeschlagenen Gruppenleiter für Beratung/Einkauf Offline-Medien, Beratung/Einkauf Online-Medien (Bannerschaltungen) und Beratung/Einkauf Online Medien (Suchmaschinenmarketing) für das Los 1 müssen der deutschen und englischen Sprache in Schrift und Wort mächtig sein, anderenfalls wird der Teilnahmeantrag vom weiteren Vergabeverfahren ausgeschlossen.

Die vorgeschlagenen Ansprechpartner für Beratung/Einkauf Offline-Medien, Beratung/Einkauf Online-Medien und Text und Layout der Stellenanzeigen für das Los 2 müssen der deutschen Sprache in Schrift und Wort mächtig sein, anderenfalls wird der Teilnahmeantrag vom weiteren Vergabeverfahren ausgeschlossen.

3. Die Bewerber bzw. Bewerbergemeinschaften müssen mindestens drei Referenzen pro Los mit allen geforderten Angaben nennen, die nach Art, Umfang und Schwierigkeit mit den ausgeschriebenen Leistungen vergleichbar sind und nicht vor dem Jahr 2009 realisiert wurden. Die Leistungen müssen für verschiedene Auftraggeber erbracht worden sein und unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Der jeweils verantwortliche Projektleiter muss noch in der Agentur tätig sein. Die Referenzkampagnen für Los 1 müssen cross-mediale Image- oder Produktkampagnen betreffen. Diese müssen von dem Bewerber (Bewerbergemeinschaft oder Nachunternehmer) als Mediaagentur strategisch konzipiert worden sein und er muss die Umsetzung verantwortlich koordiniert und durchgeführt haben. Die Referenzen für Los 2 müssen das Texten, Layouten und Schalten von Personalsuchanzeigen sowie die Konzeption, Durchführung und Evaluation von Personalmarketingkampagnen betreffen. Diese müssen vom Bewerber (Bewerbergemeinschaft oder Nachunternehmer) als Agentur für Personalmarketing strategisch konzipiert worden sein und die Agentur muss die Umsetzung verantwortlich koordiniert und durchgeführt haben. Kann ein Bewerber oder eine Bewerbergemeinschaft drei Referenzen, die alle vorstehenden Anforderungen erfüllen, nicht nachweisen, wird er/sie vom weiteren Vergabeverfahren ausgeschlossen. Referenzen, die nicht wertungsfähig sind, gelten als nicht vorgelegt und werden bei der Prüfung, ob der Bewerber die geforderte Mindestzahl von Referenzen erreicht, nicht berücksichtigt.

Darüber hinaus wird ein Bewerber oder eine Bewerbergemeinschaft, der/die für Los 1 nicht mindestens:

- eine Referenzkampagne, die für einen Auftraggeber im öffentlich-rechtlichen Sektor,
- eine Referenzkampagne, die für einen Auftraggeber im Finanzsektor,
- eine Referenzkampagne, die in nationalen Werbeträgern und,
- eine Referenzkampagne, die in internationalen Werbeträgern realisiert wurde.

Nachweist, vom weiteren Vergabeverfahren ausgeschlossen. Die Erfüllung dieser inhaltlichen Mindestanforderungen für Los 1 kann durch Vorlage einer oder mehrerer Referenzen nachgewiesen werden (z.B. es ist ausreichend, wenn eine Referenzkampagne nachgewiesen wird, die für einen öffentlichen Auftraggeber im Finanzsektor sowohl in nationalen als auch in internationalen Werbeträgern realisiert wurde).

