

**connvenio**  
Im Buchwald 66  
70186 Stuttgart

**Finanzbehörde Hamburg**  
Gänsemarkt 36  
20354 Hamburg

03.04.2019

## TEILNAHMEANTRAG

Verfahren: 2019000027 – Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung  
Auftraggeber: Finanzbehörde Hamburg  
Antrag: 2019038523 vom Mittwoch, 3. April 2019 09:23:29

Sehr geehrte Damen und Herren,

1. Ich/Wir beantrage(n) die Teilnahme am oben genannten Verfahren.
2. Ich/Wir versichere(n), dass keine Ausschlussgründe gegen mich/uns vorliegen.
3. Die weiteren Teilnahmeunterlagen zu diesem Teilnahmeantrag sind in der nachfolgenden Liste "Anlagen" aufgeführt.

## TEILNAHMEUNTERLAGEN

### ANLAGEN

Dateiname	Hashcode
Teilnahmeantrag_201903852 3	8g5ERTE2UbuCgFBhM6Mgpb/Qh Gc=
Teilnahmeantrag_201900002 7_TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked.pdf	o1bUq8mQIDPPgaGfZuf43t/nd JQ=
Teilnahmeantrag_201900002 7_TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked.pdf	o1bUq8mQIDPPgaGfZuf43t/nd JQ=
Referenzbooklet_201900002 7_TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked.pdf	fVesUD0mJho7jstakvEmbnHfq 5o=
Vollmacht_ [REDACTED] connvenio_fischer Appelt AG.pdf	CFFYC4YC5+RNiX+KeN18okjGE Ck=

Mit freundlichen Grüßen

[REDACTED]

business development – public sector  
connvenio  
Im Buchwald 66  
70186 Stuttgart  
i.V. fischerAppelt AG  
Waterloohain 5  
22769 Hamburg

Tel: [REDACTED]

connvenio

fischerAppelt AG Waterlooohain 5 22769 Hamburg

Finanzbehörde Hamburg  
Gänsemarkt 36  
20354 Hamburg

Hamburg, 01.04.2019

## Vollmacht für Angebotsabgabe „Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung“

Sehr geehrter/geehrte Damen und Herren,

hiermit bevollmächtigen wir

connvenio [REDACTED] e.K.  
Im Buchwald 66  
70186 Stuttgart

und erklären, dass

- connvenio [REDACTED] e.K. im Namen der fischerAppelt AG während der Angebotsphase und bis hin zu einem möglichen Vertragsschluss die Kommunikation mit der *Finanzbehörde Hamburg* bzw. dem Bedarfsträger im Rahmen der öffentlichen Ausschreibung „Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung“ zu übernehmen und das Angebot der fischerAppelt AG elektronisch oder postalisch zu übermitteln hat.
- fischerAppelt AG sich alle Erklärungen zurechnen lässt, die im Rahmen der *Finanzbehörde Hamburg* bzw. dem Bedarfsträger abgegeben werden.
- im Fall der Zuschlagserteilung nicht die Firma connvenio [REDACTED] e.K. Vertragspartner der *Finanzbehörde Hamburg* bzw. dem Bedarfsträger wird, sondern die fischerAppelt AG.

fischerAppelt AG  
Waterlooohain 5  
22769 Hamburg

T +49.40.899.699-0  
F +49.40.899.699-30  
info@fischerappelt.de  
www.fischerappelt.de

**Vorstand**



**Vorsitzender  
des Aufsichtsrats**



**Handelsregister**  
Amtsgericht Hamburg  
HRB 77749

Mit freundlichen Grüßen



Vorstand, fischerAppelt AG

# TEILNAHMEANTRAG

Verhandlungsverfahren mit öffentlichem Teilnahmewettbewerb  
(EU) (VgV)

Maßnahme:

Verfahren: 2019000027 – Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung

Antragsnr.: XXXXXXXXXX

BEWERBER  
connvenio  
Im Buchwald 66  
70186 Stuttgart

---



# VERFAHRENSINFORMATIONEN

03.04.2019

Teilnahmewettbewerb (Korrektur)

Maßnahme:

Verfahren: 2019000027 – Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung

Auftraggeber: Finanzbehörde Hamburg

## INFORMATIONEN ZUM TEILNAHMEWETTBEWERB

Es ist beabsichtigt, zu einem Teilnahmewettbewerb aufzurufen. Einzelheiten ergeben sich aus den Vergabeunterlagen.

## INFORMATIONEN

### ALLGEMEIN

Auftragsnummer	2019000027
Maßnahme	
Auftragsbezeichnung	Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung
Auftragsbeschreibung	Die Hamburgische Bürgerschaft plant eine Informations- und Motivationskampagne, die zum Ziel hat, die Wahlbeteiligung an der Bürgerschaftswahl 2020 zu erhöhen und die Bürgerinnen und Bürger zu motivieren, ihr Wahlrecht wahrzunehmen.

### VERFAHREN

Auftraggeber	Finanzbehörde Hamburg
Auftraggebertyp	Öffentlicher Auftraggeber
Liefer-/Ausführungsort	20095 Hamburg
Leistungsart	Dienstleistungsauftrag
Vergabeart	Verhandlungsverfahren mit öffentlichem Teilnahmewettbewerb (EU) (VgV)

### VERFAHRENSEIGENSCHAFTEN

Losweise Vergabe	Nein				
Art der losweisen Vergabe					
Zuschlagskriterium	Wirtschaftlichstes Angebot Berechnungsmethode: Freie Verhältniswahl Preis/Leistung Gewichtung: 20%: 80%				
Klassifizierungen	<table><thead><tr><th>Code</th><th>Bezeichnung</th></tr></thead><tbody><tr><td>79341400-0</td><td>Werbekampagnen</td></tr></tbody></table>	Code	Bezeichnung	79341400-0	Werbekampagnen
Code	Bezeichnung				
79341400-0	Werbekampagnen				

### ANTRÄGE

Verwendung elektronischer Mittel	Die Einreichung der Angebote/Teilnahmeanträge darf nur elektronisch erfolgen
URL für elektronische Angebote	<a href="http://www.bieterportal.hamburg.de">http://www.bieterportal.hamburg.de</a>
Zulässige Signaturen	Qualifizierte elektronische Signatur, Fortgeschrittene elektronische Signatur, Textform nach §126b BGB

## TERMINE

### ALLGEMEIN

Vorausgegangene Vorinformation	Nein
Besondere Dringlichkeit	Nein

### BEKANNTMACHUNG

Bekanntmachung
Vorinformation

### ANTRÄGE UND BEWERTUNG

Frist Bewerberfragen	25.03.2019 10:00
Teilnahmefrist	03.04.2019 10:00:00

### AUFTRAGSDAUER

Beginn	15.08.2019
Ende	31.03.2020



**connvenio**

Im Buchwald 66  
70186 Stuttgart

**Finanzbehörde Hamburg**

Gänsemarkt 36  
20354 Hamburg

03.04.2019

**TEILNAHMEANTRAG**

Verfahren: 2019000027 – Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung

Auftraggeber: Finanzbehörde Hamburg

Antrag: [REDACTED] vom

Sehr geehrte Damen und Herren,

1. Ich/Wir beantrage(n) die Teilnahme am oben genannten Verfahren.
2. Ich/Wir versichere(n), dass keine Ausschlussgründe gegen mich/uns vorliegen.
3. Die weiteren Teilnahmeunterlagen zu diesem Teilnahmeantrag sind in der nachfolgenden Liste "Anlagen" aufgeführt.

**TEILNAHMEUNTERLAGEN**

**ANLAGEN**

Dateiname		Hashcode
Teilnahmeantrag_201900002 7_TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked	[REDACTED].pdf	o1bUq8mQIDPPgaGfZuf43t/nd JQ=
Teilnahmeantrag_201900002 7_TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked	[REDACTED].pdf	o1bUq8mQIDPPgaGfZuf43t/nd JQ=
Referenzbooklet_201900002 7_TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked	[REDACTED].pdf	fVesUD0mJho7jstakvEmbnHfq 5o=
Vollmacht [REDACTED] connvenio_fischer Appelt AG.pdf		CFFYC4YC5+RNiX+KeN18okjGE Ck=

Mit freundlichen Grüßen

connvenio

## Eigenerklärung zur Eignung

Der Bieter hat mit Abgabe seines Angebotes zum Nachweis seiner Eignung und zum Nachweis, dass er nicht gem. § 123, 124 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) von der Vergabe öffentlicher Aufträge ausgeschlossen ist, eine Eigenerklärung abzugeben. Die Angaben werden ggf. von dem öffentlichen Auftraggeber durch eine Auskunft aus dem Gewerbezentralregister nach § 150a Gewerbeordnung (GewO) überprüft. Der öffentliche Auftraggeber wird außerdem vor Entscheidungen über die Vergabe von Liefer- und Dienstleistungen in den Fällen des § 7 des Gesetzes zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW) vom 17. September 2013 (HmbGVBl. 2013, S. 417) bei der zentralen Informationsstelle der Finanzbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg abfragen, inwieweit Eintragungen im gemeinsamen Register zum Schutz des fairen Wettbewerbs der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein zu den für einen Zuschlag vorgesehenen Bieterinnen und Bietern, deren Geschäftsführungen, Bewerberinnen und Bewerber sowie potenziellen Auftragnehmerinnen und Auftragnehmern vorliegen.

### **Ich/wir erklären,**

- a) dass ich/wir den gesetzlichen Pflichten zur Zahlung von Steuern und Abgaben sowie zur Zahlung der Beiträge zur gesetzlichen Sozialversicherung (Kranken-, Unfall-, Renten- und Arbeitslosenversicherung) nachgekommen bin/sind.
- b) dass über mein/unser Vermögen nicht das Insolvenzverfahren oder ein vergleichbares gesetzliches Verfahren eröffnet oder die Eröffnung beantragt oder dieser Antrag mangels Masse abgelehnt worden ist<sup>1</sup>.
- c) dass ich/wir zum Zwecke der Abfrage beim Register zum Schutz fairen Wettbewerbs gem. § 5 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 i. V. m. § 5 Abs. 2 des Hamburgischen Datenschutzgesetzes (HmbDSG) einwillige(n), im potenziellen Auftragsfall personenbezogene Daten (Name, Vorname, Geburtsdatum, Geburtsort) der verantwortlich handelnden Personen (Geschäftsführer, gesetzliche Vertreter) zu benennen sowie die Zustimmung dieser Personen zur Weiterleitung der erforderlichen Daten an den öffentlichen Auftraggeber einzuholen. Ohne Einwilligung und Zustimmung kann der Zuschlag nicht erteilt werden. Soweit im potenziellen Auftragsfall Nachunternehmer an der Auftragserteilung beteiligt werden sollen, werde(n) ich/wir von diesen eine gleichlautende Einwilligung sowie deren Zustimmung einholen, die erforderlichen Daten an den öffentlichen Auftraggeber weiterzuleiten. Ohne diese schriftlichen Einwilligungen und Zustimmungen werden Nachunternehmer vom öffentlichen Auftraggeber abgelehnt. Die Erhebung und weitere Verarbeitung der Daten dient der Aufgabenerfüllung nach dem Gesetz zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW).
- d) dass **(Zutreffendes bitte ankreuzen)**
  - in den letzten drei Jahren Verfehlungen im Sinne von § 2 Abs. 2 des Gesetzes zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW) vom 17. September 2013 (HmbGVBl. 2013, S. 417) vorgelegen haben (Abdruck des § 2 Abs. 2 siehe Rückseite); es wurden jedoch Maßnahmen zur Selbstreinigung und zur Prävention ergriffen. Nachweise über diese Maßnahmen sind als Anlage(n) beigefügt<sup>2</sup>.
  - keine Verfehlungen im Sinne von § 2 Abs. 2 des Gesetzes zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW) vom 17. September 2013 (HmbGVBl. 2013, S. 417) vorliegen, die meinen/unseren Ausschluss vom Wettbewerb rechtfertigen könnten oder kein Eintrag im gemeinsamen Register zum Schutz des fairen Wettbewerbs der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein oder in vergleichbaren Registern anderer Bundesländer erfolgt ist.
- e) dass ich/wir in den letzten drei Jahren nicht gem. § 21 Abs. 1 des Gesetzes zur Bekämpfung der Schwarzarbeit und illegalen Beschäftigung (SchwarzArbG) oder gem. § 21 Abs. 1 Arbeitnehmerentsendegesetz (AEntG) mit einer Freiheitsstrafe von mehr als 3 Monaten oder einer Geldstrafe von mehr als 90 Tagessätzen oder einer Geldbuße von mehr als 2.500 Euro belegt worden bin/sind.
- f) dass dem Angebot nur die eigenen Preisermittlungen zu Grunde liegen und dass mit anderen Bewerbern Vereinbarungen weder über die Preisbildung noch über die Gewährung von Vorteilen an Mitbewerber getroffen sind und auch nicht nach Abgabe des Angebots getroffen werden,
- g) dass die allgemeinen Preisvorschriften, insbesondere die VO PR 30/53 vom 21.11.1953 sowie das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 26.06.2013 (beide in der jeweils gültigen Fassung), beachtet worden sind.

### **Bitte ankreuzen\*: (Pflichtangabe)**

Ist Ihr Unternehmen ein kleines oder mittelständisches Unternehmen (KMU) im Sinne der EU-Kriterien?

(Ein Unternehmen gilt als KMU, wenn es weniger als 250 Mitarbeiter beschäftigt und der Umsatz weniger als 50 Mio. oder die Bilanzsumme weniger als 43 Mio. beträgt.)

ja

nein

**Mir/uns ist bekannt, dass die Nichtvorlage oder die Unrichtigkeit vorstehender Erklärung zu meinem/unserem Ausschluss aus diesem Vergabeverfahren oder zu einer Vergabesperre gem. § 6 GRfW sowie zur Kündigung eines bereits geschlossenen Vertrages führen kann. Ich/wir verpflichte(n) mich/uns auch, die vorstehende Erklärung von Nachunternehmern zu fordern und diese zur Zustimmung des Auftraggebers vorzulegen, bevor die Beauftragung der Nachunternehmer erfolgt.**

....., den 03.04.2019 .....

Unterschrift (Vor- und Zuname)

1 Sollte das Insolvenzverfahren oder ein vergleichbares gesetzliches Verfahren eröffnet oder die Eröffnung beantragt oder dieser Antrag mangels Masse abgelehnt worden sein, sind zusätzliche Unterlagen einzureichen, die geeignet sind, die finanzielle Leistungsfähigkeit des Unternehmens belegen. Diese Unterlagen müssen der Vergabestelle die Möglichkeit geben, zu prüfen, ob das Unternehmen dazu in der Lage ist, den zu vergebenden Auftrag zu erfüllen. Fehlende Nachweise können zum Ausschluss aus dem laufenden Vergabeverfahren führen.

2 Wird diese Möglichkeit angekreuzt, sind Unterlagen zwingend beizufügen und ggf. zu erläutern. Fehlende Nachweise können zum Ausschluss aus dem laufenden Vergabeverfahren führen.

**Auszug aus dem Gesetz zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW):**  
**2 Zentrale Informationsstelle, Inhalt des Registers**

(1) In das Register werden die nachgewiesenen korruptionsrelevanten oder sonstige Rechtsverstöße im Geschäftsverkehr oder mit Bezug zum Geschäftsverkehr (schwere Verfehlungen) eingetragen. Eingezeichnet werden:

1. Straftaten nach

- a) 108e des Strafgesetzbuches (StGB) (Abgeordnetenbestechung),
- b) 129, 129a, 129b StGB (Bildung krimineller oder terroristischer Vereinigungen),
- c) 156 StGB (Falsche Versicherung an Eides Statt),
- d) 261 StGB (Geldwäsche; Verschleierung unrechtmäßig erlangter Vermögenswerte),
- e) 263, 263a, 264, 265b, 266 StGB (Betrug und Untreue),
- f) 266a StGB (Vorenthalten und Veruntreuen von Arbeitsentgelt),
- g) 267, 268, 269, 271, 273 StGB (Urkundenfälschungen),
- h) 283, 283b, 283c, 283d StGB (Insolvenzstraftaten),
- i) 298, 299 StGB (Straftaten gegen den Wettbewerb),
- j) 319 StGB (Baugewerkschaft),
- k) 324, 324a, 325, 325a, 326, 327, 328, 329, 330, 330a StGB (Straftaten gegen die Umwelt),
- l) 331, 332, 333, 334 StGB (Korruptionsdelikte),

unabhängig von der Form der Beteiligung (Teilnahme oder Teilnahme im Sinne des Strafgesetzbuches);

2. Straftaten nach

- a) 370 der Abgabenordnung in der Fassung vom 1. Oktober 2002 (BGBl. 2002 I S. 3869, 2003 I S. 61), zuletzt geändert am 21. Juli 2012 (BGBl. I S. 1566, 1575), in der jeweils geltenden Fassung (Steuerhinterziehung),
- b) 19, 20, 20a, 22 des Gesetzes über die Kontrolle von Kriegswaffen vom 22. November 1990 (BGBl. I S. 2507), zuletzt geändert am 27. Juli 2011 (BGBl. I S. 1595, 1597), in der jeweils geltenden Fassung,
- c) 34 des Außenwirtschaftsgesetzes (AWG) in der Fassung vom 25. Mai 2009 (BGBl. I S. 1151), zuletzt geändert am 12. Dezember 2012 (BAnz. AT 2012 V1), in der jeweils geltenden Fassung,
- d) 15, 15a des Arbeitnehmerberufshilfengesetzes (ArbZG) in der Fassung vom 3. Februar 1995 (BGBl. I S. 159), zuletzt geändert am 20. Dezember 2011 (BGBl. I S. 2854, 2923), in der jeweils geltenden Fassung (Ver- und Entleihe ausländischer Leiharbeiter ohne Genehmigung),
- e) 9 bis 11 des Schwarzarbeitsbekämpfungsgesetzes (SchwarzArbG) vom 23. Juli 2004 (BGBl. I S. 1842), zuletzt geändert am 21. Juli 2012 (BGBl. I S. 1566, 1573), in der jeweils geltenden Fassung,
- f) 331 des Handelsgesetzbuchs in der jeweils geltenden Fassung (Unrichtige Darstellung),
- g) 399, 400, 401 des Aktiengesetzes (AktG) vom 6. September 1965 (BGBl. I S. 1089), zuletzt geändert am 20. Dezember 2012 (BGBl. I S. 2751, 2753), in der jeweils geltenden Fassung (Falsche Angaben; unrichtige Darstellung; Pflichtverletzung bei Verlust, Verschuldung oder Zahlungsunfähigkeit),
- h) Artikel 2 des Gesetzes zur Bekämpfung internationaler Bestechung vom 10. September 1998 (BGBl. II S. 2327) in der jeweils geltenden Fassung (Bestechung ausländischer Abgeordneter im Zusammenhang mit internationalem geschäftlichen Verkehr),

unabhängig von der Form der Beteiligung (Teilnahme oder Teilnahme im Sinne des Strafgesetzbuches);

3. Ordnungswidrigkeiten nach

- a) 33 AWG,
- b) 16 ArbZG,
- c) 8 SchwarzArbG,
- d) 23 des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes vom 20. April 2009 (BGBl. I S. 799), zuletzt geändert am 25. November 2012 (BGBl. II S. 1381, 1382), in der jeweils geltenden Fassung,
- e) 18 des Mindestarbeitsbedingungengesetzes vom 11. Januar 1952 (BGBl. III 802-2), zuletzt geändert am 22. April 2009 (BGBl. I S. 818), in der jeweils geltenden Fassung,
- f) 81 Absatz 1, Absatz 2 Nummer 1 und Absatz 3 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen in der Fassung vom 15. Juli 2005 (BGBl. 2005 I S. 2115, 2009 I S. 3850), zuletzt geändert am 5. Dezember 2012 (BGBl. I S. 2403), in der jeweils geltenden Fassung,
- g) 146 Absatz 1 der Gewerbeordnung in der jeweils geltenden Fassung,
- h) 404 Absatz 1 des Dritten Buches Sozialgesetzbuch vom 24. März 1997 (BGBl. I S. 594, 595), zuletzt geändert am 20. Dezember 2012 (BGBl. I S. 2781), in der jeweils geltenden Fassung;
- i) 130 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten (OWiG) in der Fassung vom 19. Februar 1987 (BGBl. I S. 603), zuletzt geändert am 29. Juli 2009 (BGBl. I S. 2353, 2354), in der jeweils geltenden Fassung, soweit sich die unterlassene Aufsichtsmaßnahme auf eine der in Nummern 1 und 2 genannten Straftaten oder eine der in den Buchstaben a bis h genannten Ordnungswidrigkeiten bezieht;

4. vergleichbar schwere Verfehlungen, insbesondere vorsätzliche oder grobfahrlässige Falscherklärungen

- a) zum Vorliegen von schweren Verfehlungen und Einträgen im Register nach Absatz 1 oder vergleichbaren Registern,
- b) zur Einhaltung der Tarifrechte und der Bestimmungen über einen gesetzlichen Mindestlohn oder
- c) zur Beachtung der Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation;

soweit sie dem Unternehmen nach Absatz 4 zuzurechnen sind und soweit die Geschäftstätigkeiten des betroffenen Unternehmens einen Bezug zur Vergabe öffentlicher Aufträge aufweisen. Einem Verstoß gegen diese Vorschriften stehen Verstöße gegen vergleichbare Straf- oder Ordnungswidrigkeitstatbestände anderer Staaten gleich. Die Eintragung umfasst gegebenenfalls auch den infolge der schweren Verfehlung ausgesprochenen Ausschluss des Unternehmens von der Vergabe öffentlicher Aufträge (Einzelausschluss, Vergabesperre) gemäß § 6.

(2)

## **Eigenerklärung zur Tariftreue und zur Zahlung eines Mindestlohnes gemäß § 3 Hamburgisches Vergabegesetz**

Öffentliche Aufträge über Bauleistungen und andere Dienstleistungen sowie Dienstleistungskonzessionen vergibt die Freie und Hansestadt Hamburg gemäß § 3 des Hamburgischen Vergabegesetzes (HmbVgG) nur an Auftragnehmer, die sich bei Angebotsabgabe schriftlich, per Telefax oder in Textform mithilfe elektronischer Mittel dazu verpflichten,

1. ihren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern bei der Ausführung dieser Leistungen ein Entgelt zu zahlen, das in Höhe und Modalitäten mindestens den Vorgaben desjenigen Tarifvertrages entspricht, an den das Unternehmen auf Grund des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes gebunden ist (§ 3 Abs. 1 HmbVgG). Entsprechendes gilt für die Beachtung des Tarifvertragsgesetzes, Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes und anderer gesetzlicher Bestimmungen über Mindestentgelte.
2. ihren Beschäftigten (ohne Auszubildende) für die Ausführung der Leistung aber mindestens ein Entgelt nach § 1 Abs. 2 des Mindestlohngesetzes (MiLoG), in der jeweils geltenden Fassung zu zahlen, soweit die Leistung im Hoheitsgebiet der Bundesrepublik Deutschland erbracht wird (§ 3 Abs. 2 HmbVgG).
3. im Fall der Arbeitnehmerüberlassung im Sinne des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes dafür zu sorgen, dass die Verleiher den Leiharbeiterinnen und Leihararbeitern bei der Ausführung der Leistung das gleiche Arbeitsentgelt gewähren wie vergleichbaren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern des Entleihers (§ 3 Abs. 3 HmbVgG).
4. Soweit Leistungen auf Nachunternehmer übertragen werden, hat sich der Auftragnehmer zu verpflichten, den Nachunternehmern die Pflicht zur Zahlung des Mindestlohns aufzuerlegen (§ 5 Abs. 4 Nr. 4 HmbVgG).

### **Der Auftragnehmer / Anbieter erklärt hiermit:**

Ich verpflichte mich / wir verpflichten uns zur Einhaltung des Tarifvertragsgesetzes, des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes und anderer gesetzlicher Bestimmungen über Mindestentgelte.

