

AZ: -61.2- / Herr Lewandowski

Drucksache Nr.: 0276/2013/DS

=====

Beratungsfolge	Termin	Status	Behandlung
Hauptausschuss	20.05.2014	N	Kenntnisnahme
Finanz- und Wirtschaftsförderungsausschuss	28.05.2014	N	Vorberatung
Ratsversammlung	03.06.2014	Ö	Endg. entsch. Stelle zurückgestellt
Ratsversammlung	16.09.2014	Ö	Endg. entsch. Stelle

Berichterstatter:

OBM

Verhandlungsgegenstand:

Ausschreibung des Tourismusmarketings

A n t r a g :

1. Die Ratsversammlung nimmt den Sachstandsbericht zum Tourismusmarketing zur Kenntnis.
2. Die Ratsversammlung beschließt, das Tourismusmarketing für den Zeitraum vom 01.09.2015 bis 31.08.2018 aususchreiben.
Hierzu beschließt die Ratsversammlung für die Laufzeit des zu schließenden Vertrages mit dem externen Auftragnehmer ein Budget für das Tourismusmarketing von maximal 168.067,23 EUR netto (200.000 EUR brutto) pro Kalenderjahr.
3. Als Vergabeart wird die Freihändige Vergabe nach Teilnahmewettbewerb gewählt. Die Verwaltung wird beauftragt, das Vergabeverfahren unter Zuhilfenahme externer fachlicher Begleitung durchzuführen.
4. Die Ratsversammlung beschließt ein Ausschreibungsgremium zur Vorbereitung der Vergabe. Dem Ausschreibungsgremium gehören der Oberbürgermeister, jeweils ein Mitglied der Ratsfraktionen, die Fachdienstleitung -61- sowie der Tourismusbeauftragte der Stadt Neumünster an.

5. Die Ratsversammlung stimmt den im Entwurf als Anlage 1 beigefügten Eignungskriterien für den Teilnahmewettbewerb zu. Die weitere Abstimmung erfolgt im Ausschreibungsgremium.
6. Die Ratsversammlung stimmt dem Vorschlag der Verwaltung zu, aus den eingegangenen, formal zulässigen Bewerbungen mindestens drei, maximal fünf geeignete Bewerber zur Angebotsabgabe aufzufordern. Bei mehr als fünf geeigneten Bewerbern entscheidet das Losverfahren.
7. Die Ratsversammlung stimmt der im Entwurf als Anlage 2 beigefügten Leistungsbeschreibung zu. Die weitere Abstimmung erfolgt im Ausschreibungsgremium.
8. Die Ratsversammlung stimmt den als Entwurf als Anlage 3 beigefügten Bewertungskriterien für die Auswahl des zu beauftragenden Anbieters zu. Die weitere Abstimmung erfolgt im Ausschreibungsgremium.
9. Die Verträge mit der Hallenbetriebe Neumünster GmbH zum Betrieb der Tourist-Informationen auf den Großflecken und im Designer Outlet sind fristgerecht zu kündigen.

Finanzielle Auswirkungen:

Jeweils 200.000,00 € / Jahr für das Tourismusmarketing in den Kalenderjahren 2015 bis 2018.
Zudem max. 20.000,00 € für eine externe fachliche Beratung.

B e g r ü n d u n g :

1. Sachstand

Die Ratsversammlung hat in der Sitzung am 26.11.2013 unter TOP 17 beschlossen, das Tourismusmarketing bis zum 2. Quartal 2014 auszuschreiben.
Das aktuelle jährliche Budget beträgt 200.000 EUR brutto (das entspricht 168.000,00 € netto für das Vergabeverfahren) für das Tourismusmarketing (Personalkosten, Betrieb der Tourist-Informationen, freie Marketingmittel).

2. Laufzeit des Vertrages / Haushaltsmittel

Die Verwaltung schlägt vor, den externen Auftragnehmer ab dem 01.09.2015 mit der Aufgabe des Tourismusmarketings zu betrauen; der Vertrag endet zum 31.08.2018. Dieser Vorschlag resultiert aus dem geschätzten Zeitbedarf für eine freihändige Vergabe mit

zweistufigem Verfahren (siehe Punkt III) sowie die Laufzeiten der Verträge über den Betrieb der Tourist-Informationen in der Innenstadt sowie im Designer Outlet.