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: ja

Abschnitt IV: Verfahren

IV.1) **Verfahrensart**

IV.1.1) **Verfahrensart**

Nichtoffen

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

Geplante Zahl der Wirtschaftsteilnehmer: 5

Objektive Kriterien für die Auswahl der begrenzten Zahl von Bewerbern: Der Auftraggeber beabsichtigt, die bestplatzierten 5 Bewerber für Los 1 und die bestplatzierten 5 Bewerber für Los 2 zur Angebotsabgabe aufzufordern. Die Auswahl der Bewerber erfolgt nach folgenden Kriterien: Auswahlkriterien für das Los 1: Existenz eines Qualitätsmanagements im Unternehmen (14 %); Mittelwert der Anzahl der Kundenbeziehungen für vergleichbare Leistungen in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (4 %); Mittelwert der durchschnittlichen Dauer der Kundenbeziehungen für vergleichbare Leistungen in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (4 %); Mittelwert der Anzahl der jahresdurchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter im Bereich Planung / Beratung Offline-Medien in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (2 %); Mittelwert der Anzahl der jahresdurchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter im Bereich Planung / Beratung Online-Medien in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (2 %); Mittelwert der Anzahl der jahresdurchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter im Bereich Research in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (2 %); Mittelwert der Anzahl der jahresdurchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter im Bereich Einkauf in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (2 %); Mittelwert der Anzahl der jahresdurchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter im Bereich Abrechnung in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (2 %); Mittelwert der Gesamtanzahl der jahresdurchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (2 %); Mittelwert der durchschnittlichen Höhe der Fluktuation der Mitarbeiter in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (4 %); Anzahl der Mitarbeiter, die für die Erbringung der Leistung für die KfW vorgesehen sind (14 %); Referenzen (48 %). Die Referenzwertung erfolgt für Los 1 nach folgenden Kriterien wobei jeweils der Mittelwert der erreichten Punkte für die eingereichten und wertungsfähigen Referenzen gewertet wird (Gesamtpunktzahl durch Anzahl der wertungsfähigen Referenzen): Kampagne für ein Unternehmen des Finanzsektors war absatzorientiert (4 %); Kampagne für ein Unternehmen des Finanzsektors war absatzorientiert und eine Messung der bewirkten Absatzsteigerungen wurde durchgeführt (4 %); Kampagne für die Zielgruppe Politik (4 %); Kampagne war B2B ausgerichtet (4 %); im Rahmen der Referenzkampagne wurde eine Kampagnenstrategie erarbeitet (6 %); im Rahmen der Referenzkampagne wurden Sonderwerbformen eingesetzt (3 %); im Rahmen der Referenzkampagne wurde eine kampagnenbegleitende Marktforschung durchgeführt (6 %); nach Abschluss der Referenzkampagne wurde eine Dokumentation erstellt (5 %); Team der Referenzkampagne ist identisch mit zukünftigem KfW-Team (6 %); der verantwortliche Projektleiter wird die KfW betreuen (6 %). Auswahlkriterien für das Los 2: Existenz eines Qualitätsmanagements im Unternehmen (14 %); Mittelwert der Anzahl der Kundenbeziehungen für vergleichbare Leistungen in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (5 %); Mittelwert der durchschnittlichen Dauer der Kundenbeziehungen für vergleichbare Leistungen in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (5 %); Mittelwert der durchschnittlichen Höhe der Fluktuation der Mitarbeiter in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren (13 %); Anzahl der Mitarbeiter, die für die Erbringung der Leistung für die KfW vorgesehen sind (13 %); Referenzen (50 %). Die Referenzwertung erfolgt für Los 2 nach folgenden Kriterien wobei jeweils die Summe der erreichten Punkte für die eingereichten und wertungsfähigen Referenzen gewertet wird: Kampagne für ein Unternehmen des Finanzsektors (5 %); Kampagne für ein Unternehmen des öffentlich-rechtlichen Sektors (2,5 %); Leistung beinhaltete Beratung, Text und Layout von Stellenanzeigen (7,5 %); unternehmensübergreifende Personalmarketingkampagne im Finanzsektor (7,5 %); Personalmarketingkampagne für Schulabsolventen (5 %); Personalmarketingkampagne für Hochschulabsolventen (5 %); im Rahmen der Referenz wurde eine Auswertung und Leistungsanalyse

durchgeführt (7,5); Team der Referenzkampagne ist identisch mit zukünftigem KfW-Team (5 %); der verantwortliche Projektleiter wird die KfW betreuen (5 %).

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

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:**

VSt. 97/11

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

nein

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

Schlussstermin für die Anforderung von Unterlagen oder die Einsichtnahme: 21.8.2012 - 23:59

Kostenpflichtige Unterlagen: nein

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

27.8.2012 - 23:59

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**

Die Beschaffung erfolgt in einem europaweiten nicht offenen Verfahren nach Abschnitt 2 der VOL/A in der Fassung vom 20.11.2009.

Für die Abgabe der Teilnahmeanträge müssen Bewerber bzw. Bewerbergemeinschaften (im Folgenden Bewerber genannt) zwingend die vom Auftraggeber vorbereitete Vorlage verwenden. Die Vorlage ist bei der in I.1 (Verdingungs-/Ausschreibungs- und ergänzende Unterlagen) genannten Stelle (Zsófia Petersen bei der Kanzlei Orrick Hölters & Elsing) per E-Mail anzufordern. Zusätzliche Auskünfte können ebenfalls bei Frau Zsófia Petersen bei der Kanzlei Orrick Hölters & Elsing per E-Mail bis zum 21.8.2012 um 23:59 angefordert werden. Die Vorlage für die Teilnahmeanträge ist an den dafür vorgesehenen Stellen vollständig auszufüllen sowie entsprechend zu unterzeichnen. Der Teilnahmeantrag sowie die Bewerbergemeinschaftserklärung (Anlage 4)

sind im Original zu unterschreiben. Für diese Dokumente genügen eingescannte oder gefaxte Unterschriften dem Formerfordernis nicht.