1. Im Falle der Auftragsausführung durch Beschäftigte eines Verleihers veranlasse ich / veranlassen wir, dass der Verleiher seinen Beschäftigten bei der Ausführung der Leistung das gleiche Arbeitsentgelt gewährt wie vergleichbaren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern meines / unseres Unternehmens.
2. Im Falle der Übertragung von Leistungen auf Nachunternehmer verpflichte ich mich / verpflichten wir uns, dem Nachunternehmer die Pflicht aufzuerlegen, seinen Beschäftigten (ohne Auszubildende) für die Ausführung der für diesen öffentlichen Auftrag erforderlichen Leistung mindestens eine Vergütung in Höhe des Entgelts nach § 1 Abs. 2 des Mindestlohngesetzes (MiLoG, z.zt. 8,84 €), zu zahlen. Die Einhaltung dieser Vorgaben werden von mir / uns kontrolliert (§ 5 Abs. 4 Nr. 4 HmbVgG).
3. Ich habe / Wir haben die Bestimmungen des § 3 Abs. 2 HmbVgG in Verbindung mit dem MiLoG, sowie die möglichen Sanktionen gemäß § 11 HmbVgG bei schuldhafter Nichterfüllung der Verpflichtungen aus § 3 Abs. 2 HmbVgG in der jeweils geltenden Fassung zur Kenntnis genommen (Vertragsstrafe, sofern vereinbart; fristlose Kündigung des Vertrages oder Rücktritt vom Vertrag) und bestätige/n dies mit meiner / unserer Unterschrift.

### **Alternativ hierzu kann der Auftragnehmer erklären:**

Ich erkläre hiermit, dass ich keine Mitarbeiter beschäftige und daher nicht an das Mindestlohngesetz gebunden bin.

\_\_\_\_\_, 03.04.2019

Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift (Vor- und Zuname)

# Bewerbungsbedingungen für die Vergabe von Lieferungen und Dienstleistungen vom 01.10.2017

## 1 Allgemeines

- (1) Der öffentliche Auftraggeber verfährt, sofern der jeweilige EU-Schwellenwert erreicht oder überschritten wird, nach dem Vierten Teil des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) vom 17. Februar 2016 (BGBl. I S. 203) sowie nach der Verordnung über die Vergabe öffentlicher Aufträge (Vergabeverordnung - VgV) vom 12. April 2016 (BGBl. I, S. 624) in der jeweils geltenden Fassung, ohne dass diese Vertragsbestandteil werden.
- (2) Sofern der EU-Schwellenwert unterschritten wird, verfährt der Auftraggeber nach der Verfahrensordnung für die Vergabe öffentlicher Liefer- und Dienstleistungsaufträge unterhalb der EU-Schwellenwerte (Unterschwellenvergabeordnung UVgO) vom 2. Februar 2017 (BAnz AT 07.02.2017 B1), ohne dass diese Vertragsbestandteil wird.
- (3) Diese Bewerbungsbedingungen gelten, soweit für das konkrete Vergabeverfahren keine abweichenden Regelungen getroffen werden. Für Teilnahmeanträge gelten diese Bedingungen entsprechend.
- (4) Die Vergabeunterlagen einschließlich sämtlicher Anlagen dienen ausschließlich der Erstellung eines Angebotes für den öffentlichen Auftraggeber. Die Verwendung für andere Zwecke bedarf der Zustimmung. Sofern die Vergabeunterlagen nicht frei im Internet verfügbar sind, ist der Inhalt der Vergabeunterlagen vertraulich zu behandeln. Der Bieter hat aber auf jeden Fall auch nach Beendigung der Angebotsphase über die ihm während des Vergabeverfahrens bekanntgewordenen dienstlichen Angelegenheiten Verschwiegenheit zu bewahren. Er hat hierzu auch die mit der Erstellung des Angebotes beschäftigten Mitarbeiter sowie einbezogene Nachunternehmer und Lieferanten zu verpflichten.

## 2

### Vollständigkeit der Vergabeunterlagen, Registrierung, Prüfung

- (1) Nach Erhalt der Vergabeunterlagen hat der Bieter diese auf Vollständigkeit zu prüfen. Sollte er unvollständige Unterlagen erhalten haben oder inhaltliche Unstimmigkeiten feststellen, hat er sich unverzüglich zur Aufklärung an die in den Vergabeunterlagen angegebene Kontaktstelle zu wenden. Nachteile, die sich daraus ergeben, dass ein Angebot auf Grundlage unvollständiger Unterlagen abgegeben wurde, gehen zu Lasten des Bieters. Dies gilt insbesondere auch für den Fall, dass die Vergabeunterlagen während der Angebotsfrist seitens des öffentlichen Auftraggebers korrigiert werden. Bieter sind selbst dafür verantwortlich, dass sie ihr Angebot auf der Grundlage der jeweils aktuellen Vergabeunterlagen abgeben.
- (2) Enthalten die Vergabeunterlagen nach Auffassung des Bieters Unklarheiten, die die Preisermittlung beeinflussen, so hat der Bieter unverzüglich den öffentlichen Auftraggeber vor Angebotsabgabe schriftlich darauf hinzuweisen, auch wenn er den Hinweis schon vorher in anderer Form gegeben hat.

## 3

### Abgabe der Angebote

- (1) Das Angebot ist in deutscher Sprache abzufassen und muss unterschrieben sein, sofern nichts anderes zugelassen wurde. Bei der elektronischen Übermittlung der Angebotsdaten genügt eine geeignete elektronische Signatur im Sinne von § 53 VgV bzw. § 38 Abs. 6 UVgO.
- (2) Für das Angebot sind ausschließlich die von dem öffentlichen Auftraggeber elektronisch oder in Papierform zur Verfügung gestellten Vordrucke zu verwenden. Nur sofern diese nicht

ausreichend sind, können Anlagen verwendet werden. Sofern Anlagen verwendet werden müssen, ist im Vordruck des öffentlichen Auftraggebers unter dem jeweiligen Gliederungspunkt anzugeben, an welcher Stelle der Anlagen (Seitenangabe, Gliederungspunkt u. .) die entsprechenden Informationen zu finden sind. Die Anlagen sind eindeutig als zum Angebot gehörig zu kennzeichnen. Unvollständige Angebote und solche, zu denen keine oder nicht bedingungsgemäße Proben oder Muster zum vorgeschriebenen Zeitpunkt eingereicht sind (falls gefordert), können ausgeschlossen werden.

- (3) Das Angebot muss die Preise und die in den Vergabeunterlagen geforderten Erklärungen und Angaben enthalten. Änderungen an den Eintragungen im Angebot müssen zweifelsfrei sein. Änderungen an den Vergabeunterlagen sind unzulässig. Soweit Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers Änderungen oder Ergänzungen an den Vergabeunterlagen beinhalten, führt dies gemäß § 57 Abs. 1 Nr. 4 VgV bzw. § 42 Abs. 1 Nr. 4 UVgO zum Ausschluss des Angebots.
- (4) Jeder Bieter darf nur ein geltendes Angebot für jedes Vergabeverfahren einreichen. Es ist insbesondere unzulässig, für die ausgeschriebene Leistung nicht nur ein eigenes Angebot abzugeben, sondern sich zugleich als Mitglied einer Bietergemeinschaft oder vergleichbar um den ausgeschriebenen Gesamtauftrag zu bewerben. Für den Fall, dass ein Nachunternehmer sich bei mehreren Bietern einbringen will, ist von den Bietern und dem Nachunternehmer sicherzustellen, dass eine Beeinträchtigung oder Verflischung des Wettbewerbs ausgeschlossen ist und keine sensiblen Informationen weitergegeben oder wettbewerbsbeschränkende Abreden getroffen werden können. Dies gilt vor allem für die Gesamtangebote und die zu Grunde liegenden Kalkulationen.
- (5) Gemeinschaftliche Bieter haben mit dem Angebot eine von allen Mitgliedern unterschriebene Erklärung abzugeben,
  - in der die Bildung einer Arbeitsgemeinschaft im Auftragsfall und die Aufrechterhaltung derselben für die Dauer des Vertrages erklärt ist,
  - in der alle Mitglieder aufgeführt sind und der für die Durchführung des Vertrages bevollmächtigte Vertreter bezeichnet ist,
  - dass der bevollmächtigte Vertreter die Mitglieder gegenüber dem öffentlichen Auftraggeber rechtsverbindlich vertritt,
  - dass alle Mitglieder als Gesamtschuldner haften.

Bei elektronischer Angebotsabgabe hat der für die Durchführung des Vertrages bevollmächtigte Vertreter das Angebot mit einer geeigneten elektronischen Signatur im Sinne von § 53 VgV bzw. § 38 Abs. 6 UVgO zu versehen. Die von allen Mitgliedern unterschriebene Erklärung ist dem Angebot beizufügen.

- (6) Soweit eine Besichtigung gefordert wird, hat der Bieter vor Abgabe eines Angebots die örtlichen Gegebenheiten in Absprache mit dem jeweiligen Ansprechpartner des öffentlichen Auftraggebers in Augenschein zu nehmen. Die ausgefüllte und vom öffentlichen Auftraggeber unterschriebene Besichtigungsbestätigung ist dem Angebot beizufügen.
- (7) Für die Bearbeitung des Angebots werden keine Kosten erstattet.

## 4

### Angebotspreise

- (1) Preise sind in Euro anzugeben.
- (2) Die Leistungen können von dem öffentlichen Auftraggeber im Ganzen oder nach Losen geteilt oder auch in den einzelnen Losen geteilt vergeben werden. Ist eine Vergabe in Losen vorgesehen, ist dem Bieter freigestellt, für sämtliche oder einzelne Lose ein Angebot abzugeben, sofern in der Leistungsbeschreibung keine andere Regelung getroffen wurde. Sollte die Teilung in Lose eine Preisänderung bedingen, so ist sie im Angebot zum Ausdruck zu bringen.

- (3) Die Preise (Einheitspreise, Pauschalpreise, Verrechnungssätze usw.) sind ohne Umsatzsteuer anzugeben. Der Umsatzsteuerbetrag ist unter Zugrundelegung des geltenden Steuersatzes am Schluss des Angebotes hinzuzufügen.
- (4) Entspricht der im Angebot angegebene Gesamtbetrag nicht dem Ergebnis der Multiplikation von Menge und Preis pro Einheit, so ist immer der Preis pro Einheit maßgebend.

## 5

### Proben und Muster

- (1) Soweit Proben und Muster gefordert werden, dürfen sie nicht mit dem Namen der Firma oder anderen Kennzeichen des Bieters versehen sein. Für die Auszeichnung dürfen nur die den Vergabeunterlagen beigefügten Musterzettel verwendet werden. Wenn diese nicht ausreichen, können weitere beim öffentlichen Auftraggeber abgefordert werden. Bei elektronischer Angebotsabgabe sind Musterzettel rechtzeitig beim öffentlichen Auftraggeber abzufordern.
- (2) Für Proben und Muster wird keine Vergütung gewährt. Die nicht gewählten Proben und Muster können innerhalb von 14 Kalendertagen nach Ablauf der Bindefrist zurückgefordert werden, soweit sie bei der Prüfung des Angebots nicht verbraucht worden sind und der Wert pro Einheit 10 Euro übersteigt. Die Kosten der Rückgabe trägt der Bieter. Danach werden die Proben und Muster nicht mehr aufbewahrt.

## 6

### Nebenangebote

- (1) Nebenangebote müssen, soweit sie zugelassen sind, auf besonderer Anlage gemacht und als solche deutlich gekennzeichnet sein. Die vorstehenden Regelungen gelten entsprechend.
- (2) Soweit sich aus den Vergabeunterlagen nicht etwas anderes ergibt sind
- Nebenangebote, die in technischer Hinsicht von der Leistungsbeschreibung abweichen, auch ohne Abgabe eines Hauptangebotes zugelassen. Wird eine Leistung angeboten, die von den vorgesehenen Spezifikationen abweicht, hat der Bieter bei der betreffenden Position in der Leistungsbeschreibung auf eine Anlage zum Angebot hinzuweisen. In dieser ist die abweichende Leistung eindeutig zu beschreiben und die Gleichwertigkeit im Hinblick auf Sicherheit, Gesundheit und Gebrauchstauglichkeit nachzuweisen;
  - andere Nebenangebote (z.B. über Zahlungsbedingungen, Gleitklauseln) nur in Verbindung mit einem Hauptangebot zugelassen.

## 7

### Eigenerklärung zur Eignung

- (1) Vor der Vergabe öffentlicher Aufträge bei Lieferungen und Leistungen ist von den Bewerbern oder Bietern eine Erklärung (Eigenerklärung) darüber zu verlangen, dass sie die Eignungskriterien erfüllen und ein Ausschluss vom Wettbewerb nach § 124 Abs. 1 Nr. 3 GWB nicht erfolgt ist und keine Verfehlungen im Sinne von § 2 Abs. 2 des Gesetzes zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW) vom 17. September 2013 (HmbGVBl. 2013, S. 417) vorliegen, die einen Ausschluss vom Wettbewerb rechtfertigen könnten. Ferner haben Bieter und Bewerber zu erklären, dass kein Eintrag im gemeinsamen Register zum Schutz des fairen Wettbewerbs der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein oder in vergleichbaren Registern anderer Bundesländer erfolgt ist.
- (2) Ein Angebot kann von der Wertung ausgeschlossen werden, wenn die Erklärung nicht rechtzeitig vorgelegt wird oder unzutreffende Erklärungen abgegeben werden.

## 8

### Auskunft aus dem Gewerbezentralregister

Der öffentliche Auftraggeber wird für den Bieter, der den Zuschlag erhalten soll, zur Bestätigung der Eigenerklärung eine Auskunft aus dem Gewerbezentralregister (§ 150a Gewerbeordnung) beim Bundesamt für Justiz anfordern bzw. anfordern lassen; von ausländischen Bietern wird ggf. eine gleichwertige Bescheinigung ihres Herkunftslandes gefordert.

Dies gilt bei der Vergabe öffentlicher Dienstleistungsaufträge nach VgV bzw. UVgO bei einer Auftragssumme ab 25.000 Euro (ohne Umsatzsteuer) in den Bereichen

- Gebäudereinigungsgewerbe
- Personen- und Gütertransportgewerbe
- Bewachungs- und Ordnungsgewerbe
- Entsorgungsgewerbe
- Auf- und Abbau von Messen und Ausstellungen
- Winterdienst,

sowie bei der Vergabe von Lieferungen und Leistungen nach VgV oder UVgO, bei Zweifeln an der Eignung.

## 9

### Register zum Schutz des fairen Wettbewerbs

- (1) Der öffentliche Auftraggeber ist verpflichtet, vor Entscheidungen über die Vergabe von Liefer- und Dienstleistungen sowie von Planungsleistungen ab einem Auftragswert von 25.000 Euro ohne Umsatzsteuer bei der zentralen Informationsstelle (ZIS) abzufragen, inwieweit Eintragungen im Register zum Schutz fairen Wettbewerbs (Register) zu den für einen Zuschlag vorgesehenen Bietern, deren Geschäftsführungen, Bewerbern sowie potenziellen Auftragnehmern vorliegen, soweit im Gesetz zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW) vom 17. September 2013 (HmbGVBl. 2013, S. 417) nichts anderes bestimmt ist.
- (2) Bei Bietergemeinschaften ist jedes Einzelunternehmen und deren Geschäftsführung abzufragen.
- (3) Der öffentliche Auftraggeber ist berechtigt, diese Nachfragen auch auf etwaige Nachunternehmer zu erstrecken.
- (4) Unterhalb der in Abs. 1 genannten Wertgrenze ist der öffentliche Auftraggeber berechtigt, eine Registerabfrage entsprechend Abs. 1 durchzuführen.
- (5) Bieter bzw. Bewerber müssen einwilligen, im potenziellen Auftragsfall für die Abfrage beim Register personenbezogene Daten (Name, Vorname, Geburtsdatum, Geburtsort) der verantwortlich handelnden Personen (Geschäftsführer, gesetzliche Vertreter) zu benennen, sowie die Zustimmung dieser Personen zur Weiterleitung der erforderlichen Daten an den öffentlichen Auftraggeber einzuholen. Ohne Einwilligung und Zustimmung kann der Zuschlag nicht erteilt werden.

Soweit im potenziellen Auftragsfall Nachunternehmer an der Auftragsabwicklung beteiligt werden sollen, ist auch von diesen eine gleichlautende Einwilligung sowie deren Zustimmung einzuholen, die erforderlichen Daten an den öffentlichen Auftraggeber weiterzuleiten. Ohne diese schriftlichen Einwilligungen und Zustimmungen werden Nachunternehmer vom öffentlichen Auftraggeber abgelehnt.

Die Erhebung und weitere Verarbeitung der Daten dient der Aufgabenerfüllung nach dem Gesetz zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW).

## 10

### Losentscheid

Der öffentliche Auftraggeber behält sich vor, bei wertungsgleichen Angeboten das Los entscheiden zu lassen.

# Hamburgische Zusätzliche Vertragsbedingungen für die Ausführung von Lieferungen und Dienstleistungen (HmbZVB-VOL/B)

vom 01.10.2017

## Hinweis:

Die Paragraphenangaben beziehen sich, soweit nicht anders angegeben, auf die Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B) - Fassung 2003 - (Bundesanzeiger Nr. 178 a vom 23. September 2003).

### **1. Art und Umfang der Leistungen (zu § 1 VOL/B)**

- (1) Die angebotenen Preise sind Festpreise ohne Umsatzsteuer. Diesen Festpreisen wird die Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe hinzugesetzt.
- (2) Durch die vereinbarten Preise sind im Zweifel sämtliche Leistungen des Auftragnehmers einschließlich Nebenleistungen wie die Erstellung von Betriebs-, Bedienungs-, Gebrauchsanweisungen und dgl. in deutscher Sprache, der Transport (inkl. Verpackung, Versicherung und Anlieferung an den bestimmungsgemäßen Leistungsort), das Aufstellen bzw. Installieren vor Ort und sonstige Kosten und Lasten wie Patentgebühren und Lizenzvergütungen abgegolten.

### **2. Änderungen der Leistung (zu § 2 VOL/B)**

Wird bei Änderung der Leistung oder anderen Anordnungen des Auftraggebers eine erhöhte Vergütung beansprucht, so muss der Auftragnehmer dies dem Auftraggeber unverzüglich vor der Ausführung, möglichst der Höhe nach, schriftlich anzeigen.

### **3. Mehr- oder Minderleistungen (zu § 2 Nr. 3 VOL/B)**

- (1) Soweit Preise je Einheit vereinbart sind, ist bei marktgemäßen, serienmäßigen Erzeugnissen der Auftragnehmer auf Verlangen des Auftraggebers verpflichtet, ohne Änderung der vertraglichen Einheitspreise Mehrleistungen bis zu 10 v.H. der im Auftrag festgelegten Mengen zu erbringen oder mit einer Minderung bis zu 10 v.H. einverstanden zu sein.
- (2) Absatz 1 gilt nicht bei Minderleistungen, wenn nach Mengen gestaffelte Preise oder Rabatte wirksam gebunden sind.

### **4. Ausführungsunterlagen (zu §§ 3 und 4 Nr. 1 VOL/B)**

Der Ausführung dürfen nur Unterlagen zu Grunde gelegt werden, die vom Auftraggeber ausdrücklich als zur Ausführung bestimmt gekennzeichnet sind. Die Verantwortung und Haftung des Auftragnehmers nach dem Vertrage, insbesondere nach § 4 Nr. 1 Absatz 1 und § 14 VOL/B, werden hierdurch nicht eingeschränkt.

### **5. Ausführung der Leistung (zu §§ 4, 10 VOL/B)**

- (1) Bewachung und Verwahrung des gesamten Besitzes des Auftragnehmers oder seiner Erfüllungsgehilfen einschließlich der Unterkünfte, Arbeitsgeräte, Arbeitskleidung usw. auf den Aufbaustellen – auch während der Arbeitsruhe – ist auch dann Sache des Auftragnehmers, wenn sich diese Gegenstände auf den Grundstücken oder in den Räumen des Auftraggebers befinden.
- (2) Der Auftragnehmer hat die ihm zur Ausführung der Leistung übergebenen Gegenstände vor unbefugtem Gebrauch zu schützen.
- (3) Hat der Auftraggeber auf Grund gesetzlicher Vorschriften Erfüllungsgehilfen des Auftragnehmers Schadensersatz zu leisten, so steht ihm der Rückgriff gegen den Auftragnehmer zu, soweit der Schaden durch Verschulden des Auftragnehmers oder seiner Erfüllungsgehilfen verursacht worden ist. Hat ein Verschulden des Auftraggebers oder seiner Erfüllungsgehilfen mitgewirkt, so findet für den Ausgleich § 254 BGB entsprechend Anwendung.
- (4) Der Auftragnehmer hat dem Auftraggeber spätestens zum Zeitpunkt des Gefahrenübergangs (Ziff. 11 Absatz 3) das volle uneingeschränkte Eigentum an dem geleisteten

bzw. gelieferten Gegenstand zu verschaffen. Die Verschaffung erfolgt frei von Rechten Dritter.

- (5) Die Gegenstände sind an die von der Empfangsstelle bezeichneten Räume bzw. auf die Grundstücksteile (Leistungsort) zu liefern. Jeder Lieferung ist ein Lieferschein beizufügen, der die Bestellscheinnummer, das Geschäftszeichen, die Warenbezeichnung und den Liefertag enthält.
- (6) Bei Lieferungen müssen die zu liefernden Geräte den zum Zeitpunkt der Lieferung geltenden Gesetzen, Normen und Standards entsprechen, insbesondere dem Produktsicherheitsgesetz (Gesetz über die Bereitstellung von Produkten auf dem Markt (BGBl. I 2011, S. 2179)) in der jeweiligen Fassung.
- (7) Der Auftraggeber kann sich von der vertragsgemäßen Ausführung der Leistungen unterrichten.

### **6. Nachunternehmer (zu § 4 Nr. 4 VOL/B)**

Sind im Angebot Nachunternehmer oder Bezugsquellen angegeben, so darf sie der Auftragnehmer nicht ohne vorherige Zustimmung des Auftraggebers wechseln.

### **7. Insolvenzverfahren oder ein vergleichbares gesetzliches Verfahren (zu § 8 Nr. 1 VOL/B)**

Wird die Eröffnung des Insolvenz- oder eines vergleichbaren gesetzlichen Verfahrens über das Vermögen des Auftragnehmers beantragt, so hat er dies dem Auftraggeber unverzüglich mitzuteilen.

### **8. Kündigung oder Rücktritt (zu § 8 Nr. 2 VOL/B)**

- (1) Der Auftraggeber ist berechtigt, den Vertrag mit sofortiger Wirkung zu kündigen oder von ihm zurückzutreten, wenn der Auftragnehmer Personen, die auf Seiten des Auftraggebers mit der Vorbereitung, dem Abschluss oder der Durchführung des Vertrages befasst sind, oder ihnen nahe stehenden Personen oder in ihrem Interesse einem Dritten Vorteile anbietet, verspricht oder gewährt. Solchen Handlungen des Auftragnehmers selbst stehen Handlungen von Personen gleich, die von ihm beauftragt oder für ihn tätig sind.
- (2) Der Auftraggeber ist berechtigt, den Vertrag mit sofortiger Wirkung zu kündigen oder von ihm zurückzutreten, wenn der Auftragnehmer selbst oder vermittelt durch von ihm eingesetzte Nachunternehmer schuldhaft gegen ihm obliegende Anforderungen oder Verpflichtungen nach §§ 3, 3a, 5 oder 10 HmbVgG verstößt.