Von der Vertragslaufzeit vom 01.09.2015 bis zum 31.08.2018 wären die Doppelhaushalte 2015 / 2016 sowie 2017 / 2018 betroffen. Für die Ausschreibung ist ein jährliches Tourismusmarketing-Budget von maximal 200.000,00 € vorzusehen.

3. Vergabeart

Die Vergabe des Tourismusmarketings Neumünster richtet sich nach der Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen (VOL/A-EG). Das wichtigste europarechtliche Regelwerk für das Vergaberecht ist die EG-Richtlinie 2004/18/EG, die in Abschnitt 2 der VOL/A umgesetzt worden ist. Die Anwendung der nationalen oder europarechtlichen Bestimmungen richtet sich gemäß § 2 Abs. 1 S. 2 VgV nach den in dieser Richtlinie festgelegten Schwellenwerten für den geschätzten Auftragswert der Leistung. unter Berücksichtigung der Richtlinie 2004/18/EG des europäischen Parlaments und des Rates vom 31. März 2004 über die Koordinierung der Verfahren zur Vergabe öffentlicher Bauaufträge, Lieferaufträge und Dienstleistungsaufträge.

Der Auftragswert bestimmt sich ohne Umsatzsteuer für die beabsichtigte Gesamtmaßnahme und beträgt somit 504.201,69 EUR (168.067,23 EUR pro Kalenderjahr über die Laufzeit von 3 Jahren). Daher ist nach § 2 VgV (Verordnung über die Vergabe öffentlicher Aufträge) ein EU-weites Verfahren nach der VOL/A-EG, durchzuführen. Für sog. „nachrangige Dienstleistungen“ nach Anlage I Teil B der VOL/A sieht der Gesetzgeber allerdings deutliche Verfahrenserleichterungen vor, da diese Dienstleistungen nicht dem EU-weiten Wettbewerb unterliegen. Das „Tourismusmarketing Neumünster“ ist unter Kategorie 26 (Erholung, Kultur, Sport) von der Anlage I Teil B zu fassen. Nach § 4 Abs. 2 Ziff. 2 VgV gelten daher bis auf wenige Ausnahmen die Verfahrensregelungen nach dem ersten Abschnitt der VOL/A - nationales Recht. Nach nationalem Recht könnte daher eine freihändige Vergabe erfolgen. Um einen möglichst breiten wettbewerblichen Ansatz zu gewährleisten wird vorgeschlagen, die freihändige Vergabe durch einen vorgeschalteten öffentlichen Teilnahmewettbewerb („die Stadt Neumünster beabsichtigt, das Tourismusmarketing im Rahmen einer freihändigen Vergabe ...“) zu stützen. Diese Begrifflichkeiten entstammen dem nationalen Recht.

Der Leistungsgegenstand „Tourismusmarketing Neumünster“ ist vorab nicht so eindeutig und erschöpfend beschreibbar, dass hinreichend vergleichbare Angebote erwartet werden können. Die Vergleichbarkeit der Angebote ist erst durch Verhandlungen nach Abgabe erster Lösungsvorschläge zu erwarten. Nach § 3 Abs. 5 Buchst h) VOL/A wäre daher eine freihändige Vergabe zulässig.

Bei einer freihändigen Vergabe würde ein zweistufiges Verfahren erfolgen, um einen breiten Wettbewerb sicherzustellen. **Im ersten Schritt**, dem vorgeschalteten Teilnahmewettbewerb, wird öffentlich zur Abgabe einer Bewerbung aufgefordert. Bestandteil der Bewerbungsunterlagen sind durch die Bewerber einzureichende Nachweise und Angaben, die die auftragsbezogene Eignung des Bewerbers sicherstellen: Fachkunde, Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit. **Im zweiten Schritt** erfolgt aus dem Kreis der als geeignet eingestuften Bewerber die Auswahl der Bieter, die zur Abgabe eines ersten Angebotes (indikatives Angebot mit Lösungskonzept / Preis) aufgefordert werden. Ein indikatives Angebot ist ein unverbindliches erstes Angebot, das Bewerber in der sog. Dialogphase eines Vergabeverfahrens abgeben. Auf Basis dieser Angebote verhandelt die vergabende Stelle dann mit den jeweiligen Bewerbern über ein verbindliches Angebot. Hierbei sollen nach § 3 Abs. 1 VOL/A mehrere -grundsätzlich drei- Bewerber aufgefordert werden. Diese Angebote sind im nachfolgenden Verhandlungsverfahren mittels vorgegebener Bewertungskriterien zu bewerten. Die Bewertungskriterien sind den potentiellen Bietern im Zuge der Ausschreibung mitzuteilen.