Der Teilnahmeantrag muss in einem verschlossenen Umschlag bis spätestens zum 27.8.2012, 23:59 Uhr (Ortszeit) der KfW Vergabestelle, Palmengartenstraße 5-9, 60325 Frankfurt am Main, DEUTSCHLAND zugegangen sein. Entscheidend für den fristgerechten Eingang ist der Eingangsstempel der KfW.

Bei einer direkten Abgabe des Teilnahmeantrags (persönlich, per Kurier, o.ä.) nutzen Sie bitte Montags bis Freitags in der Zeit von 6:00 Uhr bis 17:00 Uhr die Warenannahme der KfW im 1. UG, Wirtschaftseinfahrt Nordarkade, über die Zufahrt Bockenheimer Landstraße 124/Zepelinallee. In der Zeit von 17:00 Uhr bis 6:00 Uhr sowie samstags und an Sonn- und Feiertagen steht Ihnen der Sicherheitsdienst der KfW an der genannten Zufahrt zur Abgabe Ihres Teilnahmeantrags zur Verfügung.

Der Bewerber hat den Umschlag mit dem der Vorlage beigefügten Kennzettel zu versehen.

Kann ein Bewerber aus einem stichhaltigen Grund die von der KfW geforderten Nachweise nicht beibringen, so kann er seine Leistungsfähigkeit durch Vorlage anderer, von der KfW für geeignet erachteter Belege nachweisen (siehe § 7 Abs. 5 EG VOL/A). Der Bewerber muss in diesem Fall der Kanzlei Orrick Hölters & Elsing (Frau Zsófia Petersen) rechtzeitig vor der Einreichung seines Teilnahmeantrags per E-Mail anzeigen, dass er einen Nachweis nicht beibringen kann und in diesem Zusammenhang den stichhaltigen Grund angeben sowie einen alternativen Beleg vorschlagen. Die Kanzlei Orrick Hölters & Elsing wird nach Abstimmung mit der KfW dem Bewerber dann mitteilen, ob sie den alternativen Beleg für geeignet erachtet. Der Bewerber hat sodann ggf. den alternativen Beleg seinem Teilnahmeantrag beizufügen.

Werden geforderte Erklärungen und Nachweise nicht vollständig bis zum Ablauf der Teilnahmefrist vorgelegt, können diese gemäß § 19 EG Abs. 2 VOL/A bis zum Ablauf einer bestimmten Nachfrist von der KfW nachgefordert werden. Die Entscheidung über die Nachforderung steht im Ermessen der KfW und erfolgt ggf. unter kurzer Fristsetzung.

VI.4) **Rechtsbehelfsverfahren/Nachprüfungsverfahren**

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

Bundeskartellamt Vergabekammern des Bundes
Villemombler Str. 76
53123 Bonn
DEUTSCHLAND
Internet-Adresse: <http://www.bundeskartellamt.de>
Fax: +49 2289499163

VI.4.2) **Einlegung von Rechtsbehelfen**

Genauere Angaben zu den Fristen für die Einlegung von Rechtsbehelfen: Vgl. § 107 ff. GWB. Der Nachprüfungsantrag ist gemäß § 107 Abs. 3 Nr. 4 GWB unzulässig, soweit mehr als 15 Kalendertage nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind.
§ 107 Abs. 3 GWB: "Der Antrag ist unzulässig, soweit:

1. der Antragsteller den gerügten Verstoß gegen Vergabevorschriften im Vergabeverfahren erkannt und gegenüber dem Auftraggeber nicht unverzüglich gerügt hat,
2. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung erkennbar sind, nicht spätestens bis Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Angebotsabgabe oder zur Bewerbung gegenüber dem Auftraggeber gerügt werden,
3. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die erst in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Angebotsabgabe oder zur Bewerbung gegenüber dem Auftraggeber gerügt werden,

4. mehr als 15 Kalendertage nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind".

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

VI.5) **Tag der Absendung dieser Bekanntmachung:**
27.7.2012