### **9. Vertragsstrafe (zu § 11 VOL/B)**

- (1) Bei einem schuldhaften Verstoß gegen die aus §§ 3, 3a, 5 und 10 HmbVgG resultierenden Verpflichtungen ist der Auftragnehmer zur Zahlung einer Vertragsstrafe verpflichtet. Die Vertragsstrafe beträgt je Verstoß bis zu 1 v.H. der Abrechnungssumme. Der Auftragnehmer ist zur Zahlung der Vertragsstrafe nach S. 1 auch dann verpflichtet, wenn der Verstoß durch einen von ihm eingesetzten Nachunternehmer zu vertreten ist.
- (2) Ergänzend vereinbarte Vertragsstrafen für die Überschreitung von Ausführungsfristen bleiben unberührt. Hiervon wiederum bleiben weitergehende Schadensersatzansprüche wegen der Überschreitung von Ausführungsfristen unberührt; die Vertragsstrafen nach diesem Absatz 2 werden jedoch auf solche Schadensersatzansprüche angerechnet.

- (3) Die Summe aller zu zahlenden Vertragsstrafenbeträge wird auf insgesamt 5 v.H. der Abrechnungssumme begrenzt.
- (4) Der Anspruch auf Vertragsstrafe erlischt erst, wenn die Schlusszahlung ohne Vorbehalt geleistet wird.

#### **10. Güteprüfung (zu § 12 VOL/B)**

- (1) Proben und Muster zu berücksichtigten Angeboten bleiben bis zur Vertragserfüllung als für die Lieferung verbindliche Qualitätsmuster bei der Vergabestelle. Diese müssen der in der Leistungsbeschreibung bezeichneten Beschaffenheit entsprechen. Bis zu einem Wert von 10 Euro / Einheit werden sie, wenn sie nicht vom jeweiligen Vertragspartner innerhalb einer Frist von einem Monat nach Vertragsabschluss abgeholt oder zurückgefordert worden sind, von der Vergabestelle ohne Berechnung übernommen.
- (2) Die Kosten der Rücksendung trägt der Auftragnehmer. Ab einem Wert von 10 Euro/Einheit werden die Proben und Muster nach Vertragsabschluss in Absprache mit dem Vertragspartner entweder von der letzten Teillieferung abgesetzt, gegen Empfangsbestätigung wieder ausgehändigt bzw. im Ausnahmefall auf Kosten des Eigentümers zurückgesandt oder anderen Dienststellen der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) überlassen.
- (3) Verlangt der Auftraggeber eine im Vertrag nicht vereinbarte Güteprüfung, werden dem Auftragnehmer die dadurch entstandenen Kosten erstattet. Stellt sich bei der Güteprüfung jedoch heraus, dass die gelieferten Waren nicht den Bedingungen entsprechen, so sind etwaige Kosten für die Güteprüfung vom Auftragnehmer zu tragen. Die durch die Güteprüfung verbrauchten oder wertlos gewordenen Waren werden dann nicht vergütet.

#### **11. Abnahme, Gefahrübergang (zu § 13 VOL/B)**

- (1) Bei Aufbauleistungen hat der Auftragnehmer die Abnahme, ggf. auch Teilabnahme, rechtzeitig in Textform zu beantragen.
- (2) Die Leistung gilt als abgenommen:
  - a) bei Lieferungen mit der vorbehaltlosen Schlusszahlung,
  - b) bei Aufbauleistungen 12 Werktagen nach Eingang des in Textform gestellten Antrages auf Abnahme, soweit der Auftraggeber die Abnahme nicht verweigert.
- (3) Die Gefahr geht auf den Auftraggeber über:
  - a) bei Lieferungen mit der Entgegennahme durch die Empfangsstelle,
  - b) bei Aufbauleistungen mit der Abnahme.

#### **12. Verjährungsfrist für Mängelansprüche (zu § 14 VOL/B)**

Die Verjährungsfrist für Mängelansprüche beginnt mit Gefahrübergang (Ziff. 13). Bei wiederkehrenden Leistungen ist die Einzelleistung maßgeblich.

#### **13. Aufstellung der Rechnungen (zu § 15 VOL/B)**

- (1) Die Rechnung ist in zweifacher Ausfertigung einzureichen. Die zweite Ausfertigung ist als „Zweitschrift“ deutlich kenntlich zu machen.
- (2) Die Rechnung ist grundsätzlich in Übereinstimmung mit dem Angebot mit den Festpreisen ohne Umsatzsteuer aufzustellen. Von den Festpreisen sind alle vereinbarten Nachlässe, Skonti usw. abzuziehen. Zu dem verbleibenden Nettorechnungsbetrag ist neben dem Steuersatz die Umsatzsteuer am Schluss der Rechnung in einem Betrag gesondert hinzuzusetzen und der geforderte Rechnungsbetrag, der die Umsatzsteuer einschließt, aufzuführen.
- (3) Für selbstständige Teilleistungen (Teillieferungen) können nach Vereinbarung Teilrechnungen eingereicht werden.
- (4) Soweit Abschlags- oder Vorauszahlungen vereinbart sind, sind in den Rechnungen hierüber der zutreffende Steuersatz und die darauf entfallende Umsatzsteuer offen aus-

zuweisen. Diese Steuerbeträge sind in der Schlussrechnung vom Gesamtbetrag der Umsatzsteuer wieder abzusetzen.

#### **14. Zahlungsweise, Abtretung, Aufrechnung (zu § 17 VOL/B)**

- (1) Skontofristen beginnen mit dem Tage des Eingangs der Rechnungen (Eingangsstempel der zuständigen Empfangsstelle), jedoch
  - a) bei Aufbauleistungen nicht vor dem Tage der Abnahme
  - b) bei allen anderen Leistungen nicht vor dem Tage der Erfüllung.
- (2) Der Rechnungsbetrag wird ausschließlich bargeldlos auf ein in der Rechnung angegebenes Konto gezahlt.
- (3) Der Auftraggeber ist berechtigt, mit allen Gegenforderungen - auch aus anderen Rechtsverhältnissen - aufzurechnen. Unter Verzicht auf das Erfordernis der Gegenseitigkeit nach § 387 BGB willigt der Auftragnehmer ein, dass Forderungen der Bundesrepublik Deutschland oder der FHH an den Auftragnehmer gegen Forderungen des Auftragnehmers an eine dieser Körperschaften aufgerechnet werden, gleichviel ob er die Lieferungen oder Leistungen allein übernommen hat oder als gesamtschuldnerisch haftendes Mitglied einer Arbeitsgemeinschaft.

#### **15. Sicherheitsleistung (zu § 18 VOL/B)**

- (1) Ist für die Ausführung der Verträge und die Durchsetzung von Mängelansprüchen eine Sicherheit vereinbart, so beträgt sie 5 v.H. der Abrechnungssumme. Sicherheitsbeträge werden auf volle 10,- Euro nach unten abgerundet.
- (2) Wird die Sicherheit nicht binnen 12 Werktagen nach Zuschlagserteilung geleistet, so werden von jeder Abschlagszahlung 10 v.H. einbehalten, bis 5 v.H. der Gesamtabrechnungssumme erreicht sind. Werden Abschlagszahlungen nicht geleistet, so wird der Sicherheitsbetrag von der Abrechnungssumme einbehalten.
- (3) Die Sicherheit wird nach Ablauf der Verjährungsfrist für Mängelansprüche freigegeben, wenn während dieser Frist keine Mängel der Leistungen festgestellt werden. Werden vor Ablauf der Frist Mängel festgestellt, so bleibt die Sicherheit bis zur Beseitigung der Mängel gesperrt.

#### **16. Streitigkeiten (zu § 19 VOL/B)**

- (1) Bei Meinungsverschiedenheiten ist zunächst die Entscheidung der für die Abnahme der Leistung zuständigen Stelle herbeizuführen. Die Entscheidung gilt als anerkannt, wenn der Auftragnehmer nicht binnen eines Monats hiergegen beim Auftraggeber schriftlich Einwendungen erhebt.
- (2) Für die Regelung der vertraglichen und außervertraglichen Beziehungen zwischen den Vertragspartnern gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).
- (3) Bei Auslegung des Vertrages ist ausschließlich der in deutscher Sprache abgefasste Vertragswortlaut verbindlich. Erklärungen und Verhandlungen erfolgen in deutscher Sprache.
- (4) Gerichtsstand für alle Streitigkeiten im Zusammenhang mit dem Auftragsverhältnis ist Hamburg.

#### **17. Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers**

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers, insbesondere Zahlungs- und Lieferbedingungen, Angaben über Erfüllungsort und Gerichtsstand, gelten nur dann, wenn sie vom Auftraggeber ausdrücklich und schriftlich angenommen sind und den Geschäftsbedingungen des Auftraggebers nicht widersprechen. Soweit Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers Änderungen oder Ergänzungen an den Vergabeunterlagen beinhalten, führt dies gemäß § 42 Abs. 1 Nr. 4 Unterschwellenvergabeordnung – UVgO bzw. § 57 Abs. 1 Nr. 4 Vergabeverordnung – VgV zum Ausschluss des Angebots vom Vergabeverfahren.

## ERKLÄRUNG

Ich, die/der Unterzeichnende erkläre,

1. dass ich bzw. mein Unternehmen nicht nach der Technologie von L. Ron Hubbard arbeite,
2. dass weder ich noch meine Mitarbeiter nach der Technologie von L. Ron Hubbard geschult werden bzw. keine Kurse und/oder Seminare nach der Technologie von L. Ron Hubbard besuchen und
3. dass ich die Technologie von L. Ron Hubbard zur Führung meines Unternehmens (zur Durchführung meiner Seminare) ablehne.

, 03.04.2019

---

Ort, Datum

---

Unterschrift (Vor- und Zuname)

**Verhandlungsverfahren mit öffentlichem Teilnahmewettbewerb (EU) Nr. 2019000027**  
**Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung**

Art der Leistung:	Dienstleistungsauftrag
Ort der Leistung:	Hamburg
Anforderung der Vergabeunterlagen:	bis zum Ablauf der Angebotsfrist, ausschließlich elektronisch
Frist für Bieterfragen:	25.03.2019 10:00
Ablauf der Angebotsfrist (Einreichungstermin):	
Ablauf der Bindefrist:	
geplanter Vertragsbeginn:	15.08.2019

Es ist beabsichtigt, die in anliegender Leistungsbeschreibung bezeichneten Leistungen im Namen und für Rechnung der Freien und Hansestadt Hamburg zu vergeben. Die Bewerbungsbedingungen sind als Anlage beigefügt. Einzelheiten ergeben sich aus den Anlagen.

Falls Sie bereit sind, die Leistungen zu übernehmen, geben Sie Ihr **Angebot ausschließlich mittels der kostenlosen elektronischen Angebotsabgabe (eVergabe)** ab und unterzeichnen Sie dieses mit einer der zur Verfügung gestellten Signaturmethoden. Der Zugang zur eVergabe steht Ihnen im neuen Bieterportal unter [www.bieterportal.hamburg.de](http://www.bieterportal.hamburg.de) zur Verfügung.

Die Angebote werden nicht verlesen, Bieter und Preise nicht bekannt gegeben. Bis zum Einreichungstermin können die Angebote geändert werden; die Änderungsmitteilung ist in gleicher Weise einzureichen. Vom Einreichungstermin an ist der Bieter bis zum Ablauf der Bindefrist (s.o.) an sein Angebot gebunden.

Zu dieser Ausschreibung werden nur Anfragen beantwortet, die über die **Bieterkommunikation ("Kommunikation mit der Vergabestelle") der eVergabe** innerhalb der Frist für Bieterfragen gestellt werden.

Auskünfte erteilt (sofern in der Leistungsbeschreibung keine abweichenden Angaben gemacht werden) die

**Finanzbehörde Hamburg**  
**Organisation und Zentrale Dienste**

**Postanschrift: Gänsemarkt 36, 20354 Hamburg**  
**Telefax: +49 40427310686**  
**Mail: [ausschreibungen@fb.hamburg.de](mailto:ausschreibungen@fb.hamburg.de)**

Die Auskünfte werden zeitnah über die Bieterkommunikation der eVergabe veröffentlicht. Die Auskünfte der Vergabestelle werden Bestandteil der Vergabeunterlagen. Der Einwand, dass der Bieter über den Umfang der Leistung oder über die Art und Weise der Ausführung nicht genügend unterrichtet gewesen sei, ist ausgeschlossen.

Zuständig für die Nachprüfung behaupteter Verstöße gegen die Vergabebestimmungen ist die

Gemäß § 160 Abs. 1 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) leitet die Vergabekammer ein Nachprüfungsverfahren nur auf Antrag ein. Der Antrag ist gemäß § 160 Abs. 3 Nr. 1 GWB unzulässig, wenn der Antragsteller den gerügten Verstoß gegen Vergabevorschriften im Vergabeverfahren erkannt und gegenüber dem Auftraggeber nicht innerhalb einer Frist von 10 Kalendertagen gerügt hat; der Ablauf der Frist nach § 134 Abs. 2 GWB bleibt unberührt.

Des Weiteren ist gemäß § 160 Abs. 3 Nr. 4 GWB der Nachprüfungsantrag unzulässig, wenn mehr als 15 Tage nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind.

Der Auftraggeber akzeptiert die Einheitliche Europäische Eigenerklärung gem. § 50 der Vergabeverordnung (VgV).

### **Anlagen:**

- Leistungsbeschreibung
- abschließende Liste aller mit dem Angebot einzureichenden Nachweise
- Hamburgische Bewerbungsbedingungen
- Hamburgische Zusätzliche Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (HmbZVB-VOL/B) – in der jeweils gültigen Fassung –
- Angebotsvordruck
- Eigenerklärung zur Eignung
- Eigenerklärung Mindestlohn
- sonstige Unterlagen:

## Erklärung der Bietergemeinschaft

für Nr. 2019000027 über Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung ab  
15.08.2019 bis 31.03.2020

Wir, die nachstehend aufgeführten Unternehmen einer Bietergemeinschaft,

Geschäftsführendes  
Mitglied

\_\_\_\_\_

Mitglied

\_\_\_\_\_

Mitglied

\_\_\_\_\_

Mitglied

\_\_\_\_\_

beschließen, uns im Falle der Auftragserteilung zu einer Bieter-/ Arbeitsgemeinschaft  
zusammenschließen.

Wir erklären, dass

1. das oben bezeichnete geschäftsführende Mitglied die Bietergemeinschaftsmitgli oder gegenüber Finanzbehörde rechtsverbindlich vertritt,
2. das geschäftsführende Mitglied berechtigt ist, mit uneingeschränkter Wirkung für jedes Mitglied Zahlungen anzunehmen und
3. alle Mitglieder für die Erfüllung des Vertrages als Gesamtschuldner haften.

\_\_\_\_\_, den \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Veröffentlichung von Verträgen, Vereinbarung eines Rücktrittsrechts  
und Kennzeichnung von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen  
nach dem Hamburgischen Transparenzgesetz (HmbTG)  
bei Vergabeverfahren nach VgV, UVgO und KonzVgV**

**I. Anwendungsbereich**

Nachfolgende Musterformulierungen sind in allen förmlichen Vergabeverfahren mittels dieses Formblatts zum Bestandteil der Vergabeunterlagen zu machen. Bei Verhandlungsvergaben ist alternativ eine der unten unter II. stehenden Formulierungen und der Text unter III. in geeigneter Form in den Vertrag aufzunehmen. Bei Vergaben, die mit dem elektronischen Bestellwesen abgewickelt werden, werden diese Vorgaben vom System bereits berücksichtigt.

**II. Wirksamkeit und Veröffentlichung des Vertrages; Rücktrittsrecht**

**(Zutreffendes ist von der Vergabestelle anzukreuzen:)**

Dieser Vertrag ist ein Vertrag der Daseinsvorsorge (§ 3 Abs. 1 Nr. 4 HmbTG) oder ein Vertrag, an dessen Veröffentlichung ein öffentliches Interesse besteht und dessen Veröffentlichung die wirtschaftlichen Interessen der Freien und Hansestadt Hamburg nicht erheblich beeinträchtigt (§ 3 Abs. 2 Nr. 1 HmbTG).

Der Gegenstandswert liegt über (netto) 100.000 Euro (§ 9 Abs. 2 Nr. 1 HmbTG). Damit gilt:

1. Dieser Vertrag unterliegt dem Hamburgischen Transparenzgesetz (HmbTG) und wird nach Maßgabe der Vorschriften des HmbTG im Informationsregister veröffentlicht werden. Zudem kann er Gegenstand von Auskunftsanträgen nach dem HmbTG sein.
2. Verträge, die unter § 10 Abs. 2 HmbTG fallen, werden erst einen Monat nach ihrer Veröffentlichung im Informationsregister wirksam. Die FHH kann binnen dieses Monats zurücktreten, wenn der Freien und Hansestadt Hamburg nach der Veröffentlichung des Vertrages von ihr nicht zu vertretende Tatsachen bekannt werden, die sie, wären sie schon zuvor bekannt gewesen, dazu veranlasst hätten, einen solchen Vertrag nicht zu schließen, und ein Festhalten am Vertrag für die Freie und Hansestadt Hamburg unzumutbar ist.

Dieser Vertrag ist kein Vertrag der Daseinsvorsorge (§ 3 Abs. 1 Nr. 4 HmbTG) und auch kein Vertrag, an dessen Veröffentlichung ein öffentliches Interesse besteht und dessen Veröffentlichung die wirtschaftlichen Interessen der Freien und Hansestadt Hamburg nicht erheblich beeinträchtigt (§ 3 Abs. 2 Nr. 1 HmbTG)

oder der Gegenstandswert liegt unter (netto) 100.000 Euro (§ 9 Abs. 2 Nr. 1 HmbTG). Damit gilt:

1. Dieser Vertrag unterliegt dem Hamburgischen Transparenzgesetz (HmbTG). Bei Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen, die nach derzeitiger Bewertung jedoch nicht gegeben sind, wird er nach Maßgabe der Vorschriften des HmbTG im Informationsregister veröffentlicht.
2. Unabhängig von einer möglichen Veröffentlichung kann der Vertrag Gegenstand von Auskunftsanträgen nach dem HmbTG sein.

**III. Kennzeichnung von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen; Haftung**

Der Bieter ist gemäß § 7 Abs. 3 HmbTG verpflichtet, bereits im Angebot die Dokumente in geeigneter Form zu kennzeichnen, welche nach seiner Einschätzung Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse enthalten, und dies ggf. zu begründen. Für durch die Verletzung eines Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisses bei der Veröffentlichung im Informationsregister oder Herausgabe auf Antrag nach dem HmbTG entstehende Schäden haftet die Freie und Hansestadt Hamburg nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

**Elektronische Angebotsabgabe:**

Bei elektronischer Angebotsabgabe ist dieser Vordruck nicht auszufüllen, er bleibt jedoch inhaltlich (insb. Punkte 1 bis 4) Bestandteil der Vergabeunterlagen.

Name und Anschrift des Bieters:

Telefon:  
E-Mail:  
Sachbearbeiter:

Fax:  
Internet:

Anschrift und Telefon des Vertreters in Hamburg (nur bei auswärtigen Firmen):

Freie und Hansestadt Hamburg  
Finanzbehörde Hamburg  
Gänsemarkt 36 20354 Hamburg

**Angebot**

Ausschreibung Nr. 2019000027

1. Die Ausführung der in den Anlagen dieses Angebotsvordrucks beschriebenen Leistungen wird zu den eingesetzten Festpreisen ohne Umsatzsteuer angeboten. Diesen Preisen wird die Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe hinzugerechnet. Die Preise schließen alle Nebenkosten ein.

2. An dieses Angebot hält sich der Bieter bis zum Ablauf der Bindefrist (siehe Aufforderung zur Angebotsabgabe) gebunden.

3. Dem Angebot liegen die

- a) Leistungsbeschreibung,
  - b) Hamburgischen Zusätzlichen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (HmbZVB-VOL/B) – in der jeweils gültigen Fassung,
  - c) Aufforderung zur Angebotsabgabe einschl. Hamburgische Bewerbungsbedingungen für die Vergabe von Leistungen (VOL) – in der jeweils gültigen Fassung,
  - d) Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B) – in der jeweils gültigen Fassung,
  - e) Eigenerklärungen
- zu Grunde.

Bei Widersprüchen gelten die Vertragsbestandteile nacheinander in der angegebenen Reihenfolge.

4. Unentgeltliche Nebenleistungen (Zugaben) werden ausgeschlossen und führen zum Ausschluss des Angebots.

5. Besondere Bemerkungen des Bieters (ggf. auf gesondertem Blatt):

.....  
.....  
.....

6. Anlagen zum Angebot:

.....  
.....  
.....

Angebote, die nicht den formalen Anforderungen des § 38 UVgO und des § 53 VgV entsprechen, werden ausgeschlossen.

Wird das Angebot unvollständig oder unrichtig ausgefüllt, fehlen geforderte Nachweise oder sind Änderungen des Bieters an seinen Eintragungen nicht zweifelsfrei, so kann es vom Wettbewerb ausgeschlossen werden.

....., den .....

.....  
(Stempel und Unterschrift)



**Freie und Hansestadt Hamburg**  
Finanzbehörde

**- Verfahrensbrief Nr. 1: Teilnahmewettbewerb -**

**zum**  
**Verhandlungsverfahren mit öffentlichem Teilnahmewettbewerb**  
**über eine**  
**Wahlmotivationskampagne zur Wahl der Hamburgischen Bürgerschaft 2020**

**gem.**  
**Vierter Teil des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) sowie**  
**nach**  
**der Verordnung über die Vergabe öffentlicher Aufträge**  
**(Vergabeverordnung - VgV)**

**Vergabenummer 2019000027**

Stand: 28.02.2019

Finanzbehörde Hamburg  
Hamburgweite Dienste und Organisation  
Beschaffung und Strategischer Einkauf für Hamburg

  
Gänsemarkt 36  
20354 Hamburg

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>ALLGEMEINES</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>AUSSCHREIBUNGSZIEL</b> .....	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>AUSSCHREIBUNGSUMFANG</b> .....	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>ABLAUF DES VERHANDLUNGSVERFAHRENS</b> .....	<b>4</b>
<b>4.1</b>	<b>ÖFFENTLICHER TEILNAHMEWETTBEWERB</b> .....	<b>4</b>
<b>4.2</b>	<b>VERHANDLUNGSRUNDE(N)</b> .....	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>FRISTEN/TERMINE</b> .....	<b>6</b>
<b>6</b>	<b>HINWEISE ZUM TEILNAHMEANTRAG/ANGEBOT</b> .....	<b>6</b>
<b>6.1</b>	<b>GRUNDLAGEN</b> .....	<b>6</b>
<b>6.2</b>	<b>BEARBEITUNG UND EINREICHUNG DES ANGBOTS/TEILNAHMEANTRAGS</b> .....	<b>7</b>
<b>7</b>	<b>BIETERKOMMUNIKATION</b> .....	<b>7</b>
<b>8</b>	<b>NEBENANGEBOTE</b> .....	<b>7</b>
<b>9</b>	<b>BIETERGEMEINSCHAFT</b> .....	<b>8</b>
<b>10</b>	<b>UNTERAUFTRAGSVERGABE</b> .....	<b>8</b>
<b>11</b>	<b>EIGNUNGSBEZOGENE UNTERLAGEN FÜR DEN TEILNAHMEWETTBEWERB</b> .....	<b>8</b>
<b>12</b>	<b>SONSTIGE BESONDERE BEDINGUNGEN FÜR DEN TEILNAHMEWETTBEWERB</b> .....	<b>10</b>
<b>13</b>	<b>HINWEISE ZU DEN UNTERLAGEN</b> .....	<b>11</b>
<b>14</b>	<b>WEITERE INFORMATIONEN, AUFTRAGSBEKANNTMACHUNG, WIRTSCHAFTSAUSKÜNFTE</b> .....	<b>11</b>
<b>15</b>	<b>VERGABEKAMMER</b> .....	<b>12</b>

Sehr geehrte Damen und Herren,

zunächst bitten wir Sie um die Abgabe eines Teilnahmeantrages am Vergabeverfahren (siehe Ziffer 4.1).