Die Verwaltung schlägt vor, für die Vorbereitung und Begleitung des Vergabeverfahrens des komplexen Themas „Tourismusmarketing“ ein externes Anwaltsbüro oder eine vergleichbare Einrichtung mit einschlägigen Erfahrungen bei der Vergabe von touristischen

Dienstleistungen einzubinden. Diese Begleitung wird schätzungsweise Kosten in Höhe von bis zu 20.000 EUR verursachen.

Er wird vorgeschlagen, die Auftragsberatungsstelle Schleswig-Holstein, ABST-SH, mit der externen fachlichen Beratung zu beauftragen. Die ABST SH ist eine Servicegesellschaft der Industrie- und Handelskammern IHK sowie der Handwerkskammer HWK in Schleswig-Holstein und Mitglied im forum vergabe e. V.

Sollte die hinzugezogene fachliche Beratung eine abweichende Vergabeart für angezeigt halten, würden sich die erforderlichen Fristen voraussichtlich verlängern.

4. Ausschreibungsgremium

Es wird vorgeschlagen, bei der Vorbereitung der von der Ratsversammlung mehrheitlich beschlossenen externen Vergabe des Tourismusmarketings die Fraktionen entsprechend § 27 Abs. 1 Satz 1 der Gemeindeordnung für Schleswig-Holstein (GO) über ein Ausschreibungsgremium einzubinden. Das Ausschreibungsgremium ist zu absoluter Verschwiegenheit verpflichtet und bei den folgenden Vergabeschritten einzubeziehen:

- Definition der Eignungskriterien
- Erstellen der Leistungsbeschreibung
- Erstellen der Bewertungskriterien und der Bewertungsmatrix für die Auswahl des zu beauftragenden Anbieters.

Dem Ausschreibungsgremium sollten der Oberbürgermeister, die Vorsitzenden der Ratsfraktionen oder eine Vertreterin/ein Vertreter, die Fachdienstleitung -61- und der Tourismusbeauftragte der Stadt Neumünster angehören.

Der Geschäftsführer der Auftragsberatungsstelle Schleswig-Holstein (ABST SH) sollte das Ausschreibungsgremium in beratender Funktion ergänzen.

5. Eignungskriterien

Die Eignungskriterien beschreiben die auftragsbezogenen unternehmerischen Voraussetzungen, die ein potentieller Auftragnehmer erfüllen muss. Sofern diese Eignungskriterien nicht nachgewiesen werden können, darf der entsprechende Bieter nicht zur Abgabe eines Angebotes aufgefordert werden.

In Anlage 1 sind die Eignungskriterien für die Beauftragung mit der Wahrnehmung des Tourismusmarketings in Neumünster im Entwurf zusammengestellt. Die abschließende Beratung der Eignungskriterien erfolgt im Ausschreibungsgremium.

6. Auswahl der Bewerber / Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes

Aus den eingegangenen Interessensbekundungen werden auf Basis der beigefügten Unterlagen (Befähigung, Erfüllen der Voraussetzungen, Referenzen etc.) nach einer Vollständigkeits- und Eignungsprüfung die Unternehmen ausgewählt, die aufgefordert werden, ein indikatives Angebot abzugeben.