Es ist beabsichtigt, die im anliegenden Technischen Leistungsverzeichnis bezeichneten Leistungen im Namen und für Rechnung der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) zu vergeben. Die Bewerbungsbedingungen sind als Anlage beigefügt. Die Vergabestelle verweist auf die EU-Auftragsbekanntmachung als das führende Dokument.

## 1 Allgemeines

Die Unterlagen für den Teilnahmewettbewerb bestehen aus:

1. diesem Verfahrensbrief einschl. Hamburgische Bewerbungsbedingungen für die Vergabe von Lieferungen und Dienstleistungen – in der jeweils gültigen Fassung,
2. den Hamburgischen Zusätzlichen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (HmbZVB-VOL/B) – in der jeweils gültigen Fassung und den Besonderen Vertragsbedingungen,
3. den Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B) – in der jeweils gültigen Fassung,
4. dem technischen Leistungsverzeichnis (Entwurf),
5. Eigenerklärungen
6. Anlagen: Weiterführende Informationen über die Hamburgische Bürgerschaft sowie Übersicht über die Eignungskriterien

## 2 Ausschreibungsziel

Die FHH – Bürgerschaftskanzlei - als Auftraggeberin (AG) beabsichtigt den Abschluss eines Vertrages über die Planung und Durchführung einer Motivations- und Informationskampagne zur Wahl zur Hamburgischen Bürgerschaft 2020.

Die Details der nachgefragten Leistung ergeben sich aus den beigefügten Unterlagen. Die darin enthaltenen Entwürfe der Vertragsunterlagen und die technische Leistungsbeschreibung werden parallel zum Teilnahmewettbewerb weiter bearbeitet und den Teilnehmern, die zur Abgabe eines Erstangebotes aufgefordert werden, als Kalkulationsgrundlage zur Verfügung gestellt. Der Auftrag wird als Gesamtauftrag vergeben, also nicht weiter in Lose aufgeteilt.

Das förmliche Ausschreibungsverfahren führt die Finanzbehörde Hamburg.

## 3 Ausschreibungsumfang

Die Hamburgische Bürgerschaft plant eine Motivations- und Informationskampagne, die zum Ziel hat, unter Einbeziehung wichtiger Akteure die Wahlbeteiligung zu erhöhen und die Bürgerinnen und Bürger zu motivieren, ihr Wahlrecht wahrzunehmen.

Hierfür wird eine Agentur gesucht, die folgende Aufgaben übernimmt:

1. Konzeption und Realisierung einer Wahlmotivationskampagne zur Bürgerschaftswahl in Hamburg am 23. Februar 2020
2. Ansprache und Gewinnung von möglichen lokalen Partnern zur Steigerung der kommunikativen Reichweite.

Ausgeschrieben wird ein Rahmenvertrag bis 31.03.2020 für die kommunikative Betreuung der Wahlmotivationskampagne in diesem Zeitraum in Hamburg.

## 4 Ablauf des Verhandlungsverfahrens

### 4.1 Öffentlicher Teilnahmewettbewerb

Es handelt sich in diesem ersten Verfahrensschritt zunächst um einen öffentlichen Teilnahmewettbewerb – siehe Bekanntmachung in der Europäischen Union-, so dass noch kein Angebot einzureichen ist, sondern nur ein Teilnahmeantrag mit den in der EU-Bekanntmachung und unter Ziffer 11 und 12 dieses Verfahrensbriefes genannten Unterlagen. Innerhalb dieses Teilnahmewettbewerbs wird die Eignung der Bewerberinnen und Bewerber überprüft. Die Anforderungen des Teilnahmewettbewerbs und die Angaben in den Teilnahmeanträgen werden im Falle der Zuschlagserteilung Bestandteil des Vertrages.

Objektive Kriterien für die Auswahl der begrenzten Zahl von Bewerberinnen und Bewerbern:

Maßgebend für die Auswahl ist neben der Erfüllung aller formalen Anforderungen und Kriterien und der grundsätzlichen Eignung für die Aufgabe die erreichte Bewertung. Zum Verhandlungsverfahren zugelassen werden die 3 bis 5 Teilnahmeanträge mit den höchsten Bewertungen (Leistungspunkten).

Insgesamt können max. 30 Punkte erreicht werden, wobei 10 Punkte im Bereich der personellen Kompetenzen vergeben werden und jeweils 10 Punkte pro Referenzbeispiel für den Nachweis der fachlichen Kompetenzen. Hierzu siehe auch die Bekanntmachung bei der EU.

Die Bewertung der zwei detaillierten Referenzbeispiele erfolgt hinsichtlich der Qualität und Vergleichbarkeit mit der Aufgabenstellung des Auftrags, insbesondere in Bezug auf die fünf in der Anlage Eignungskriterien angegebenen Kriterien. Dabei wird eine Referenz als umso vergleichbarer beurteilt, je stärker sich das Referenzprojekt und das vorliegende Projekt in Art und Umfang ähneln. Auch bei Bietergemeinschaften besteht die Begrenzung auf zwei detaillierte Referenzen insgesamt.

### 4.2 Briefing

Die AG behält sich vor, Bewerberinnen und Bewerber, die zur Abgabe eines Erstangebotes aufgefordert werden, zu Briefing-Terminen einzuladen. Diese finden voraussichtlich in den KW 18-20 statt.

Im Rahmen dieses Briefing-Termins werden die Aufgabenstellung und die Ziele nochmals kurz erläutert. Der Briefing-Termin soll zusätzlich die Möglichkeit geben, ein Gefühl für die Auftraggeberin und die ausgeschriebene Aufgabe zu erhalten.

Weitere Informationen erhalten die Bewerberinnen und Bewerber, wenn erforderlich, in separaten Einladungen. Ein Anspruch auf Briefing-Termine besteht für die Bewerberinnen und Bewerber nicht.

### 4.3 Verhandlungsrunde(n)

Mit der Aufforderung zur Abgabe von Erstangeboten versendet die Vergabestelle die vollständigen Vergabeunterlagen einschließlich des Vertragsentwurfs mitsamt möglicher Anlagen. Das Erstangebot sollte vorbehaltlich folgende Bestandteile beinhalten:

Konzeptionell:

- Analyse und Strategie

- Kernidee(n) und Grobkonzept
- Partnerschafts-Konzept
- Kommunikationskonzept inkl. Media
- Planung und Timing

Kaufmännisch:

- Annahme oder Änderungswünsche zum Vertrag inkl. konkreter Leistungsbeschreibung
- Kalkulation Agenturhonorare und Fremdleistungen

Die Zuschlagskriterien (Bewertungskriterien) befinden sich noch in Abstimmung und werden mit der Aufforderung zur Abgabe von Erstangeboten bekanntgegeben. Die Angaben zu den Zuschlagskriterien auf Seite 1 der Unterlagen für den Teilnahmewettbewerb sind technisch bedingte Platzhalter und daher nicht verbindlich.

Es können Bieterfragen zu den Vergabeunterlagen gestellt werden. Die Auftraggeberin wird die eingegangenen Fragen sammeln und jeweils gemeinsam in anonymisierter Form beantworten. Darüber hinaus erhalten die ausgewählten Bewerberinnen und Bewerber Gelegenheit, mit ihren Erstangeboten den Vertragsentwurf zu kommentieren und Änderungen vorzuschlagen.

Die Auftraggeberin beabsichtigt grundsätzlich, alle Bieterinnen und Bieter, die Erstangebote abgegeben haben, zu ersten Verhandlungen über diese Angebote einzuladen (Bieterverhandlungen). Ergibt sich nach der Wertung der Erstangebote anhand der mit der Aufforderung zur Abgabe von Erstangeboten bekanntgegebenen Zuschlagskriterien (Bewertungskriterien) jedoch bereits, dass bei einzelnen Bieterinnen und Bietern keine hinreichende Zuschlagschance besteht, behält sich die Auftraggeberin vor, die Zahl der im Verfahren weiter zu berücksichtigenden Bieterinnen und Bieter entsprechend zu reduzieren. In diesem Fall werden die betroffenen Bieterinnen und Bieter über die Gründe für diese Entscheidung informiert

Im Zuge der Verhandlungen erhalten die Bieterinnen und Bieter Gelegenheit, ihr Angebot zu präsentieren. Die Verhandlungen finden voraussichtlich in der 23./24. Kalenderwoche 2019 in den Räumen der Bürgerschaftskanzlei statt.

Ferner sollen in den Verhandlungen unter Wahrung der Vertraulichkeit auch die Kommentare und Änderungsvorschläge der Bieterinnen und Bieter zu den Vergabeunterlagen behandelt werden, soweit dies in dieser Verfahrensphase zweckmäßig erscheint. Ferner dienen die Bieterverhandlungen der ggf. erforderlichen Aufklärung der Erstangebote.

Die Bieterinnen und Bieter haben sicherzustellen, dass im Verhandlungszeitraum ausreichende personelle Ressourcen zur Verfügung stehen. Auf Seiten der Bieterinnen und Bieter soll mindestens der Geschäftsführer oder Prokurist oder ein sonstiges von der Geschäftsleitung bevollmächtigtes Mitglied sowie das für die Auftragserfüllung zuständige Kernprojektteam teilnehmen. Das genannte Zeitfenster wird zeitnah nach Öffnung der Erstangebote konkretisiert.

Ergibt die Angebotsaufklärung im Zuge der Verhandlungen, dass bei einzelnen Bieterinnen und Bietern keine hinreichende Zuschlagschance besteht, behält sich die Auftraggeberin, auch in diesem Verfahrensstadium vor, die Zahl der weiter im Verfahren zu berücksichtigenden Bieterinnen und Bieter entsprechend zu reduzieren. Die betroffenen Bieterinnen und Bieter werden wiederum über die Gründe für diese Entscheidung informiert.

Die Auftraggeberin behält sich vor, im Nachgang zu den Bieterverhandlungen die Vertragsunterlagen im Hinblick auf die Ergebnisse der Verhandlungen zu überarbeiten.

Im Anschluss ist beabsichtigt, die noch im Verfahren verbliebenen Bieterinnen und Bieter zur Abgabe finaler Angebote aufzufordern. Mit der Aufforderung zur Abgabe finaler Angebote werden den Bieterinnen und Bietern die ggf. angepassten Vertragsunterlagen zugeleitet. Die Auftraggeberin behält sich jedoch vor, zunächst lediglich zur Abgabe überarbeiteter Angebote aufzufordern, wenn nach den Verhandlungen nicht hinreichend gewährleistet erscheint, dass annehmbare finale Angebote eingehen, und wird ggf. erst nach einer weiteren Verhandlungsrunde zur Abgabe finaler Angebote auffordern.

Nach Eingang der finalen Angebote wird auf Basis der bereits mit der Aufforderung zur Abgabe von Erstangeboten mitgeteilten Zuschlagskriterien (Bewertungsmatrix) das wirtschaftlichste Angebot ermittelt.

Die Bieterinnen und Bieter werden über die beabsichtigte Zuschlagsentscheidung gemäß § 134 GWB informiert.

## 5 Fristen/Termine

Art der Leistung	Dienstleistungsauftrag
Ort der Leistung	Hamburg
Anforderung der Vergabeunterlagen	bis zum Ablauf der Teilnahme-/ Angebotsfrist, ausschließlich elektronisch
Frist für Bieterfragen Teilnahmewettbewerb	25.03.2019 10:00 Uhr
Ablauf der Bewerbungsfrist für den Teilnahmewettbewerb (Einreichungstermin)	02.04.2019 10:00 Uhr
Ablauf der Bindefrist	Erfolgt bei der Aufforderung der finalen Angebotsabgabe.
geplanter Zuschlagstermin für die finalen Angebote	33. KW 2019
geplanter Leistungsbeginn	mit Zuschlagserteilung und Ablauf der Frist nach HmbTG

## 6 Hinweise zum Teilnahmeantrag/Angebot

### 6.1 Grundlagen

Die Verfahrenssprache ist Deutsch.

Die Ausführung der in den Anlagen dieses Verfahrensbriefes beschriebenen Leistungen wird zu den eingesetzten Festpreisen ohne Umsatzsteuer angeboten. Diesen Preisen wird die Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe hinzugerechnet. Die Preise schließen alle Nebenkosten ein soweit dieses nicht im Vertrag anders geregelt ist.

Vom Einreichungstermin an sind Sie als Bieter bis zum Ablauf der Bindefrist (s.o.) an Ihren Teilnahmeantrag und an Ihr finales Angebot gebunden.

Für die im Rahmen des Ausschreibungsverfahrens zu fertigenden Ausarbeitungen sowie die Präsentation im Verhandlungsverfahren wird eine Vergütung in Höhe von 6302,52 Euro gezahlt. Darüber hinaus findet keine Erstattung sonstiger Kosten wie z.B. Reisekosten statt.

## 6.2 Bearbeitung und Einreichung des Angebots/Teilnahmeantrags

Die **aktuellen und vollständigen** Vergabeunterlagen finden Sie im Bieterportal unter: [www.bieterportal.hamburg.de](http://www.bieterportal.hamburg.de)

Falls Sie bereit sind, die ausgeschriebenen Leistungen zu übernehmen, geben Sie Ihren Teilnahmeantrag bitte ausschließlich mittels des Bieterassistenten der eVergabe ab. Der Zugang zur eVergabe steht Ihnen im Bieterportal unter [www.bieterportal.hamburg.de](http://www.bieterportal.hamburg.de) zur Verfügung.

Für das vorliegende Verfahren ist es nicht erforderlich, den Teilnahmeantrag mittels einer digitalen Signatur zu unterzeichnen. Es genügt, im letzten Schritt Ihren Vor- und Nachnamen in das hierfür vorgesehene Feld einzutragen.

Die Teilnahmeanträge werden nicht verlesen, Bieterinnen und Bieter und Preise nicht bekannt gegeben. Bis zum Einreichungstermin können die Teilnahmeanträge über die eVergabe im Bieterportal geändert werden. Vom Einreichungstermin an sind Sie als Bieterin oder Bieter bis zum Ablauf der Bindefrist (s.u.) an Ihr(en) Teilnahmeantrag/Angebot gebunden.

Wir weisen darauf hin, dass Sie als die Bieterin oder der Bieter gem. § 2 der Bewerbungsbedingungen für die Vergabe von Lieferungen und Dienstleistungen die Vollständigkeit der Vergabeunterlagen nach Erhalt zu prüfen haben. Stellen Sie inhaltliche Unstimmigkeiten oder Unklarheiten fest, so wenden Sie sich bitte unverzüglich an die Vergabestelle.

## 7 Bieterkommunikation

Zu dieser Ausschreibung werden nur Anfragen beantwortet, die über die **Bieterkommunikation der eVergabe** innerhalb der Frist für Bieterfragen gestellt werden. Für Fragen, die nach Ablauf der Frist eingehen, kann eine Beantwortung nicht zugesagt werden (Ermessen der Vergabestelle).

Die Auskünfte inkl. ggf. beigefügter Anlagen werden ebenfalls ausschließlich in der **Bieterkommunikation der eVergabe** veröffentlicht. Bitte loggen Sie sich für die Kenntnisnahme im Bieterportal der eVergabe ein und wechseln Sie dann in die **Bieterkommunikation der eVergabe** des jeweiligen Projekts.

Bieterinnen und Bieter und Interessentinnen und Interessenten, die sich im Bieterassistenten der eVergabe die Ausschreibung bereits auf den Kartenreiter „Meine Angebote“ gezogen haben oder die Funktion „Nachrichten bestellen“ ausgewählt haben, erhalten den Hinweis auf Antworten der Vergabestelle außerdem per Email (nur Antworttext ohne ggf. beigefügte Anlagen).

**Die Auskünfte der durchführenden Vergabestelle werden Bestandteil der Vergabeunterlagen.**

Der Einwand, dass die Bieterin oder der Bieter über den Umfang der Leistung oder über die Art und Weise der Ausführung nicht genügend unterrichtet gewesen sei, ist ausgeschlossen.

## 8 Nebenangebote

Nebenangebote sind nicht zugelassen.

## 9 Bietergemeinschaft

Bewerber- bzw. Bietergemeinschaften sind zugelassen.

Falls Sie beabsichtigen ggfs. im Zuge der Angebotsphase als Bietergemeinschaft ein Angebot abgeben zu wollen, füllen Sie die beigefügte „Erklärung der Bietergemeinschaft“ aus und unterschreiben Sie diese. Um die Erklärung **bis zum Ende der Bewerbungsfrist** mit dem Teilnahmeantrag einzureichen, scannen Sie sie anschließend ein und laden Sie sie im Bieterassistenten hoch. Die nachträgliche Bildung von Bietergemeinschaften ist regelmäßig unzulässig.

## 10 Unterauftragsvergabe

Sofern Sie beabsichtigen, Leistungen von Unterauftragnehmern erbringen zu lassen, benennen Sie, welchen Teil der Leistung dies jeweils betrifft.

Für den/die vorgesehenen Unterauftragnehmer legen Sie eine Verpflichtungsermächtigung für die Teile des Auftrages vor, die im Wege der Unterauftragsvergabe erbracht werden sollen vor.

Falls Sie gem. § 47 Vergabeverordnung – VgV zum Nachweis Ihrer Eignung die Kapazitäten anderer Unternehmen in Anspruch nehmen möchten (Eignungsleihe), legen Sie mit dem Angebot die entsprechenden Unterlagen zur Eignung vor.

Die Ausführung der Leistung oder wesentlicher Teile davon dürfen jeweils nur mit **vorheriger schriftlicher Zustimmung der AG** an andere übertragen werden.

Die Verantwortung für die Auswahl der Unterauftragnehmer und die Gestaltung der Unteraufträge liegt beim AN.

Des Weiteren gelten die Bestimmungen gem. § 5 Hamburger Vergabegesetz (HmbVgG) zum Nachunternehmereinsatz.

## 11 Eignungsbezogene Unterlagen für den Teilnahmewettbewerb

Für die erforderliche Überprüfung Ihrer Eignung in Bezug auf Fachkunde und Leistungsfähigkeit ist es erforderlich, dass Sie mit dem Teilnahmeantrag bis zum Ende der Bewerbungsfrist die nachfolgend aufgeführten Unterlagen einreichen:

(siehe auch EU-Bekanntmachung)

Anlagen-Nr.	Eignungsbezogene Unterlagen
	<i>Befähigung und Erlaubnis zur Berufsausübung einschließlich Auflagen hinsichtlich der Eintragung in einem Berufs- oder Handelsregister</i>
E 1	<u>Eigenerklärung zur Eignung</u>  Das entsprechende Formular finden Sie in den Vergabeunterlagen.  Ausländische Bieterinnen und Bieter haben auf Verlangen eine gleichwertige Bescheinigung einer zuständigen Behörde oder eines Notars vorzulegen.

E 2	<p><u>Eigenerklärung über ein eventuelles Insolvenzverfahren</u></p> <p>Bestätigung im Rahmen der elektronischen Abgabe des Teilnahmeantrages. Es ist kein gesondertes Formular auszufüllen.</p>
E 3	<p><u>Eigenerklärung zur Zahlung von Steuern und Abgaben sowie der Beiträge zur gesetzlichen Sozialversicherung</u></p> <p>Bestätigung im Rahmen der elektronischen Abgabe des Teilnahmeantrages. Es ist kein gesondertes Formular auszufüllen.</p>
E 4	<p>Wenn zutreffend: <u>Eigenerklärung Bietergemeinschaft</u></p> <p>Das entsprechende Formular finden Sie in den Vergabeunterlagen.</p>
E 5	<p><u>Eigenerklärung zum Konkurrenzschutz</u></p> <p>Bestätigung im Rahmen der elektronischen Abgabe des Teilnahmeantrages. Es ist kein gesondertes Formular auszufüllen.</p>
<i>Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit</i>	
E 6	<p><u>Eigenerklärung über die Umsätze der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre der Bewerberin oder des Bewerbers und der involvierten Agenturen bzw. von jeder Bewerberin oder jedem Bewerber einer Bietergemeinschaft (falls zutreffend).</u></p> <p>Angaben im Rahmen der elektronischen Abgabe des Teilnahmeantrages. Es ist kein gesondertes Formular auszufüllen.</p> <p><b>Mindestanforderungen:</b> Mindestens ist ein Umsatz von insgesamt 1,5 Mio. Euro in den letzten drei Geschäftsjahren nachzuweisen.</p>
<i>Technische und berufliche Leistungsfähigkeit</i>	

<p>E 7</p>	<p><u>1) Referenzliste: Nachweis von min. zwei aussagekräftigen Referenzbeispielen (Referenzcases), sowie weiteren Cases zu in den letzten sechs Jahren erbrachten Leistungen ähnlicher Art und ähnlichen Umfangs.</u> Bitte zeigen Sie auf, dass die erforderlichen Erfahrungen und Kompetenzen für die von der Auftraggeberin in Aussicht gestellten Aufgaben und ihren Teilaufgaben gegeben sind. Nennen Sie die jeweils zuständigen Agenturteams, den jeweiligen Rechnungswert, den Leistungszeitraum sowie die Auftraggeberin oder den Auftraggeber der erbrachten Dienstleistungen. Diese Referenzbeispiele sind nach der Relevanz aus Sicht der Agentur in absteigender Reihenfolge zu sortieren und als Anlage beizufügen.</p> <p><u>2) Die wichtigsten zwei Referenzbeispiele aus Nr.1 sind in einer separaten Anlage (z.B. eigenes Booklet) darzustellen,</u> die folgendes enthalten sollte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgabe</li> <li>- Ziele</li> <li>- Lösung / Idee der Agentur</li> <li>- Beispiele der Umsetzung mit Fokus auf Nachweise zur Generierung von Aufmerksamkeit und medialen Buzz</li> <li>- Erfolgsnachweise / KPI Messung</li> <li>- beteiligtes Kernteam inkl. beruflicher Qualifikation</li> </ul> <p>Cases können in Form einer Präsentation oder gern auch als Case-Film eingereicht werden. Wichtig ist es, dass die Herausforderung, die Idee und die Wirkung / der Erfolg schnell und einfach nachvollzogen werden können. Bei Präsentationen sollten diese ca. 10 Seiten je Referenz nicht überschreiten.</p>
<p>E 8</p>	<p><u>Darstellung und Benennung des im Falle der Zuschlagserteilung vorgesehene Kernteams:</u> <u>Nachweis von personellen Kompetenzen anhand geeigneter Unterlagen, wie Kurz-Vitas und Kunden-Referenzen.</u> Dabei ist herauszustellen, welche Kompetenzen das Kernteam für die vorliegende Aufgabe befähigen.</p>

Die AG akzeptiert die Einheitliche Europäische Eigenerklärung (EEE) gem. § 50 Vergabeverordnung (VgV). Sie haben als Bieterin oder Bieter die Möglichkeit, Ihre Eignung und das Nichtvorliegen von Ausschlussgründen durch Vorlage der Einheitlichen Europäischen Eigenerklärung (EEE) vorläufig zu belegen. Die Auftraggeberin kann Sie dann jederzeit gem. § 50 (2) VgV während des Verfahrens auffordern, sämtliche oder einen Teil der nach §§ 44 bis 49 VgV geforderten Unterlagen beizubringen.

Sie haben weiter die Möglichkeit, Ihre Eignung teilweise durch ein Zertifikat des Präqualifizierungssystems **PQ-VOL** des Kooperationsverbundes Präqualifizierung-Nord (PQ-Nord) gemäß § 122 Abs. 3 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung (GWB) nachzuweisen.

Nähere Informationen hierzu finden Sie im Internet unter [www.pq-vol.de](http://www.pq-vol.de).

## 12 Sonstige besondere Bedingungen für den Teilnahmewettbewerb

Außerdem ist es erforderlich, dass Sie mit dem Teilnahmeantrag bis zum Ende der Bewerbungsfrist die nachfolgend aufgeführte Unterlagen einreichen:  
(siehe auch EU-Bekanntmachung)

Anlagen-Nr.	Sonstige besondere Bedingungen
S 1	<u>Erklärung Scientology Technologie nach L. Ron Hubbard</u> Das entsprechende Formular finden Sie in den Vergabeunterlagen.
S 2	<u>Eigenerklärung zur Tariftreue und Zahlung eines Mindestlohnes gemäß § 3 Hamburgisches Vergabegesetz</u> Das entsprechende Formular finden Sie in den Vergabeunterlagen.

### 13 Hinweise zu den Unterlagen

**Weitere Angaben zur Eignung, zur Leistung und zu den sonstigen besonderen Bedingungen** sind ggf. im Rahmen der elektronischen Angebotsbearbeitung in den dafür vorgesehenen Eingabefeldern zu machen.

Für den Fall, dass einzelne Eingabefelder im Rahmen der elektronischen Angebotsbearbeitung nicht ausreichen, machen Sie bitte weitere Angaben in Form entsprechend gekennzeichnete Anlagen und laden diese im Bieterassistenten der eVergabe hoch.

Nach § 56 Abs. 2 VgV UVgO können **Unterlagen**, die nicht bis zum Ende der Angebotsfrist eingereicht wurden, nachgefordert werden. Die Nachforderung liegt im Ermessen der AG.

**Ausgeschlossen** gem. § 57 Abs. 3 VgV werden Angebote, die - ggf. nach erfolgloser Nachforderung - die geforderten

- **eignungsbezogenen Unterlagen**
- **sonstigen besonderen Bedingungen**

nicht enthalten.

### 14 Weitere Informationen, Auftragsbekanntmachung, Wirtschaftsauskünfte

Die Veröffentlichung der Auftragsbekanntmachung erfolgt über das Amt für Veröffentlichungen der EU.

Die Anschrift der Vergabestelle ist:

Freie und Hansestadt Hamburg  
Finanzbehörde  
Hamburgweite Dienste und Organisation  
Beschaffung und Strategischer Einkauf für Hamburg  
Gänsemarkt 36  
20354 Hamburg

Die Vergabestelle behält sich vor, bei Bedarf Wirtschaftsauskünfte über einzelne Bieterinnen und Bieter bei einer Auskunftei (zzt. Creditreform und/oder Bürgel) einzuholen.

## 15 Vergabekammer

Zuständig für die Nachprüfung behaupteter Verstöße gegen die Vergabebestimmungen ist die

### **Vergabekammer bei der Finanzbehörde**

Große Bleichen 27  
20354 Hamburg.

Gemäß § 160 Abs. 1 GWB leitet die Vergabekammer ein Nachprüfungsverfahren nur auf Antrag ein. Der Antrag ist gemäß § 160 Abs. 3 Nr. 1 GWB unzulässig, wenn der Antragsteller den gerügten Verstoß gegen Vergabevorschriften im Vergabeverfahren erkannt und gegenüber der Auftraggeberin nicht unverzüglich gerügt hat. Die Rüge gilt nur dann als unverzüglich, wenn sie nicht später als 10 Kalendertage nach Kenntnis des behaupteten Verstoßes eingelegt wird.

Des Weiteren ist gemäß § 160 Abs. 3 Nr. 4 GWB der Nachprüfungsantrag unzulässig, wenn mehr als 15 Tage nach Eingang der Mitteilung der Auftraggeberin, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind.



**Freie und Hansestadt Hamburg**  
Finanzbehörde

**- Technisches Leistungsverzeichnis / Leistungsbeschreibung -**

**zum**  
**Verhandlungsverfahren mit öffentlichem Teilnahmewettbewerb**  
**über eine**  
**Wahlmotivationskampagne zur Wahl der Hamburgischen Bürgerschaft 2020**

**gem.**  
**Vierter Teil des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) sowie**  
**nach**  
**der Verordnung über die Vergabe öffentlicher Aufträge**  
**(Vergabeverordnung - VgV)**

**Vergabenummer 2019000027**

Stand: 28.02.2019

Finanzbehörde Hamburg  
Hamburgweite Dienste und Organisation  
Beschaffung und Strategischer Einkauf für Hamburg

  
Gänsemarkt 36  
20354 Hamburg

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>AUSGANGSLAGE .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>AGENTURAUFGABEN.....</b>	<b>3</b>
2.1	GESAMTAUFGABE AN DIE AGENTUR BEI BEAUFTRAGUNG .....	3
2.2	BUDGET.....	4
2.3	BESONDERE ANFORDERUNGEN AN DIE KREATION .....	4
2.4	WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN.....	5
<b>3</b>	<b>VERTRAULICHKEIT .....</b>	<b>5</b>

# 1 Ausgangslage

Am 23. Februar 2020 sind die Hamburgerinnen und Hamburger aufgerufen, ihr Landesparlament neu zu wählen. Während die Wahl zum Deutschen Bundestag sich zuletzt wieder großen Interesses erfreuen konnte (76,2 Prozent), sind die Werte für die Wahlbeteiligung zur Hamburgischen Bürgerschaft mit zuletzt 57,3 Prozent (2011) beziehungsweise 56,5 Prozent (2015) wenig zufriedenstellend.

Bereits zu den vergangenen Wahlen hat die Hamburgische Bürgerschaft, interfraktionell getragen und mit Leben gefüllt, Wahlmotivationskampagnen durchgeführt. Ziel war stets, möglichst viele Hamburgerinnen und Hamburger zu motivieren, von ihrem Wahlrecht Gebrauch zu machen, potenzielle Nichtwählerinnen und Nichtwähler zum Urnengang zu motivieren, Jungwählerinnen und Jungwähler anzusprechen und die Akzeptanz für die Hamburgische Bürgerschaft zu fördern. An dieser Zielsetzung hat sich wenig geändert.

Geändert haben sich aber einige Rahmenbedingungen wie das anspruchsvollere Wahlrecht, Kommunikations- und Medienlandschaften sowie der mediale Wettbewerb, in den auch und gerade eine solche Kampagne durchdringen muss. Das bedeutet, dass sie deutlich aufmerksamkeitsstärker und somit mutiger, kreativer und spannender sein muss als noch im Jahr 2015. Der Stellenwert von Social Media hat im Vergleich 2015 deutlich zugenommen. Digitale Medien und deren Möglichkeiten müssen genutzt werden, um bestmögliche Abdeckung und Wirkung zu erzielen. Gleichzeitig ergänzt die Kampagne das Werben der Parteien um einen überparteilichen und verbindenden Aspekt.

Um die notwendige Reichweite zu erzielen, sollen nach einem transparenten Verfahren auch Hamburger Unternehmen angesprochen werden. Beiträge der Wirtschaft können die Bereitstellung von Medienflächen, die Nutzung der Kampagne im Rahmen der eigenen Marketingmaßnahmen oder Ansprachen an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie an Kundinnen und Kunden sein.

## 2 Agenturaufgaben

### 2.1 Gesamtaufgabe an die Agentur bei Beauftragung

Konzeption und Realisierung einer Wahlmotivationskampagne zur Bürgerschaftswahl in Hamburg am 23. Februar 2020 inkl. Ansprache und Gewinnung von möglichen lokalen Partnerinnen und Partnern zur Steigerung der kommunikativen Reichweite. Folgende Aufgaben sind zu erbringen:

1. Analyse und Strategie inkl.  
Zielgruppen-Ansprache im Sinne der kommunikativen Herausforderung:
  - Welche Zielgruppen sollen wie angesprochen werden?
  - Gibt es Schwerpunkte?
2. Kommunikative Kernidee(n) und Grobkonzept
3. Partnerschafts-Konzept:
  - Welche Partnerinnen und Partner sollen für eine Kooperation gewonnen werden und
  - wie wird die Agentur dies sicherstellen?
  - wie können bereits gewonnene Partnerinnen und Partner im Konzept eingebunden werden?

4. Empfehlung Kommunikations-Mix unter Berücksichtigung des Budgets und der bestehenden und möglichen Partnerinnen und Partner:
  - Welche Kanäle sollen wie genutzt werden und warum?
5. Planung und Timing inkl. aller Vorlaufzeiten für Entwicklung und Produktion

## 2.2 Budget

Das Budget für die beschriebene Aufgabe für alle Kosten einschließlich aller Agenturhonorare, Buyouts, Rechte, Umsetzungskosten, Mediakosten etc. beträgt:

**EUR 735.109,25 netto.**

Bei der Erstellung eines Budgetplans ist zu berücksichtigen, dass die einzelnen Phasen „Konzeption“, „Adaption auf Werbemaßnahmen“, „Produktion“, „Media“ sowie „Partnerschafts-Konzept“ für variable Maßnahmen-Szenarien aufzusplitten sind. Es soll ferner eine Detailkalkulation eingereicht werden, in der die einzelnen Team-Mitglieder und der entsprechende Aufwand dargestellt werden sowie für den Fall von noch nicht bekannten Reichweiten-Partnerinnen und -Partnern zusätzliche Kosten für Konzeption und Produktion anfallen können, die im Budget abgedeckt sein müssen. Das Gesamtbudget ist zwingend einzuhalten. Darin enthalten sind Ausgaben für die traditionellen Motivationsmaßnahmen der Bürgerschaft wie DialogP, It's your Choice, Wahl-O-Mat und Simpleshow, deren Höhe noch zu beziffern ist.

Alle in der späteren Verhandlungsphase präsentierenden Agenturen erhalten eine einmalige pauschale Aufwandsentschädigung in Höhe von **EUR 6302,52 netto**. Dies gilt nicht für die Agentur, die später den Zuschlag erhält.

## 2.3 Besondere Anforderungen an die Kreation

### a. Ziele der Ausschreibung

Eine möglichst hohe Wahlbeteiligung!

Unterziele der Ausschreibung

1. Nachhaltiger: motivierend das Bewusstsein schärfen, grundsätzlich sein Wahlrecht wahr zu nehmen
2. Wirkungsvoller: sichtbarer, mutiger, meinungsstärker, emotionaler  
→ „Talk-of-the-Town“, Berichterstattung positiv im Sinne der Zielsetzung
3. Ansprache und Gewinnung von möglichen lokalen Partnerinnen und Partnern zur Einbindung in Kampagne um die Reichweite zu erhöhen

### b. Zielgruppen

Alle wahlberechtigten Bürgerinnen und Bürger Hamburgs.

Neben-Zielgruppen:

1. Erstwähler: derzeit 15-jährige (zur Wahl dann 16-jährige).  
Hintergrund-Information: In den Schulen und Berufsschulen ist die Erreichbarkeit durch diverse Aktivitäten gegeben.
2. Lokale Partnerinnen und Partner (z.B. städtische Unternehmen, Hamburger Großunternehmen) und Multiplikatoren (z.B. Verbände, Vereine, Institutionen, Kammern), die die Reichweite der Kampagne vergrößern

### c. Partnerschafts-Konzept

Ihr Konzept muss kooperationsfähig sein. Die Hamburgische Bürgerschaft wird durch viele Förderinnen und Förderer sowie Partnerinnen und Partner (Großunternehmen, Vereine, Verbände, Kammern, Institutionen, Unternehmen mit städtischer Beteiligung) aus Hamburg unterstützt, indem z.B. Medien der Unternehmenskommunikation oder Werbeflächen zur Verfügung gestellt werden. Diese Partnerinnen und Partner stehen zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht fest. Die Einbettung der entsprechenden Logos, Textbausteine, Hinweise u.ä. und eine entsprechend Flexibilität muss gewährleistet werden.

Das Partnerschafts-Konzept soll bestmöglich folgende Aspekte berücksichtigen:

1. aufmerksamkeitsstarke und mobilisierende Ideen, über die gesprochen und positiv im Sinne der Zielsetzung berichtet wird (die organische Reichweite erzeugen)
2. Nutzung von medialen Flächen der Partnerinnen und Partner, z.B. von Social Media-Kanälen der Partnerinnen und Partner, die die Bürgerinnen und Bürger thematisch involvieren
3. Einbindung von Betriebsräten, HR Abteilungen (Wichtig: Unternehmensmitarbeiter sollen wahlberechtigte Hamburger sein.)
4. Besondere Maßnahmen zur Ansprache von Jung- oder Erstwählern z.B. durch Veranstaltungen in Schulen oder Ausbildungsstätten
5. Koordination der Maßnahmen

## 2.4 Weiterführende Informationen

Die Bieter können aus den aufgeführten Anlagen A und B. weiterführende Informationen zur Erarbeitung Ihres Angebots entnehmen:

- A. Die Bürgerschaft – Ihre Aufgaben und Funktionen
- B. Die Bürgerschaft – Ihre Struktur und Sitzverteilung
- C. Bürgerschaftsantrag zur Motivations- und Informationskampagne zur Bürgerschaftswahl 2020

## 3 Vertraulichkeit

Alle Informationen sind vertraulich zu behandeln. Gleichmaßen verpflichtet sich die Auftraggeberin alle präsentierten Inhalte sowie die kaufmännischen Angebote der Bieter vertraulich zu behandeln.

Verfahren: 2019000027 – Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung  
Auftraggeber: Finanzbehörde Hamburg

### 1 Allgemeine Angaben

Gewichtung: 0,00%

#### 1.1 Firmenname und Firmenadresse [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Bitte geben Sie hier den vollständigen Firmennamen und die Firmenadresse an.

fischerAppelt AG Waterloohein 5 22769 Hamburg

#### 1.2 Kontaktdaten Ansprechpartner des Unternehmens [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Bitte geben Sie hier den Namen, die Telefonnummer, Faxnummer und die E-Mail-Adresse des für diesen Auftrag zuständigen Ansprechpartners (Projektleiter) an.  
Darüber hinaus ist das Kernteam mit den jeweiligen Aufgabenschwerpunkten für diese Kampagne zu benennen.

connvenio i.V. fischerAppelt AG business development – public sector Im Buchwald 66 70186 Stuttgart

#### 1.3 Geschäftsführer [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Bitte geben Sie hier die Namen aller Geschäftsführer des Unternehmens an (inkl. prozentuale Anteile Stimmrecht).

Einzelvertretungsberechtigt mit der Befugnis im Namen der Gesellschaft mit sich als Vertreter eines Dritten Rechtsgeschäfte abzuschließen: Vorstand: Vorstand:

Vorstand: Vertretungsberechtigt gemeinsam mit einem anderen Vorstandsmitglied  
oder einem Prokuristen: Vorstand: Vorstand:

#### 1.4 Sitz der Gesellschaft [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Geben Sie hier den Sitz der Gesellschaft an.

Geschäftsanschrift: Waterloohein 5, 22769 Hamburg

#### 1.5 Gründungsjahr der Gesellschaft [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Bitte geben Sie hier das Gründungsjahr der Gesellschaft an.

2009

#### 1.6 Handelsregister und Gerichtsstand [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Geben Sie bitte die Nummer des Handelsregistereintrages sowie das zuständige Gericht an.

HRB 77749; Hamburg

#### 1.7 Zahl festangestellter Mitarbeiter [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Bitte geben Sie hier die Anzahl festangestellter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an.

450

#### 1.8 Hinweis zu den Bescheinigungen

K.O.-Kriterium: Nein

Die Finanzbehörde behält sich vor, nach Angebotsabgabe von den aussichtsreichen Bietern auf gesonderte Anforderung die entsprechende Bescheinigung (Steuerliche Bescheinigung zur Beteiligung an Öffentlichen Aufträgen bzw. Bescheinigung in Steuersachen, Unbedenklichkeitsbescheinigung der Krankenkasse, Unbedenklichkeitsbescheinigung der Berufsgenossenschaft, Bestätigung des Versicherers) in aktueller Fassung (nicht älter als 1 Jahr) abzufordern. Sollten Sie eine dieser Bescheinigungen nicht vorlegen können, geben Sie hier bitte den Grund an:

Wir haben Ihnen alle Nachweise als Kopien zu unserem Teilnahmeantrag beigelegt

### 1.9 Eignungsnachweis durch PQ-VOL-Zertifikat [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Der Bieter hat die Möglichkeit, seine Eignung auch durch ein Zertifikat des Präqualifizierungssystems PQ-VOL des Kooperationsverbundes Präqualifizierung-Nord (PQ-Nord) gemäß § 97 Abs. 4a GWB nachzuweisen. Die geforderten eignungsbezogenen Angaben und Erklärungen können durch das PQ-VOL-Zertifikat ersetzt werden. Falls Sie diese Möglichkeit nutzen möchten, fügen Sie bitte das entsprechende Zertifikat in Kopie dem Angebot als Anlage bei und kreuzen Sie "Ja" an. Die geforderte Eigenerklärung ist aber in jedem Fall einzureichen! Für geforderte Eignungsnachweise, die nicht durch das Zertifikat ersetzt werden, müssen die entsprechenden Nachweise gem. der Leistungsbeschreibung eingereicht werden. Hinweis: Bitte nur "Ja" oder "Nein" ankreuzen.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

### 1.10 Unterauftragnehmer [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Werden Leistungen oder Teilleistungen an Unterauftragnehmer vergeben? Wichtiger Hinweis: Diese Frage bitte ausschließlich mit JA oder NEIN beantworten.

- Keine Auswahl getroffen (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

### 1.11 Wenn ja:

K.O.-Kriterium: Nein

Wenn ja, geben Sie bitte Name und Anschrift des Unterauftragnehmers / Nachunternehmers sowie den Teil der Leistung, der auf diesen übertragen werden soll, an.

Philipp und Keutje GmbH Bei St. Annen 2, 20457 Hamburg , 20% fischerAppelt, relations GmbH Waterlooahain 5, 22769 Hamburg, 20%

## 2 Einzureichende Erklärungen und Nachweise

Gewichtung: 0,00%

### 2.1 E 1 – Eigenerklärung zur Eignung [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Haben Sie die Eigenerklärung zur Eignung unterzeichnet beigefügt?  
Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

### 2.2 E 2 – Eigenerklärung Insolvenzverfahren [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Bestätigen Sie hiermit, dass über Ihr Vermögen ein Insolvenzverfahren oder ein vergleichbares gesetzliches Verfahren nicht eröffnet, die Eröffnung nicht beantragt, der Antrag nicht mangels Masse abgelehnt worden ist und dass Sie sich nicht in Liquidation befinden?  
Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

### 2.3 E 3 – Eigenerklärung Steuern und Abgaben [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Bestätigen Sie hiermit, dass Sie Ihren Verpflichtungen zur Zahlung von Steuern und Abgaben sowie der Beiträge zur gesetzlichen Sozialversicherung ordnungsgemäß erfüllen?  
Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

### 2.4 E 4 – Eigenerklärung Bietergemeinschaft [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Wollen Sie als Bietergemeinschaft an der Ausschreibung teilnehmen? Falls Ja, haben Sie die Eigenerklärung Bietergemeinschaft unterzeichnet beigefügt?  
Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

## 2.5 E 5 – Eigenerklärung zum Konkurrenzschutz [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Bestätigen Sie hiermit, dass Ihre Agentur bzw. Bietergemeinschaft für keine Partei oder politisch motivierte Institution beratend tätig oder ausführend mit Kommunikationsmaßnahmen betraut worden ist oder solche Aufgaben annimmt, die im Zusammenhang mit den Wahlen am 23. Februar 2020 in Hamburg stehen (ausgeschlossen hiervon sind Aufgaben der Produktion oder Distribution).  
Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

## 2.6 E 6 – Umsätze der letzten drei Geschäftsjahre [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Bitte geben Sie hier die Umsätze der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre an.

2015: €54.454.000,00 2016: €67.220.000,00 2017: €78.689.000,00

## 2.7 E 7 – Referenzen [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

1) Haben Sie min. 2 Referenzbeispiele in absteigender Relevanz-Reihenfolge gem. Verfahrensbrief als gesonderte Anlage beigefügt (Referenzliste)?  
2) Haben Sie zudem die 2 wichtigsten Referenzbeispiele in gesonderten Anlagen gem. Verfahrensbrief näher dargestellt und diese Anlagen beigefügt?

Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

## 2.8 E 8 – Kernteam [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Haben Sie die Darstellung des im Falle der Zuschlagserteilung vorgesehene Kernteam gem. Verfahrensbrief beigefügt?  
Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

## 2.9 S 1 – Scientology [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Haben Sie die Eigenerklärung Scientology unterzeichnet beigefügt?  
Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

## 2.10 S 2 – Tariftreue [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Haben Sie die Eigenerklärung zur Tariftreue unterzeichnet beigefügt?  
Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)  
 Ja (0)  
 Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

## 3 sonstiges Gewichtung: 0,00%

### 3.1 Integritätserklärung [Mussangabe]

K.O.-Kriterium: Nein

Mit Abgabe eines Teilnahmeantrages verpflichten Sie sich zur Beachtung nachfolgender Grundsätze. Die nachfolgend beschriebenen Verpflichtungen werden Sie entsprechend an alle Ihre mit dem Verfahren befassten Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter und Nachunternehmer weitergegeben.

"1. Wir werden dem Auftraggeber weder im Verfahren noch bei einer eventuellen Durchführung seinen mit der Vergabe oder Durchführung des Auftrags befassten Mitarbeiter/Innen oder einem Dritten irgendwelche Leistungen materieller oder immaterieller Art, die den öffentlichen Auftraggeber oder seine Mitarbeiter besser stellt und auf die kein rechtlich begründeter Anspruch besteht, anbieten, versprechen oder gewähren.

2. Wir werden im Verfahren mit anderen Anbietern keine unzulässigen Absprachen unter Verstoß gegen die einschlägigen Bestimmungen der Verdingungsordnungen, des UWG, des GWB, des Gesetzes zur Bekämpfung von Korruption sowie des StGB treffen. Hierzu zählen insbesondere Absprachen über Preise oder Preisbestandteile, verbotene Preisempfehlungen, die Beteiligung an Empfehlungen oder Absprachen über die Abgabe oder Nichtabgabe von Angeboten oder ähnliches.

3. Wir werden im Vergabeverfahren jeden uns bekannt werdenden oder drohenden Interessenkonflikt für das vorliegende Verfahren unverzüglich nach Bekanntwerden dem Auftraggeber anzeigen."

Wichtig: Diese Frage ist ausschließlich mit JA oder NEIN zu beantworten.

- Keine Angabe (0)
- Ja (0)
- Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

Name	Dateiname	Größe	MIME-Type
Teilnahmeantrag_201900002 7 TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked [REDACTED]	Teilnahmeantrag_201900002 7 TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked [REDACTED].pdf	13,43 MB	application/pdf
Teilnahmeantrag_201900002 7 TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked [REDACTED]	Teilnahmeantrag_201900002 7 TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked [REDACTED].pdf	13,43 MB	application/pdf
Referenzbooklet_201900002 7 TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked [REDACTED]	Referenzbooklet_201900002 7 TA_Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung_checked [REDACTED].pdf	11,90 MB	application/pdf
Vollmacht [REDACTED] connvenio_fischer Appelt AG	Vollmacht [REDACTED] connvenio_fischer Appelt AG.pdf	96,81 KB	application/pdf

# Teilnahmeantrag

“Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung”

Vergabenummer: 2019000027

fischerAppelt AG Waterlooohain 5 22769 Hamburg

Finanzbehörde Hamburg  
Gänsemarkt 36  
20354 Hamburg

Hamburg, 01.04.2019

## Vollmacht für Angebotsabgabe „Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung“

Sehr geehrter/geehrte Damen und Herren,

hiermit bevollmächtigen wir

connvenio [REDACTED] e.K.  
Im Buchwald 66  
70186 Stuttgart

und erklären, dass

- connvenio [REDACTED] e.K. im Namen der fischerAppelt AG während der Angebotsphase und bis hin zu einem möglichen Vertragsschluss die Kommunikation mit der *Finanzbehörde Hamburg* bzw. dem Bedarfsträger im Rahmen der öffentlichen Ausschreibung „Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung“ zu übernehmen und das Angebot der fischerAppelt AG elektronisch oder postalisch zu übermitteln hat.
- fischerAppelt AG sich alle Erklärungen zurechnen lässt, die im Rahmen der *Finanzbehörde Hamburg* bzw. dem Bedarfsträger abgegeben werden.
- im Fall der Zuschlagserteilung nicht die Firma connvenio [REDACTED] e.K. Vertragspartner der *Finanzbehörde Hamburg* bzw. dem Bedarfsträger wird, sondern die fischerAppelt AG.

fischerAppelt AG  
Waterlooohain 5  
22769 Hamburg

T +49.40.899.699-0  
F +49.40.899.699-30  
info@fischerappelt.de  
www.fischerappelt.de

**Vorstand**



**Vorsitzender  
des Aufsichtsrats**



**Handelsregister**  
Amtsgericht Hamburg  
HRB 77749

Mit freundlichen Grüßen



Vorstand, fischerAppelt AG

# Motivationsschreiben

## Busy für die Bürgerschaft

fA und PuK – zwei als erste Wahl

**Die Hamburgische Bürgerschaft ist mehr als 600 Jahre alt und schreibt seit dem Ende des 2. Weltkriegs eine demokratische Erfolgsgeschichte. Doch auch die schönsten Geschichten müssen lebendig gehalten werden, und eine Demokratie ist umso lebendiger, je mehr Menschen politisch aktiv sind und sich an Wahlen beteiligen.**

Aktuell merken wir, dass für alle Zeiten sicher geglaubte Errungenschaften wie ein vereintes Europa oder sogar die Demokratie an sich in Frage gestellt werden. Das nimmt gemeinwohlorientierte Bürger wie ihre politische Volksvertretung in die Pflicht. Wir alle sind aufgefordert, wider die spaltenden Fliehkräfte positiv zu wirken – entschieden aber kompromissbereit, tolerant aber nicht beliebig, diskussionsfreudig aber versöhnlich.