Hierzu bestehen zwei Möglichkeiten:

1. Eine qualitative Abstufung (fachliche Bewertung der Bewerbungen)
2. Losverfahren (Ziehung unter Zeugen).

Den unterlegenen Bietern ist der Grund für die Nicht-Berücksichtigung des jeweiligen Angebotes mitzuteilen (fehlende bzw. geringere Eignung / im Losverfahren nicht erfolgreich). Da die vergleichende Bewertung der eingegangenen Bewerbungen hinsichtlich Eignung und Qualität der Anbieter Anlass für Überprüfungen des Vergabeverfahrens bieten könnte, wird vorgeschlagen, aus dem Kreis der Anbieter, die die Eignungskriterien erfüllen, drei (Minimum) bis fünf (Maximum) Bewerber, bei mehr als fünf Bewerbern ggf. im Losverfahren auszuwählen. Diese ausgewählten Bewerber erhalten die Möglichkeit, ihren Ansatz für das Tourismusmarketing Neumünster im Rahmen eines schriftlichen Lö-

sungskonzeptes und einer Präsentation vorzustellen. Die Auswahl des zu beauftragenden Bieters erfolgt auf Grundlage der Bewertung des schriftliche Angebotes und der Präsentation. Hierbei sind ausschließlich die als Entwurf in der Anlage 3 vorgeschlagenen Zuschlagskriterien zu berücksichtigen.

7. Ausschreibungsunterlagen / Leistungsbeschreibung

Die Ausschreibungsunterlagen müssen alle Informationen enthalten, die für den Anbieter zur Abgabe eines vergleichbaren Angebotes erforderlich sind (§ 7 Abs. 1 VOL/A: „Die Leistung ist eindeutig und erschöpfend zu beschreiben, so dass alle Bewerber die Beschreibung im gleichen Sinne verstehen müssen und dass miteinander vergleichbare Angebote zu erwarten sind (Leistungsbeschreibung)“.

Die Leistungsbeschreibung zur „Übernahme und Durchführung des Tourismusmarketings für die Stadt Neumünster inklusive des Betriebes der Tourist-Informationen in der Innenstadt sowie im Designer Outlet“ ist im Entwurf als Anlage 2 beigefügt. Die abschließende Beratung der Leistungsbeschreibung erfolgt im Ausschreibungsgremium.

8. Auswahl des zu beauftragenden Anbieters

Auf Basis der eingereichten Unterlagen sowie der Präsentation ist aus dem Kreis der Anbieter, die zur Abgabe eines Angebotes aufgefordert wurden, der zu beauftragende Anbieter auszuwählen. Diese Vergabeentscheidung ist nach Kriterien zu treffen, die den Anbietern bereits zu Beginn des Vergabeverfahrens bekannt zu machen sind. Die Vergabeentscheidung anhand der Bewertungsmatrix dient dazu, transparente und nachvollziehbare Ergebnisse zu erzielen. Die Bewertungsmatrix für die Vergabeentscheidung zum Tourismusmarketing Neumünster ist im Entwurf als Anlage 3 beigefügt. Die abschließende Beratung der Bewertungsmatrix erfolgt im Ausschreibungsgremium.

Die Entscheidung über den erfolgreichen Bieter trifft entsprechend § 55 Abs. 1 GO und daraus abgeleitet gemäß § 11 Abs. 2 Buchst. c) der Dienstanweisung der Stadt Neumünster über die Vergabe städtischer Aufträge vom 23.01.2014 der Oberbürgermeister.

9. Betrieb der Tourist-Informationen

Ein wesentlicher Aspekt eines Tourismusmarketings ist der Betrieb von Tourist-Informationen zur Informationsvermittlung und Beratung (persönlich, per Telefon, per Mail, per Post) von Touristen oder potentiellen Besuchern zum touristischen Angebot der Stadt. Der Betrieb der Tourist-Informationen ist daher Bestandteil des zu vergebenden Tourismusmarketing-Paketes und Teil der Ausschreibung. Somit sind die derzeitigen Verträge mit der Hallenbetrieben Neumünster GmbH zur Wahrnehmung der Aufgaben einer Tourist-Information auf dem Großflecken sowie im Designer Outlet entsprechend zu kündigen.

Dr. Olaf Tauras
Oberbürgermeister

Anlagen:

- Entwurf zu den Eignungskriterien für den Teilnahmewettbewerb
- Entwurf zur Leistungsbeschreibung
- Entwurf zur Bewertungsmatrix Zuschlagskriterien Vergabe Tourismusmarketing