Für fischerAppelt und Philipp und Keuntje wäre es Freude und Ehre zugleich, die Hamburger Bevölkerung für die Bürgerschaftswahl 2020 zu aktivieren, die Wahlbeteiligung zu steigern und in unserer Weltstadt ein Zeichen zu setzen. Denn sinnstiftende Kommunikation und gesellschaftliche Verantwortung sind unser täglicher Antrieb. Die beiden inhabergeführten Agenturen arbeiten seit vielen Jahren für die Universität Hamburg, die Loki-Schmidt-Stiftung und die Hamburger Hochbahn. Gerade jüngst konnte der “Active City”-Pitch für die Behörde für Inneres und Sport gewonnen werden.

Das Multiplikatoren-Netzwerk von fA – nicht nur in der Hansestadt – ist in den 33 Jahren seit der Agenturgründung durch Andreas und Bernhard Fischer-Appelt organisch gewachsen. Wir sind überzeugt, dass die richtigen Menschen den Erfolg ausmachen und unsere Kunden genau das an uns schätzen.

Auch der kürzlich erfolgte Zusammenschluss mit der herausragenden Kreativagentur Philipp und Keuntje zeugt von unserem Glauben daran, dass sich starke Partner gegen allmächtig erscheinende Netzwerke behaupten, dass also der Einzelne die Welt, in der er lebt, verändern kann. Und zwar jeder von uns – mit der Abgabe seiner Stimme bei einer demokratischen Wahl. Lassen Sie uns also gemeinsam dafür sorgen, dass diese Hamburgische Bürgerschaftswahl very busy und eine Sternstunde der Demokratie wird!

Ihr PUKfA-Team

fischerAppelt AG Waterlooain 5 22769 Hamburg

Finanzbehörde Hamburg  
Gänsemarkt 36  
20354 Hamburg

Hamburg, 02.04.2019

**fischerAppelt AG**  
Waterloohain 5  
22769 Hamburg

**T** +49. 40. 899 699 -0  
**F** +49. 40. 899 699 -30  
info@fischerappelt.de  
www.fischerappelt.de

**Betreff: Teilnahmeantrag Kommunikationsstrategie „Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung“, Referenznummer der Bekanntmachung: 2019000027**

Sehr geehrte [REDACTED] sehr geehrte Damen und Herren,

wir haben Ihre Vergabebekanntmachung vom 06.03.2019 mit Aufmerksamkeit gelesen und bewerben uns als Einzelbieter nachfolgend um die herausfordernde Aufgabe.

Die fischerAppelt AG ist eine Content-Marketing-Agentur, die alle Disziplinen für die gestellte Aufgabe „Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung“ abdeckt. In immer neuen Projektkonstellationen entwickeln wir herausragende Public Relations, Marketingstrategien und integrierte Kommunikationskonzepte mit aufmerksamkeitsstarken Maßnahmen. So machen wir nicht nur Unternehmen und Marken sondern auch öffentliche Einrichtungen, den öffentlichen Dienst oder Petitionen zu bewegendem Gesprächsstoff. Mit dem neusten Zugewinn von fischerAppelt – der Kreativagentur Philipp und Keuntje – sind wir nun noch breiter aufgestellt und freuen uns, diese Herausforderung Hand in Hand anzugehen.

Wir glauben, Ihnen im Rahmen unserer gesamten Ausarbeitungen einen guten Teilnahmeantrag unterbreitet zu haben und freuen uns auf die Angebotsaufforderung. Im Folgenden erhalten Sie einen Auszug vergangener Projekte sowie einen Einblick in das Teamzusammenspiel, das das Projekt maßgeblich betreuen und steuern wird.

**Vorstand**

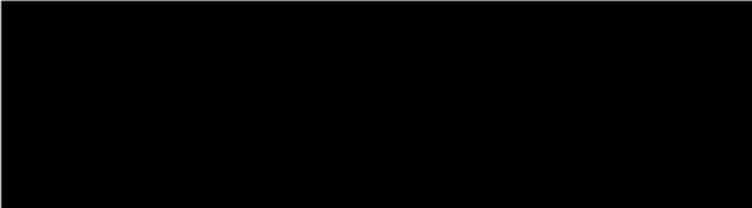


**Vorsitzender  
des Aufsichtsrats**



**Handelsregister**  
Amtsgericht Hamburg  
HRB 77749

Mit freundlichen Grüßen fischerAppelt



Teamleiter

Business Development  
Public Sector

Abteilung B Wiedergabe des aktuellen Registerinhalts Abruf vom 02.04.2019 15:36	Nummer der Firma: <b>HRB 77749</b>
Seite 1 von 2	

**Anzahl der bisherigen Eintragungen:**

6

**a) Firma:**

fischerAppelt AG

**b) Sitz, Niederlassung, Geschäftsanschrift, Empfangsberechtigte, Zweigniederlassungen:**

Hamburg  
Geschäftsanschrift: Waterloohein 5, 22769 Hamburg

**c) Gegenstand des Unternehmens:**

- (a) Beratung, Öffentlichkeitsarbeit, Design und Werbung;
- (b) Herstellung von Internetauftritten und ähnlichen Medien;
- (c) Mediaplanung und die Vermittlung von Medialeistungen;
- (d) Erbringung von Dienstleistungen im administrativen und kaufmännischen Bereich, insbesondere Finanz- und Personalbuchhaltung, Controlling, Personalwesen, Unternehmenssteuerung und -entwicklung; sowie
- (e) sonstige Dienstleistungen auf den vorbezeichneten Gebieten sowie auf allen anderen Gebieten der Öffentlichkeitsarbeit, des administrativen und des kaufmännischen Bereichs.

**Grund- oder Stammkapital:**

51.000,00 EUR

**a) Allgemeine Vertretungsregelung:**

Ist nur ein Vorstandsmitglied bestellt, so vertritt es die Gesellschaft allein. Sind mehrere Vorstandsmitglieder bestellt, so wird die Gesellschaft durch zwei Vorstandsmitglieder oder durch ein Vorstandsmitglied gemeinsam mit einem Prokuristen vertreten.

Alleinvertretungsbefugnis kann erteilt werden. Vorstandsmitglieder können ermächtigt werden, Rechtsgeschäfte mit sich als Vertreter eines Dritten vorzunehmen (Befreiung vom Vertretungsverbot des § 181, 2. Alt. BGB).

**b) Vorstand, Leitungsorgan, geschäftsführende Direktoren, persönlich haftende Gesellschafter, Geschäftsführer, Vertretungsberechtigte und besondere Vertretungsbefugnis:**

[REDACTED]

[REDACTED]

Abteilung B Wiedergabe des aktuellen Registerinhalts Abruf vom 02.04.2019 15:36	Nummer der Firma: <b>HRB 77749</b>
Seite 2 von 2	

**Prokura:**

Einzelprokura:



**a) Rechtsform, Beginn, Satzung oder Gesellschaftsvertrag:**

Aktiengesellschaft  
Satzung vom 28.07.2000  
Zuletzt geändert durch Beschluss vom 17.12.2009

**b) Sonstige Rechtsverhältnisse:**

---

**a) Tag der letzten Eintragung:**

10.07.2017



# Freie und Hansestadt Hamburg

## Finanzamt Hamburg-Am Tierpark

Finanzamt Hamburg-Am Tierpark Postfach D-22520 Hamburg

Hugh-Greene-Weg 6  
D-22529 Hamburg

HamburgService: 040 115  
Durchwahl:  
Telefax:

Bearbeiterin:  
Zimmer:

E-Mail: FAHamburgAmTierpark@finanzamt.hamburg.de

Bei Antwort bitte angeben

### Bescheinigung in Steuersachen

Nur gültig im Original, ohne Streichungen, mit Unterschrift und Dienstsiegel oder als beglaubigte Fotokopie

#### A. Angaben zur Person

Name, Wohnort, Firmensitz, Straße, Hausnummer fischerAppelt AG, Waterlooain 5, 22769 Hamburg	
Steuernummer / Identifikationsnummer [REDACTED]	
Geburtsdatum, Gründungsdatum 28.07.2000	Rechtsform Aktiengesellschaften

#### B. Angaben zu den steuerlichen Verhältnissen

1. Hiermit wird bescheinigt, dass der oben bezeichnete Antragsteller hier

- nicht geführt wird     seit dem \_\_\_\_\_     mit folgenden Steuerarten geführt wird:
- Einkommensteuer     Umsatzsteuer     Gewerbesteuer     Lohnsteuer     Körperschaftsteuer
- weitere lohnsteuerliche Betriebsstätte in folgendem Finanzamt: \_\_\_\_\_

2. Zur Zeit bestehen

- keine fälligen Steuerrückstände
- Steuerrückstände in Höhe von \_\_\_\_\_ €
- davon aus persönlichen Billigkeitsgründen gestundet \_\_\_\_\_ €
- davon rückständige Lohnsteuer in Höhe von \_\_\_\_\_ €

3. Zahlungen erfolgten in den letzten 24 Monaten

- immer oder überwiegend pünktlich
- überwiegend oder immer verspätet

4. Steuererklärungen wurden in den letzten 24 Monaten

- immer oder überwiegend pünktlich eingereicht
- überwiegend oder immer verspätet oder pflichtwidrig nicht eingereicht

5. In den letzten 36 Monaten wurden Strafen wegen Steuerstraftaten oder Geldbußen wegen Steuerordnungswidrigkeiten rechtskräftig festgesetzt: nein
6. In den letzten 36 Monaten wurden Verfahren wegen Steuerstraftaten oder Steuerordnungswidrigkeiten eingeleitet und dem Antragsteller mitgeteilt: nein
7. Das Finanzamt hat
- hinsichtlich des Antragstellers ein Insolvenzverfahren beantragt oder von entsprechenden Anträgen Dritter Kenntnis erlangt
  - den Antragsteller zur Abgabe einer Vermögensauskunft aufgefordert
8. Sonstiges
- Es handelt sich um eine Neugründung, dem Finanzamt liegen daher noch keine Erkenntnisse über das steuerliche Verhalten des Antragstellers vor.
  - Es liegen folgende abweichende Zuständigkeiten vor:
    - gesonderte Feststellung nach § 180 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 Buchst. b AO
    - umsatzsteuerliche Organschaft
9. Weitere Angaben

Die Unternehmereigenschaft nach § 2 UStG wird mit dieser Bescheinigung nicht bestätigt.

Die Bescheinigung berücksichtigt lediglich die Fakten zum Zeitpunkt der Ausstellung der Bescheinigung.

**Datenschutzhinweis**

Informationen über die Verarbeitung personenbezogener Daten in der Steuerverwaltung und über Ihre Rechte nach der Datenschutz-Grundverordnung sowie über Ihre Ansprechpartner in Datenschutzfragen entnehmen Sie bitte dem allgemeinen Informationsschreiben der Finanzverwaltung. Dieses Informationsschreiben finden Sie unter [www.finanzamt.de](http://www.finanzamt.de) (unter der Rubrik „Datenschutz“) oder erhalten Sie bei Ihrem Finanzamt.



Kundennummer, bitte stets angeben

Beleg-Nr.

### Unbedenklichkeitsbescheinigung

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Träger der gesetzlichen Unfallversicherung bescheinigen wir Ihnen:

Ihr Unternehmen gehört unserer Berufsgenossenschaft an.

Der am [REDACTED] fällig gewordene Beitrag 2017 ist bezahlt.

Die gesetzliche Verpflichtung, die zur Beitragserhebung 2017 erforderlichen Daten zu melden, wurde erfüllt.

Die VBG erhebt die Beiträge jährlich nachträglich. Sie werden regelmäßig zum 15.05. eines Jahres fällig.

Diese Bescheinigung ist befristet bis zum [REDACTED]

Freundliche Grüße

VBG - Ihre gesetzliche Unfallversicherung

Dieses Schreiben wurde maschinell erstellt und ist ohne Unterschrift gültig.





Techniker Krankenkasse, 20901 Hamburg

**Fachzentrum  
Mitgliedschaft/Beiträge**

Tel. 040 - 460 66 10 20

Vertraulich/Personalabteilung



8. März 2019

**Unbedenklichkeitsbescheinigung**



Guten Tag,

gern bestätigen wir Ihnen, dass auf Ihrem Beitragskonto derzeit keine Beitragsrückstände bestehen.

Sie haben die Beiträge zur Sozialversicherung ordnungsgemäß gezahlt.

Anzahl der aktuell gemeldeten Beschäftigten

Falls Sie Fragen haben, rufen Sie uns einfach an. Wir beraten Sie gern.

Freundliche Grüße  
Ihre Techniker Krankenkasse

0446055938 - 13426800000000  
KA458020



501172203740



ZURICH

Zurich Insurance plc MID, 53287 Bohn

\*ZURICH\*



Es betreut Sie:  
Firma  
Schuster Versicherungsmakler GmbH  
Am Bach 1 B  
33602 Bielefeld  
Telefon : 0521/5836-0  
Telefax : 0521/583657  
0521/583648

Bei Rückfragen zu diesem Vorgang wenden Sie sich an: Telefon Fax Datum

Versicherungsbestätigung zur Betriebs-Haftpflichtversicherung Nr.:



Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit bestätigen wir Ihnen, dass bei unserer Gesellschaft eine Betriebs-Haftpflichtversicherung besteht:

Versichertes Risiko:



Versicherungssumme: 5.000.000,00 EUR pauschal für Personen-, Sach- und Vermögensschäden

Die Gesamtleistung für alle Versicherungsfälle eines Versicherungsjahres beträgt das 2-fache der vereinbarten Versicherungssumme.

Für den Vertrag gelten die Allgemeinen Versicherungsbedingungen für die Haftpflichtversicherung (AHB) und die Besonderen Bedingungen und Risikobeschreibungen.

Die Versicherung gilt bis zum 1.7.2019 und verlängert sich jeweils um ein Jahr, wenn sie nicht 3 Monate vor Ablauf gekündigt wird.

Freundliche Grüße



Zurich Insurance plc  
Niederlassung für Deutschland  
Zurich Kunden Service

Richten Sie Ihre Post an  
Zurich Insurance plc  
53287 Bohn  
Telefon: 02262269-3650  
Telefax: 02262269-6668

LXPH007180 0110026005200 A05UNOV

Bankverbindung  
Deutsche Bank AG, Frankfurt/Main  
IBAN: DE11 5007 5010 0000 0000 00  
BIC: DEUTDE33  
Angaben zur Umsatzsteuer  
UStID-Nr.: D6915199011  
Versicherungsbeträge sind  
umsatzsteuerfrei  
Verd-Nr.: 807A010007020027

Registrierung der Gesellschaft  
public-company limited by shares  
(Aktiengesellschaft nach irischem Recht)  
Hauptsitz: Dublin (Irland)  
Vertretung der Gesellschaft  
Patrick Malley (Chief Executive Officer)  
Verwaltungsratsvorsitzende  
Ananda Bheno  
Companies Registry Office (entspricht  
dem dt. Registergericht) | Register-Nr.: 13460

Hauptverwalter der Niederlassung:  
Dr. Carsten Schindler  
Stz der Niederlassung  
Runkel/Mann  
Registrier-Nr. HRB 66958  
Ranz der Einheit 2, 60327 Frankfurt am Main

# SCHUSTER/ VERSICHERUNGSMAKLER

Schuster Versicherungsmakler GmbH · Postfach 102565 · D 33525 Bielefeld



Es schreibt Ihnen:



## Vermögensschaden-Haftpflicht

Bielefeld, 15.03.2019



Versicherer: Allianz Versicherung

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir bestätigen Ihnen, dass folgende Versicherung für Ihr Unternehmen besteht:

Versicherungsnehmer:



Betriebsbeschreibung:

Unternehmen der Werbebranche. Versichert sind die Tätigkeiten als Werbeagentur, Werbeberater, Marketing-Agentur, Web- und Grafikdesign, Erstellung von Webseiten, Anzeigenexpedition, etc.

Mitversichert sind auch Schäden durch Eingriffe in die EDV des Auftraggebers, wie z.B. das Löschen oder Blockieren von Daten

Ablauf:

01.01.2020

Deckungssummen:

500.000 € für Vermögensschäden  
zweifache Maximierung im Versicherungsjahr

SCHUSTER/SEIT 1949



# SCHUSTER/ VERSICHERUNGSMAKLER

Bedingungen:

Allgemeine Versicherungsbedingungen für die Haftpflichtversicherung sowie besondere Bedingungen und Risikobeschreibungen

Mit freundlichen Grüßen



## Erklärung Unteraufträge/Eignungsleihe

**Vergabeverfahren**

Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung

Vergabenummer: 2019000027

 Ich/wir beabsichtige(n) Teile des Auftrags an Nachunternehmer zu vergeben

Nachunternehmer (Firmenname, Sitz)	Angabe der übernommenen Auftragsteile/des Leistungsbereiches
[REDACTED]	Kreation und strategische Kommunikationsberatung
[REDACTED]	PR, Text, Grafik, Layout

 Ich/Wir beabsichtige(n) zum Nachweis meiner Eignung in Hinblick auf die wirtschaftliche und finanzielle bzw. technische und berufliche Leistungsfähigkeit<sup>1</sup> die Kapazitäten von Nachunternehmern in Anspruch zu nehmen.

Nachunternehmer (Firmenname, Sitz)	Angabe der vom Nachunternehmer erfüllten Eignungsanforderungen
[REDACTED]	[REDACTED]

Eine entsprechend unterschriebene Verpflichtungserklärung des/der Nachunternehmens(s) (Formular 533 EU) ist dieser Erklärung beigelegt.

Ort, Datum Hamburg, 01.04.2019	Unterschrift [REDACTED]	Firmenstempel <b>fischerAppelt</b> fischerAppelt AG, Waterlooohain 5, 22769 Hamburg T +49 40 899 699 -0, F +49 40 899 699 -30 info@fischerappelt.de, www.fischerappelt.de
-----------------------------------	----------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<sup>1</sup>Auf Abschnitt III der Auftragsbekanntmachung wird hingewiesen.

Bewerber-/Bietergemeinschaft	Vergabenummer
fischerAppelt AG	2019000027

**Vergabeverfahren**

Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung

Name, gesetzlicher Vertreter, Kontaktdaten des sich verpflichtenden Unternehmens



## Verpflichtungserklärung Nachunternehmer

 **Verpflichtungserklärung**

Ich/Wir verpflichte(n) mich/uns gegenüber dem Auftraggeber, im Falle der Auftragsvergabe an den oben genannten Bewerber/Bieter, die im Formular 532 EU genannten Auftragsteile zu erbringen.

 **Verpflichtungserklärung bei Eignungsleihe**

Ich/Wir verpflichte(n) mich/uns gegenüber dem Auftraggeber, im Falle der Auftragsvergabe an den oben genannten Bewerber/Bieter diesem mit den erforderlichen Kapazitäten meines/unseres Unternehmens für die im Formular 532 EU genannten Eignungsanforderungen zur Verfügung zu stehen. Die diesbezüglichen Nachweise sowie die Eigenerklärung, dass keine Ausschlussgründe nach § 123, § 124 GWB vorliegen (Formular 521 EU) sind dieser Erklärung beigelegt.

- Der Bewerber bzw. Bieter nimmt zum Nachweis seiner Eignung die wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit meines/unseres Unternehmens in Anspruch. Ich/Wir verpflichte(n) mich/uns gegenüber dem Auftraggeber, im Falle der Auftragsvergabe an den oben genannten Bewerber/Bieter mit diesem gemeinsam für die Auftragsausführung zu haften.

Ort, Datum

Hamburg, 01.04.19

Seite 1 von 1

Bewerber-/Bietergemeinschaft	Vergabenummer
fischerAppelt AG	2019000027

**Vergabeverfahren**

Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung

Name, gesetzlicher Vertreter, Kontaktdaten des sich verpflichtenden Unternehmens



## Verpflichtungserklärung Nachunternehmer

 **Verpflichtungserklärung**

Ich/Wir verpflichte(n) mich/uns gegenüber dem Auftraggeber, im Falle der Auftragsvergabe an den oben genannten Bewerber/Bieter, die im Formular 532 EU genannten Auftragsteile zu erbringen.

 **Verpflichtungserklärung bei Eignungsleihe**

Ich/Wir verpflichte(n) mich/uns gegenüber dem Auftraggeber, im Falle der Auftragsvergabe an den oben genannten Bewerber/Bieter diesem mit den erforderlichen Kapazitäten meines/unseres Unternehmens für die im Formular 532 EU genannten Eignungsanforderungen zur Verfügung zu stehen. Die diesbezüglichen Nachweise sowie die Eigenerklärung, dass keine Ausschlussgründe nach § 123, § 124 GWB vorliegen (Formular 521 EU) sind dieser Erklärung beigelegt.

- Der Bewerber bzw. Bieter nimmt zum Nachweis seiner Eignung die wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit meines/unseres Unternehmens in Anspruch. Ich/Wir verpflichte(n) mich/uns gegenüber dem Auftraggeber, im Falle der Auftragsvergabe an den oben genannten Bewerber/Bieter mit diesem gemeinsam für die Auftragsausführung zu haften.

Ort, Datum

Hamburg, 01.04.2019

## Eigenerklärung zur Eignung

Der Bieter hat mit Abgabe seines Angebotes zum Nachweis seiner Eignung und zum Nachweis, dass er nicht gem. 123, 124 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) von der Vergabe öffentlicher Aufträge ausgeschlossen ist, eine Eigenerklärung abzugeben. Die Angaben werden ggf. von dem öffentlichen Auftraggeber durch eine Auskunft aus dem Gewerbezentralregister nach 150a Gewerbeordnung (GewO) überprüft. Der öffentliche Auftraggeber wird außerdem vor Entscheidungen über die Vergabe von Liefer- und Dienstleistungen in den Fällen des 7 des Gesetzes zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW) vom 17. September 2013 (HmbGVBl. 2013, S. 417) bei der zentralen Informationsstelle der Finanzbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg abfragen, inwieweit Eintragungen im gemeinsamen Register zum Schutz des fairen Wettbewerbs der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein zu den für einen Zuschlag vorgesehenen Bieterinnen und Bietern, deren Geschäftsführungen, Bewerberinnen und Bewerber sowie potenziellen Auftragnehmerinnen und Auftragnehmern vorliegen.

### **Ich/wir erklären,**

- a) dass ich/wir den gesetzlichen Pflichten zur Zahlung von Steuern und Abgaben sowie zur Zahlung der Beiträge zur gesetzlichen Sozialversicherung (Kranken-, Unfall-, Renten- und Arbeitslosenversicherung) nachgekommen bin/sind.
- b) dass über mein/unser Vermögen nicht das Insolvenzverfahren oder ein vergleichbares gesetzliches Verfahren eröffnet oder die Eröffnung beantragt oder dieser Antrag mangels Masse abgelehnt worden ist<sup>1</sup>.
- c) dass ich/wir zum Zwecke der Abfrage beim Register zum Schutz fairen Wettbewerbs gem. § 5 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 i. V. m. 5 Abs. 2 des Hamburgischen Datenschutzgesetzes (HmbDSG) einwillige(n), im potenziellen Auftragsfall personenbezogene Daten (Name, Vorname, Geburtsdatum, Geburtsort) der verantwortlich handelnden Personen (Geschäftsführer, gesetzliche Vertreter) zu benennen sowie die Zustimmung dieser Personen zur Weiterleitung der erforderlichen Daten an den öffentlichen Auftraggeber einzuholen. Ohne Einwilligung und Zustimmung kann der Zuschlag nicht erteilt werden. Soweit im potenziellen Auftragsfall Nachunternehmer an der Auftragserteilung beteiligt werden sollen, werde(n) ich/wir von diesen eine gleichlautende Einwilligung sowie deren Zustimmung einholen, die erforderlichen Daten an den öffentlichen Auftraggeber weiterzuleiten. Ohne diese schriftlichen Einwilligungen und Zustimmungen werden Nachunternehmer vom öffentlichen Auftraggeber abgelehnt. Die Erhebung und weitere Verarbeitung der Daten dient der Aufgabenerfüllung nach dem Gesetz zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW).
- d) dass **(Zutreffendes bitte ankreuzen)**
  - in den letzten drei Jahren Verfehlungen im Sinne von 2 Abs. 2 des Gesetzes zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW) vom 17. September 2013 (HmbGVBl. 2013, S. 417) vorgelegen haben (Abdruck des 2 Abs. 2 siehe Rückseite); es wurden jedoch Maßnahmen zur Selbstreinigung und zur Prävention ergriffen. Nachweise über diese Maßnahmen sind als Anlage(n) beigefügt<sup>2</sup>.
  - keine Verfehlungen im Sinne von 2 Abs. 2 des Gesetzes zur Einrichtung eines Registers zum Schutz fairen Wettbewerbs (GRfW) vom 17. September 2013 (HmbGVBl. 2013, S. 417) vorliegen, die meinen/unseren Ausschluss vom Wettbewerb rechtfertigen könnten oder kein Eintrag im gemeinsamen Register zum Schutz des fairen Wettbewerbs der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein oder in vergleichbaren Registern anderer Bundesländer erfolgt ist.
- e) dass ich/wir in den letzten drei Jahren nicht gem. 21 Abs. 1 des Gesetzes zur Bekämpfung der Schwarzarbeit und illegalen Beschäftigung (SchwarzArbG) oder gem. 21 Abs. 1 Arbeitnehmerentsendegesetz (AEntG) mit einer Freiheitsstrafe von mehr als 3 Monaten oder einer Geldstrafe von mehr als 90 Tagessätzen oder einer Geldbuße von mehr als 2.500 Euro belegt worden bin/sind.
- f) dass dem Angebot nur die eigenen Preisermittlungen zu Grunde liegen und dass mit anderen Bewerbern Vereinbarungen weder über die Preisbildung noch über die Gewährung von Vorteilen an Mitbewerber getroffen sind und auch nicht nach Abgabe des Angebots getroffen werden,
- g) dass die allgemeinen Preisvorschriften, insbesondere die VO PR 30/53 vom 21.11.1953 sowie das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 26.06.2013 (beide in der jeweils gültigen Fassung), beachtet worden sind.

### **Bitte ankreuzen\*: (Pflichtangabe)**

Ist Ihr Unternehmen ein kleines oder mittelständisches Unternehmen (KMU) im Sinne der EU-Kriterien?

(Ein Unternehmen gilt als KMU, wenn es weniger als 250 Mitarbeiter beschäftigt und der Umsatz weniger als 50 Mio. oder die Bilanzsumme weniger als 43 Mio. beträgt.)

ja

nein

**Mir/uns ist bekannt, dass die Nichtvorlage oder die Unrichtigkeit vorstehender Erklärung zu meinem/unserem Ausschluss aus diesem Vergabeverfahren oder zu einer Vergabesperre gem. 6 GRfW sowie zur Kündigung eines bereits geschlossenen Vertrages führen kann. Ich/wir verpflichte(n) mich/uns auch, die vorstehende Erklärung von Nachunternehmern zu fordern und diese zur Zustimmung des Auftraggebers vorzulegen, bevor die Beauftragung der**

<sup>1</sup> Sollte das Insolvenzverfahren oder ein vergleichbares gesetzliches Verfahren eröffnet oder die Eröffnung beantragt oder dieser Antrag mangels Masse abgelehnt worden sein, sind zusätzliche Unterlagen einzureichen, die geeignet sind, die finanzielle Leistungsfähigkeit des Unternehmens belegen. Diese Unterlagen müssen der Vergabestelle die Möglichkeit geben, zu prüfen, ob das Unternehmen dazu in der Lage ist, den zu vergebenden Auftrag zu erfüllen. Fehlende Nachweise können zum Ausschluss aus dem laufenden Vergabeverfahren führen.

<sup>2</sup> Wird diese Möglichkeit angekreuzt, sind Unterlagen zwingend beizufügen und ggf. zu erläutern. Fehlende Nachweise können zum Ausschluss aus dem laufenden Vergabeverfahren führen.

## **Eigenerklärung zur Tariftreue und zur Zahlung eines Mindestlohnes gemäß § 3 Hamburgisches Vergabegesetz**

Öffentliche Aufträge über Bauleistungen und andere Dienstleistungen sowie Dienstleistungskonzessionen vergibt die Freie und Hansestadt Hamburg gemäß § 3 des Hamburgischen Vergabegesetzes (HmbVgG) nur an Auftragnehmer, die sich bei Angebotsabgabe schriftlich, per Telefax oder in Textform mithilfe elektronischer Mittel dazu verpflichten,

1. ihren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern bei der Ausführung dieser Leistungen ein Entgelt zu zahlen, das in Höhe und Modalitäten mindestens den Vorgaben desjenigen Tarifvertrages entspricht, an den das Unternehmen auf Grund des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes gebunden ist (§ 3 Abs. 1 HmbVgG). Entsprechendes gilt für die Beachtung des Tarifvertragsgesetzes, Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes und anderer gesetzlicher Bestimmungen über Mindestentgelte.
2. ihren Beschäftigten (ohne Auszubildende) für die Ausführung der Leistung aber mindestens ein Entgelt nach § 1 Abs. 2 des Mindestlohngesetzes (MiLoG), in der jeweils geltenden Fassung zu zahlen, soweit die Leistung im Hoheitsgebiet der Bundesrepublik Deutschland erbracht wird (§ 3 Abs. 2 HmbVgG).
3. im Fall der Arbeitnehmerüberlassung im Sinne des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes dafür zu sorgen, dass die Verleiher den Leiharbeiterinnen und Leihararbeitern bei der Ausführung der Leistung das gleiche Arbeitsentgelt gewähren wie vergleichbaren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern des Entleihers (§ 3 Abs. 3 HmbVgG).
4. Soweit Leistungen auf Nachunternehmer übertragen werden, hat sich der Auftragnehmer zu verpflichten, den Nachunternehmern die Pflicht zur Zahlung des Mindestlohns aufzuerlegen (§ 5 Abs. 4 Nr. 4 HmbVgG).

### **Der Auftragnehmer / Anbieter erklärt hiermit:**

Ich verpflichte mich / wir verpflichten uns zur Einhaltung des Tarifvertragsgesetzes, des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes und anderer gesetzlicher Bestimmungen über Mindestentgelte.

1. Im Falle der Auftragsausführung durch Beschäftigte eines Verleihers veranlasse ich / veranlassen wir, dass der Verleiher seinen Beschäftigten bei der Ausführung der Leistung das gleiche Arbeitsentgelt gewährt wie vergleichbaren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern meines / unseres Unternehmens.
2. Im Falle der Übertragung von Leistungen auf Nachunternehmer verpflichte ich mich / verpflichten wir uns, dem Nachunternehmer die Pflicht aufzuerlegen, seinen Beschäftigten (ohne Auszubildende) für die Ausführung der für diesen öffentlichen Auftrag erforderlichen Leistung mindestens eine Vergütung in Höhe des Entgelts nach § 1 Abs. 2 des Mindestlohngesetzes (MiLoG, z.zt. 8,84 €), zu zahlen. Die Einhaltung dieser Vorgaben werden von mir / uns kontrolliert (§ 5 Abs. 4 Nr. 4 HmbVgG).
3. Ich habe / Wir haben die Bestimmungen des § 3 Abs. 2 HmbVgG in Verbindung mit dem MiLoG, sowie die möglichen Sanktionen gemäß § 11 HmbVgG bei schuldhafter Nichterfüllung der Verpflichtungen aus § 3 Abs. 2 HmbVgG in der jeweils geltenden Fassung zur Kenntnis genommen (Vertragsstrafe, sofern vereinbart; fristlose Kündigung des Vertrages oder Rücktritt vom Vertrag) und bestätige/n dies mit meiner / unserer Unterschrift.

### **Alternativ hierzu kann der Auftragnehmer erklären:**

Ich erkläre hiermit, dass ich keine Mitarbeiter beschäftige und daher nicht an das Mindestlohngesetz gebunden bin.

Hamburg, 01.03.2019

Ort, Datum

## ERKLÄRUNG

Ich, die/der Unterzeichnende erkläre,

1. dass ich bzw. mein Unternehmen nicht nach der Technologie von L. Ron Hubbard arbeite,
2. dass weder ich noch meine Mitarbeiter nach der Technologie von L. Ron Hubbard geschult werden bzw. keine Kurse und/oder Seminare nach der Technologie von L. Ron Hubbard besuchen und
3. dass ich die Technologie von L. Ron Hubbard zur Führung meines Unternehmens (zur Durchführung meiner Seminare) ablehne.

Hamburg, den , 01.03.2019

---

Ort, Datum



**fischerAppelt**

**Referenzliste und Kernteam  
Teilbereich 15/16 für  
die Bürgerschaft Hamburg**

# Referenzen

1. Referenz: Awarenesskampagne // „#starkfürdich“  
Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
2. Referenz: Partnerschaftskampagne // „Hamburgs Hafen der Helfer“  
„Hamburgs Hafen der Helfer“
3. Referenz: Imagekampagne // „#wireinander“  
Techniker Krankenkasse
4. Referenz: Awarenesskampagne // „#beinfreiheit“  
Norddeutscher Rundfunk (Tagesschau)
5. Referenz: Guerilla@republica // „#hugsnothate“  
fischerAppelt

1. Referenz: Awarenesskampagne // „#starkfürdich“

# Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat „#starkfürdich“



**#STARKFÜRDICH**  
EGAL, WIE AUSSICHTSLOS ES SCHEINT



STARKFÜRDICH.de للمزيد LEARN MORE

**#STARKFÜRDICH**  
EGAL, WIE HART WIR KÄMPFEN MÜSSEN

**#أقوياء من أجلك**  
مهما كانت الفرص المتاحة

**#STRONG FOR YOU**  
NO MATTER WHERE WE ARE NEEDED

Einheitsministerium  
des Innern

**POLIZEI UND  
RETTUNGSKRÄFTE**  
Ministerium des Innern

Federal Ministry  
of the Interior

الشرطة  
وقوى الإنقاذ  
التعاون من أجل السلامة

Federal Ministry  
of the Interior

**POLICE AND  
EMERGENCY SERVICES**  
STRONG FOR YOU. STRONG FOR A BETTER DAY.



# Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat

## „#starkfürdich“

### Herausforderung

Polizei und Rettungskräfte begegnen heute einer immer komplexer werdenden Gefahrensituation. Paradoxerweise haben sie aber mit noch anderen Dingen zu kämpfen. Bürger, die ihre Arbeit behindern, gehören für sie zum Alltag. Das reicht von Gaffern, die Sanitätern den Unfallort versperren, über Menschen, die Feuerwehrleuten die Brötchen stehlen, bis hin zu verbaler und physischer Gewalt gegenüber Polizisten.

Die Bevölkerung soll daran erinnert werden, dass hinter den Uniformen Menschen stecken. Es soll sowohl der individuelle, als auch der gesellschaftliche Nutzen der Arbeit gezeigt werden. Die zentrale Botschaft: Das BMI und die Kräfte von Bundespolizei, Feuerwehr, THW, Rettungsdiensten und BKA arbeiten für ein gemeinsames Ziel, das sie mit aller zur Verfügung stehender Kraft verfolgen.

### Umsetzung

Die fA-Kampagne arbeitet ausschließlich mit echten Polizei- und Rettungskräften. Authentische und beeindruckende Szenen zeigen sie jeweils in dem für ihre Arbeit typischen, risikoreichen Moment, in dem sie wirklich alles geben. Sehr persönliche, emotionale Kommentare der Kampagnenhelden offenbaren die Menschen hinter den Uniformen und ihre Motivation, sich für jeden einzelnen von uns stark zu machen.

Indem sie Einsatzkräfte in Aktion zeigt, stellt sie klar, dass wir durch gut ausgerüstete Einsatzkräfte sicher in Deutschland leben können und dass uns in Not geholfen wird. Sie zeigt aber auch, dass die Polizei- und Rettungskräfte höchsten Respekt für ihren Einsatz verdienen.

### Ergebnis

Die Kampagne hat viele Menschen erreicht und emotional berührt (über 33% der Gesamtbevölkerung, 55% der Flüchtlinge), nachhaltig bewegt und blieb dabei immer glaubwürdig. Ein unabhängiges Meinungsforschungsinstitut belegt, dass beide Zielgruppen die Kampagne überwiegend positiv bewerteten.

Flüchtlinge fühlten sich von den Motiv-Sprüchen und dem Slogan der Kampagne in ihrer Landessprache direkt angesprochen. Vor allem der TV-Spot und die lebensnahe Dramatik des Sanitäter-Motivs konnten die befragten Personen emotional überzeugen.



# Hanseatic Help e.V.

## „Hamburgs Hafen der Helfer“



# Hanseatic Help e.V.

## „Hamburgs Hafen der Helfer“

### Herausforderung

Der Sommer 2015 und das Jahr von „Wir schaffen da“, war die Stunde des Ehrenamts und des Bürgerengagements. Zu dieser Zeit gründete sich Hanseatic Help aus der „Kleiderkammer Messehallen“, um die humanitäre Not geflüchteter Menschen in Hamburg unmittelbar zu lindern. Hilfsaktionen waren omnipräsent und wurden vom Willen der breiten Bevölkerung, sich zu engagieren, getragen.

Wie aber bleibt ein neu gegründeter Verein dauerhaft im Gespräch, wenn die Spendenbereitschaft abebbt und das Thema aus den Medien verschwindet? Wie werden Hamburg und seine Helfer immer wieder neu involviert, damit ein ehrenamtlicher Verein seine begonnene Hilfe langfristig leisten kann?

### Umsetzung

Im Dreiklang von strategischer Beratung, operativer Medienarbeit sowie persönlichem Engagement begleitet fischerAppelt den Verein seit seiner Gründung. Von der Entwicklung eines Markenkerns und Vereinsbotschaften bis hin zu Umsetzung von Kampagnen und Events unterstützt fischerAppelt den Verein in allen Bereichen der Kommunikation. Aktionen wie das Sammeln von Zelten und Schlafsäcken auf Musikfestivals, um Obdachlosen in Hamburg einen Schutz vor Regen und Kälte zu bieten, oder das Projekt „Einfach Schnacken“, das Hamburger wieder mehr miteinander ins Gespräch bringen soll, wären aber nicht so erfolgreich, ohne ein breites Netzwerk an Partnerschaften. Hanseatic Help kooperiert mit 150 Hamburger Organisationen und spricht mit unterschiedlichen Projekten immer wieder neue Zielgruppen an, was für einen dauerhaften Helfer- & Spendenzulauf sorgt.

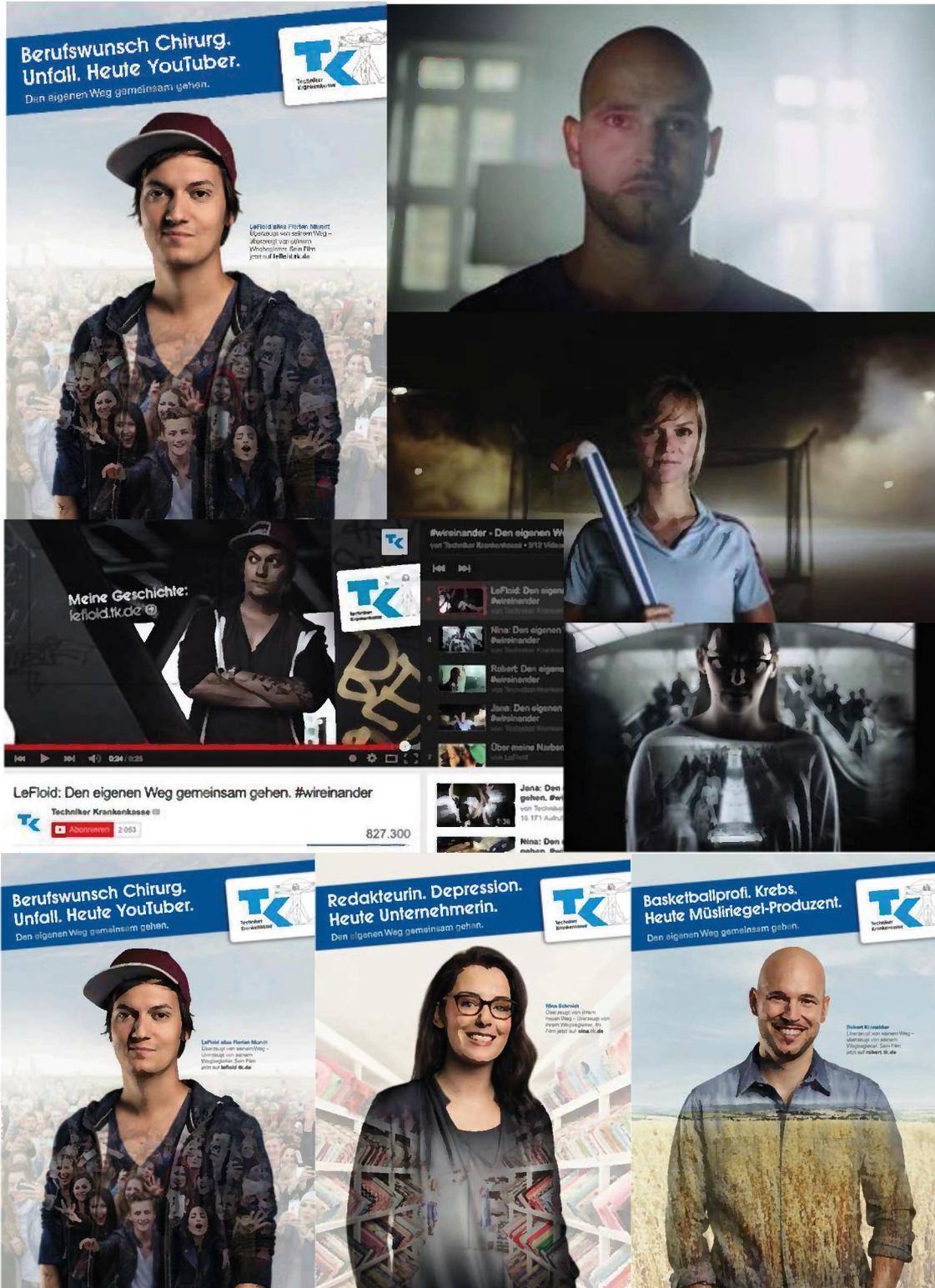
### Ergebnis

Hanseatic Help hat sich als feste Größe im Bereich der Bedürftigenhilfe in Hamburg etabliert. Bis heute arbeitet der Verein sowohl auf zivilgesellschaftlicher, politischer wie auch auf wirtschaftlicher Ebene eng mit Hamburg zusammen und zählt Förderer wie die Künstler Bosse, Kettcar oder Odeville, den HSV Handball sowie St. Pauli als auch Unternehmen wie Aurubis, Hermes und Budnikowski zu seinen Unterstützern. Über kreative und aufmerksamkeitsstarke Aktionen werden neue Spender angesprochen, langfristige Partner involviert und der Verein in Hamburg stetig bekannter. Die Förderung durch den Integrationsfonds der Hamburgischen Bürgerschaft mit 425.000 € belegt die Relevanz von Hanseatic Help in und für Hamburg.



3. Referenz: Imagekampagne // „#wireinander“

# Techniker Krankenkasse „#wireinander“



# Techniker Krankenkasse

## „#wireinander“

### Herausforderung

Krankenversicherungen sind ein Low-Involvement-Thema. Sie interessieren nur, wenn es drauf ankommt: im Krankheitsfall.

Die TK geht einen neuen Weg in der Kommunikation und redet nicht darüber, wie gut sie ist. Stattdessen spricht sie über Krankheiten und Schicksalsschläge und darüber, wie ihre Kunden solche Situationen mit der TK als Wegbegleiter meistern. Ziel der Kampagne war es nicht nur ein Leistungsversprechen abzugeben, sondern die TK als Krankenkasse mit einer starken Haltung, in der sich auch die junge Zielgruppe wiederfindet, zu platzieren:

#wireinander

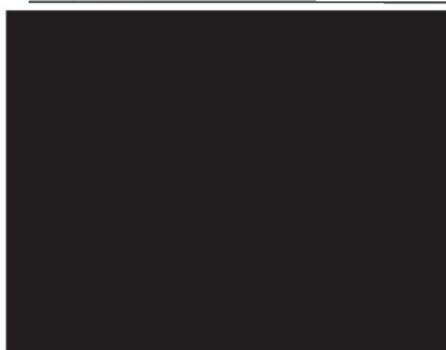
### Umsetzung

fischerAppelt portraitiert Menschen und ihre Geschichten, die als Anstoß zum Dialog fungieren. Und zwar da, wo sich unsere potentielle Zielgruppe aufhält: auf YouTube. Eine Imagekampagne mit wahren Geschichten, die einen Wendepunkt bei den Protagonisten auslösten. Vier Geschichten stellen fischerAppelt und die TK in der Werbung dar. Sechs YouTuber erzählen zusätzlich ihre Geschichte.

### Ergebnis

Tausende Usergeschichten entstanden unter dem Hashtag #wireinander aus der Community. Das machte aus einer Kampagne eine Bewegung und aus Werbung Verantwortung für die Gemeinschaft.

- 11,3 Mio. Video Views
- 2 Mio. YouTube Likes
- 37.500 User-Kommentare
- Tausende User-Geschichten
- #5 in den Twitter Trends
- 87.000 neue Versicherte in 3 Monaten
- 240% mehr Wachstum als nächstbeste Kasse



# Tagesschau „#beinfreiheit“



# Tagesschau

## „#beinfreiheit“

### Herausforderung

Die Tagesschau ist seit über 60 Jahren eine Konstante im deutschen Wohnzimmer. Doch auch Konstanten wandeln sich. Es gibt neue Formate und ein neues Studio. Zeit, eine brennende Frage zu beantworten: Was tragen die Sprecher eigentlich unterm Pult? In Zukunft sollen die Sprecher mit Beinen zu sehen sein. Wie schafft man es nun, dass diesmal nicht die Tagesschau über die Welt berichtet, sondern die Welt über die Tagesschau?

### Umsetzung

Die Lösung: Eine Guerilla-PR-Kampagne. Zunächst platziert fischerAppelt unerwartet Schaufensterpuppen-Beine in den Tagesthemen.

### Ergebnis

Die Medien und das Social Web stürzten sich in wilde Spekulationen. So erreicht die Kampagne über 300 Millionen Kontakte und einen Mediaäquivalenzwert von 30 Millionen Euro. Bild, FAZ, Spiegel Online und TV Total berichteten



5. Referenz: Guerilla@republica // „#hugsnothate“

# fischerAppelt

## #hugsnothate



# fischerAppelt

## #hugsnothate

### Herausforderung

Als Donald Trump 2017 sein Amt als Präsident der Vereinigten Staaten antrat, gehörten seine aggressiven Tweets schon zum Alltag und das Wort „postfaktisch“ zum Vokabular der Presse. fischerAppelt hat sich gefragt, was sie dem wachsenden Zuspruch für Populisten entgegensetzen können: Liebe.

### Umsetzung

Mit „Love out loud“ findet fischerAppelt bei der re:publica in Berlin genau das richtige Motto für eine etwas andere Aktion gegen Hass, Gewalt und Radikalisierung. Doch wie bekommt man das digitale Volk dazu, @realDonaldTrump per Twitter mit Liebe zu überhäufen? Mit einem zwei Meter großen Plüsch-Trump, der selber ein lieber Kerl ist. Umarmt man den Plüsch-Präsidenten auf dem roten Sofa, gibt der nämlich ungewohnte Statements von sich: „I love Muslims, they are really great dudes, the best people“ oder „I’m happy that German automakers are creating jobs in the U.S.“ zum Beispiel – ausgesprochen von einem kalifornischen Country-Moderator und Trump-Imitator. Gleichzeitig wurde eine Postkarte mit einem Liebesgruß an Trumps Twitter-Kanal versendet. Möglich macht es der im Rücken der Puppe verbaute Raspberry Pi und Sensoren, die auf die Knuddelei reagieren.

### Ergebnis

Gut platziert auf dem Weg zur Hauptbühne der re:publica zog der Plüsch-Präsident nicht nur die Aufmerksamkeit der Besucher auf sich – bei dpa und AP lancierten die Trump-Motive schnell zum Foto des Tages. Mehr als 30 Mal tauchte unsere Installation in der nationalen und internationalen Presse auf und das heute Journal spielte sogar ein Original-Zitat im Studio ab. Mehr als 500 Besucher verschickten ihr Kuschel-Trump-Motiv als Twitter-Postkarte an den Original-Präsidenten und über 1000 Tweets und Instagram-Posts von Selfie-Jägern fanden ihren Weg ins Netz.



**fischerAppelt**

**#PUKfA für  
die Hamburger Bürgerschaft**

**Das Kernteam**

# Kernteam

#PUKfA für die  
Hamburger Bürgerschaft



Management



Kreation

Social Media / PR



# Kernteam Management

## Ihre Ansprechpartner für die Hamburger Bürgerschaft

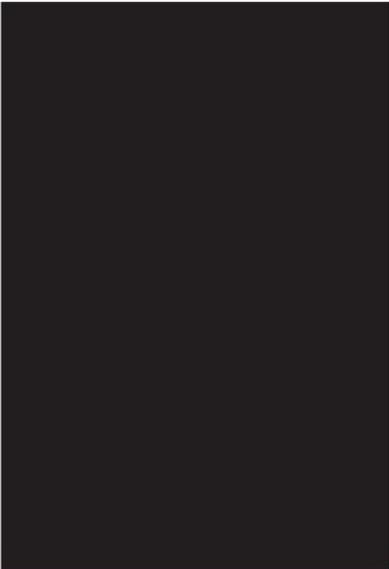


- 
- Expertise: Entwicklung von Kommunikationsstrategien und integrierten Kampagnen
- Referenzkunden: u.a. Deutsche Telekom, T-Systems, Norddeutscher Rundfunk, Bayerischer Rundfunk, Wired, Coral, Airbus, Lufthansa Group, Siemens, Techniker Krankenkasse, Diakonie, Colgate Palmolive, Deutsche Post/DHL, PWC, Vaillant, Bundesministerium des Innern
- „Weil auch nach 100 Jahren Demokratie immer noch keine Selbstverständlichkeit ist.“
- 
- Expertise: Strategische Kommunikationsberatung, Key-Account-Management
- Referenzkunden: Sylt, Bill and Melinda Gates Foundation, Airbus, Siemens, Bosch, RWE, Deutsche Bahn, BMW, Porsche, RIMOWA, Heineken, National Geographic et al.
- „Sinkende Wahlbeteiligung, anspruchsvolleres Wahlrecht, gestiegener medialer Wettbewerb – eine Aufgabenstellung, die nach einer kreativen Lösung ruft. Lassen Sie uns gemeinsam mutig sein. Es geht um unsere einmalige Hansestadt, um unsere wunderbare Demokratie.“

# Kernteam Management

## Ihre Ansprechpartner für die Hamburger Bürgerschaft

- Seit 2008 bei fischerAppelt, vorher in der Strategieberatung
- Expertise: Strategische Markenkommunikation, Entwicklung integrierter Kommunikationsstrategien, PR-Stunts, Experiential Kampagnen
- Referenzkunden: Hanseatic Help, Demokratesch Partei Luxemburg, Unilever, LIDL, Deutscher Zoll
- "Hamburg ist schon oft in der Vergangenheit Vorreiter bei Entwicklungen gewesen. Die Bürgerschaftswahl ist eine weitere Chance, von Hamburg aus zu zeigen, dass die Demokratie in Deutschland stark ist."

- 
- seit 2017 Teamleiter bei fischerAppelt, vorher Teamleiter Markenkommunikation bei der Sparda-Bank und Pressesprecher beim Hamburger Sport-Verein
  - Expertise: Akquise und Ausbau von (Kooperations-)Partnern, Netzwerk in Hamburg, Content Marketing im B2B- und B2C-Bereich
  - Referenzkunden: u.a. Active City, Universität Hamburg, enercity, Nordkirche, ÖKO-TEST Verlag, Olympus Europa, Hermes
  - "Als Hamburger Jung liegen mir die Themen in unserer Hansestadt besonders am Herzen. Die Hamburgerinnen und Hamburger haben die Chance, im Kontext der Demokratie ein Zeichen zu setzen."

# Kernteam Kreation

## Ihre Ansprechpartner für die Hamburger Bürgerschaft

[Redacted Name]

- [Redacted Name]
- Expertise: UX Design, UI Design, Kreativ-Konzeption, Informationsarchitektur
- Referenzkunden: u.a. Merck, Stage Entertainment, OTTO, Congstar, Aareal Bank, toom Baumarkt
- „Dass Hamburg auch 'Das Tor zur Welt' genannt wird zeigt, dass durch die Bürgerschaftswahl großes bewirkt und verändert werden kann, zu dem wir mit unserer Kampagne beitragen möchten.“

[Redacted Name]

- [Redacted Name]
- Expertise: Etatführung, Steuerung von integrierten Kampagnen und Koordination aller beteiligten Spezialeinheiten
- Referenzkunden: Betreuung großer Marken und komplexer 360°-Kampagnen als Leadagentur, z.B. o2/Telefónica, T-Systems, Bundesagentur für Arbeit, ARD, Vodafone, Ricola
- “Politik geht uns alle an. Nicht nur im Großen, sondern vor allem auch vor Ort. In unserer Stadt. Hier können wir das mitgestalten, was uns in Hamburg täglich und unmittelbar betrifft. Diese große Chance allen Hamburgern vor Augen zu führen und sie zu motivieren, zur Wahl zu gehen, das spornt mich an.”

# Kernteam Kreation

## Ihre Ansprechpartner für die Hamburger Bürgerschaft

- [REDACTED]
- Expertise: Konzeption und Umsetzung von integrierten Kampagnen, Qualitätssicherung, Planung, Umsetzung und Distribution von Werbemitteln, sowie Maßnahmen wie Film, Print, Social Media, Online, BTL und Verkaufsliteratur
- Referenzkunden: u.a. Bundesministerium des Innern, Burda, Viessmann, Rittal, Demokratesch Partei, Vaillant, Merck
- „Das Wahlrecht ist ein Privileg, von dem man Gebrauch machen sollte. Mit unserer Kampagne haben wir die Möglichkeit zu zeigen, wie Bürger eine vielseitige, weltoffene Stadt wie Hamburg prägen und mitgestalten können.“

# Kernteam Social Media // PR

## Ihre Ansprechpartner für die Hamburger Bürgerschaft

[Redacted]

- [Redacted]
- Expertise: Entwicklung und Implementierung von digitalen Kampagnen, Social Media Strategie, Influencer Marketing
- Referenzkunden: Bayer - Your Life (Globale Kampagne zur Aufklärung über Verhütung), VW, Coca-Cola, Hermes, Merck, PMI, Initiative Tierwohl
- "Social Media geben jedem eine Stimme. Dieses Potenzial sinnvoll zu nutzen und Menschen zu mehr Teilhabe an der politischen Gestaltung zu motivieren, ist eine Herausforderung und unglaublich spannende Chance."

[Redacted]

- [Redacted]
- Expertise: Corporate Communications, Steuerung von Motivationskampagnen und Bürgerengagement (Vorlesetag, Marion Dönhoff Preis), integrierte Kampagnen (Lange Nacht der ZEIT in Hamburg) und Events
- Referenzkunden: Hanseatic Help, Unilever
- „Hamburg steht für mich vor allem für Weltoffenheit und Engagement. Ich erlebe hier eine sehr pragmatische, gelassene und vor allem uneitle Art der Zusammenarbeit, was Partnerschaftskampagnen nicht nur effizient, sondern vor allem sehr angenehm gestaltet.“

# Teilnahmeantrag

Referenzen-Booklet Teilbereich 13 + 14  
Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung  
Vergabenummer: 2019000027

1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg Jubiläums-Kampagne



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

### Herausforderung und Aufgabe

Die Universität Hamburg feiert 2019 ihr hundertjähriges Bestehen. Dieses Jubiläum möchte sie dazu nutzen, gezielt zu platzieren, welche Geschichte, welche wissenschaftlichen Errungenschaften und welche Verbundenheit mit der Stadt Hamburg hinter einem Jahrhundert Universität Hamburg stehen. Ziel ist es dabei, die Wahrnehmung der Universität bei allen Hamburgern zu erhöhen, Hamburg als Wissenschaftsstandort hervorzuheben und die Identität der Universität zu stärken.

Bei der Jubiläumskampagne liegt auch ein besonderes Augenmerk auf dem Image der Universität. Einher mit dem Ziel einer verbesserten Außenwahrnehmung geht dabei auch ein neues Selbstverständnis und gestärktes Selbstbewusstsein, das mit den Maßnahmen rund ums Jubiläum geformt werden soll. Das zu entwickelnde Maßnahmenbündel fordert demnach eine integrierte Kommunikation, sowohl nach außen als auch nach innen und zudem die Integration von Partnern und Unternehmen.

### Die KPI-Vorgaben

- Image
- Steigerung der Wahrnehmbarkeit der Universität Hamburg
- Plakatkampagnen
- Gewinnung von Partnern/Unternehmen



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

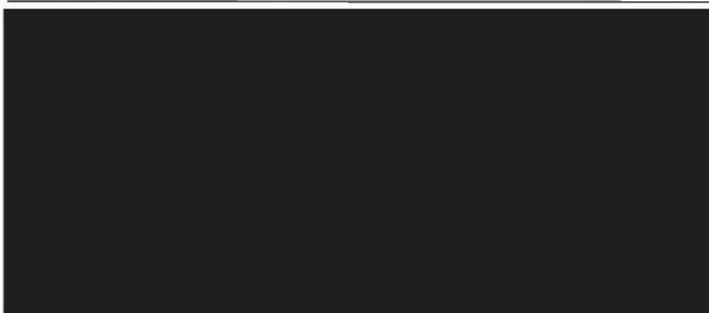
## Jubiläums-Kampagne

### Umsetzung

fischerAppelt entwickelt ein integriertes Kommunikationskonzept, das mit verschiedenen Maßnahmen vielfältige Touchpoints rund ums Jubiläum bietet und stets die Verbindung der Uni zur Stadt Hamburg aufzeigt. Um das Image der Universität zu verbessern, schafft fischerAppelt einen Ansatz, der nicht nur Aufmerksamkeit erregt und die Leistungen der Uni ins Bewusstsein ruft, sondern auch Sympathie weckt und beweist, dass die Uni auch in Zukunft für Hamburg unentbehrlich ist. Die Zusammenarbeit mit Partnern, Unternehmen und Multiplikatoren aus Hamburg spielt dabei eine wichtige Rolle - zudem die Verlängerung in Social Media-Kanäle.

### Bereits umgesetzte Maßnahmen sind u.a.:

- Erstellung Claim, Plakatkampagne in U-Bahnen, Bussen und auf Citylight-Flächen: Jubiläums-Logo mit Vorstellung ausgewählter Testimonials wie z.B. Nanoforscher [REDACTED] [REDACTED] der ein Heilmittel gegen Multiple Sklerose entwickelt hat.
- Hamburgs Wahrzeichen gratulieren der Uni Hamburg: Illumination bekannter Hamburger Wahrzeichen mit Glückwünschen zum Universitäts-Jubiläum: das Rathaus, der Hamburger Michel, der Heinrich Hertz-Turm, die Elbphilharmonie, die Kunsthalle, das Millerntor-Stadion sowie die Rickmer Rickmers.
- Vorlesung für Alle: Regelmäßige öffentliche Vorlesungsreihe an ungewöhnlichen Orten in Hamburg. Ziel: Inspiration und Austausch mit Experten, Forschern und Vordenkern zu gesellschaftsrelevanten Themen.
- Im Rahmen einer Namensergänzung erhielt der Bahnhof Dammtor den Zusatz "Uni Hamburg". PR- und Vor-Ort-Unterstützung bei dem offiziellen Eröffnungs-Event.



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

### Neue Partnerschaften

Um die Relevanz der Universität im Herzen der Stadt Hamburg zu unterstreichen, stellt fischerAppelt zudem die Vernetzung mit Hamburger Partnern und Multiplikatoren bei den Maßnahmen in den Vordergrund.

Partnerschaften mit Unternehmen, die explizit für das Uni-Jubiläum sowie für die Kampagne geschlossen wurden:

- OTTO Group
- Deutsche Bahn
- Haspa
- Hamburger Sport-Verein
- FC St. Pauli
- Barkassen Meyer
- Signal Iduna
- Miniaturwunderland
- WallDecaux



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

### Die Partnerschaften

Analyse und Konzeption durch fischerAppelt, mit welchen Unternehmen die Universität im Kontext des Jubiläums sprechen sollte.

Aktive Ansprache der Unternehmen mit individuellen Kooperationsmöglichkeiten durch fischerAppelt sowie der Universität.

Der Prozess bis zur finalen Entscheidung sowie Unterschrift eines Unternehmens wurde von fischerAppelt stets begleitet. Ebenso die Aktivierung der Partnerschaften im Jubiläumsjahr 2019.

### Wahrzeichen gratulieren

u.a. der Hamburger Michel, Hamburger Rathaus, der Heinrich Hertz-Turm, die Elbphilharmonie, die Rickmer Rickmers

### Vorlesung für Alle

Barkassen Meyer, Hajusom, Handelskammer Hamburg, Kiki Kinderkulturhaus Lohbrügge, Europapassage, Elbphilharmonie, Kulturhaus Süderelbe, Bürgerhaus Meiendorf, Rindermarkthalle, Medizinhistorisches Museum, Stadtteilarchiv Eppendorf Bunker, Signal iduna, W3 Werkstatt für internationale Kultur und Politik, Bunte Kuh e.V., Otto Group, HSV, MS Artville, Fischauktionshalle, Kulturpalast, Miniaturwunderland, Hochbahn, St. Michaelis, Thalia - Europapassage, Joachim Herz Stiftung, Ratsherrn Brauerei, Stadtteilhaus Lurup, Hamburger Sparkasse (Grindelallee), Zinnschmelze, LOLA Kulturzentrum e.V., Brakula - Kultur in Bramfeld, St. Katharinen

### Deutsche Bahn / Namensergänzung Dammtor-Bahnhof

fischerAppelt hat durch die guten bestehenden Kontakte zur Deutschen Bahn die Namensergänzung des Dammtor-Bahnhofs initiiert. Ab sofort ist die Universität Hamburg auf den Schildern am Dammtor-Bahnhof zu lesen.

Am 27.02.19 wurde die Umbenennung medial in Szene gesetzt.



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg Jubiläums-Kampagne

## Media Buzz

### Bamburger Abendblatt

Hamburg  
Rathaus gratuliert der Universität; Lichtinstallation zum 100. Geburtstag. Sechs weitere Wahrzeichen folgen

77 words  
0 January 2019  
Hamburger Abendblatt  
ABEND

Copyright 2019 Zeitungsgruppe Hamburg GmbH

Hamburg Seihen Wahrzeichen wollen der Hamburger Universität mit Videobotschaften an ihren Fassaden zum 100. Geburtstag gratulieren, um die Verbundenheit zu betonen. Der Schriftzug „Von Allen für Alle, 100 Jahre Uni Hamburg“ zierte bis etwa 22 Uhr die Vorderseite des Gebäudes.

Umgangssprache: „Bischof die Gründung der Universität Hamburg fiel in eine besondere Zeit: Sie gab die zu den ersten Besten.“ Die Bürgerschaft habe der Universität schon damals „in die Wiege verholten“. Auch jetzt zum Jubiläum unterstütze das Parlament die vielen Aktivitäten der Universität.

In den kommenden Tagen gratulieren sechs weitere Wahrzeichen mit leuchtenden Video-



### Hamburg Journal

3311 words  
29 January 2019  
20:45

NDR Transkripte  
NDRTRK  
German  
Copyright (2019) Spaactor GmbH

für sich Zielen hier Presse aufs Werk Buch Diskus heute als Geburtstags noch Gruß bis 22 ist Uhr zu Bromberger Niederung diese um Meldung ersicht abgesperrt Naturschutzgebiet direkten Anrainer Ar



### Rathaus leuchtet zu Uni-



Stand: 29.01.2019 18:29 Uhr - Lesezeit: ca 2 Min.

### Hamburger Rathaus leuchtet zum Uni-Jubiläum



#unihh100

106 Beiträge

### Kieler Nachrichten

HH  
Hamburg feiert 100 Jahre Uni

144 words  
30 January 2019  
Kieler Nachrichten  
KLEINCHTE

11  
German  
Kieler Zeitung Verlags- und Druckerei KG-GmbH & Co.

Das Hamburger Rathaus ehrt die Universität: „Von allen für alle – 100 Jahre Uni Hamburg“ strahlte es gestern Abend wei und Bürgern frei gewählte Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg den Beschluss gefasst, eine Universität zu einem Festakt in der Musikhalle feierlich eröffnet. Im Jahr 1919 studierten 1729 Studenten an der Universität. Anfang der



### DIE WELT

HAMBURG  
Die Uni leuchtet in die Stadt hinein  
125 words

MENSCH & UMWELT TECHNIK KULTUR POLITIK WIRTSCHAFT

### UNI HAMBURG FEIERT 100. GEBURTSTAG

chtkraft - doch das I  
der ersten demokratisch gewählten Bürgerschaft. Zur Gründung eine  
Februar und die Kunsthalle am 3. Februar. Den Abschluss bildet die

Axel Springer Syndication GmbH

HH  
Hamburg feiert 100 Jahre Uni

104 words  
30 January 2019  
Regionales Programm  
KLEINCHTE

11  
German  
Kieler Zeitung Verlags- und Druckerei KG-GmbH & Co.

Das Hamburger Rathaus ehrt die Universität: „Von allen für alle – 100 Jahre Uni Bürgern frei gewählte Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg das Er Feiertag in der Musikhalle feierlich eröffnet. Im Jahr 1919 studierten 1729 Student



### WELT ONLINE

Rathaus leuchtet zu Uni-Jubiläum

111 words  
29 January 2019

WELT online  
WELTON  
German  
Copyright 2019 Axel Springer SE

Hamburg (dpa/ino) - Das Hamburger Rathaus ist zum hundertjährigen Jubiläum 1919 hatte die erste demokratisch gewählte Bürgerschaft die Gründung der I

Sechs weitere Wahrzeichen Hamburgs sollen in den kommenden Tagen per eine Videoprojektion am Millerntor-Stadion am 4. Februar 2019.

PM

Axel Springer Syndication GmbH

1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

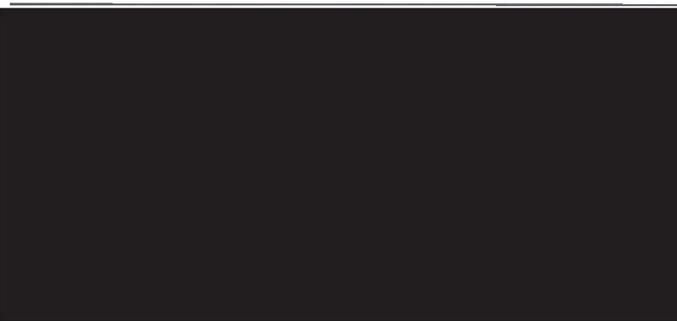
# Universität Hamburg Jubiläums-Kampagne

## Clippings Social Media (Auszug)

The collage consists of several social media posts:

- Twitter:** A tweet from FC St. Pauli retweeting a post from Universität Hamburg (@unihh) dated Feb 5. The tweet says: "Sieben Tage, sieben Wahrzeichen: Gestern gab es am Millerntor nicht nur ein besonderes Fußballspiel des @fcstpauli zu sehen, sondern auch einen Jubiläumsgruß an die Uni. #unihh100". It includes two photos of a stadium at night.
- Facebook:** A post from Universität zu Lübeck congratulating the University of Hamburg. Comments include "Danke schön" and "Fritze Ritz".
- Facebook:** A post from Wissenschaftsbehörde congratulating the University of Hamburg. It includes three photos of a tower illuminated at night.
- Facebook:** A post from senat\_hamburg (Rathaus Hamburg) with the text: "senat\_hamburg „Von Allen für Alle, 100 Jahre Uni Hamburg.“ Sieben Hamburger Wahrzeichen gratulieren der @uni\_hamburg mit einer Videoprojektion. Den Anfang hat das #rathaus hamburg gemacht. #Wissenswert: Im März 1919 beschloss die erste demokratisch gewählte Bürgerschaft die Gründung einer Universität. #heuteimrathaus #welovehh #hamburg #heuteinhh #unihh100 #vonallenfüralle". It includes a large photo of the Rathaushaus with a video projection.
- Facebook:** A post from a user mentioning "Herzlichen Glückwunsch zum 100. Geburtstag" with a video of the Rathaushaus.
- Facebook:** A post from a user saying "Alles Gute, Uni Hamburg" with a photo of the Rathaushaus.
- Facebook:** A post from a user saying "ich bin stolz!!!" with a photo of the Rathaushaus.
- Facebook:** A post from a user saying "Alles Gute Uni Ha" with a photo of the Rathaushaus.
- Facebook:** A post from a user saying "ich bin stolz!!!" with a photo of the Rathaushaus.
- Facebook:** A post from a user saying "ste zuerst wurde ausgewählt. Einige weise verschoben. eren ..." with a photo of the Rathaushaus.

#unihh100  
106 Beiträge



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

### Reichweite der Berichterstattung

\_9.720 Clippings seit Oktober 2015 in Print- und Online-Medien (z.B. in Die Welt, Hamburger Abendblatt, Lübecker Nachrichten Online und Die Zeit)

\_156.200 Beiträge in Sozialen Medien, davon

\_ca. 93.000 bei Twitter

\_ca. 60.500 bei Tumblr

\_ca. 2.700 bei Instagram\*

\_Eigene Kanäle der Universität Hamburg\*

\_Facebook: 42.337 Abonnenten // ø Engagementrate/Tag: 0,15%

\_Twitter: 16,5k Follower // ø Engagementrate/Tag: 0,33%

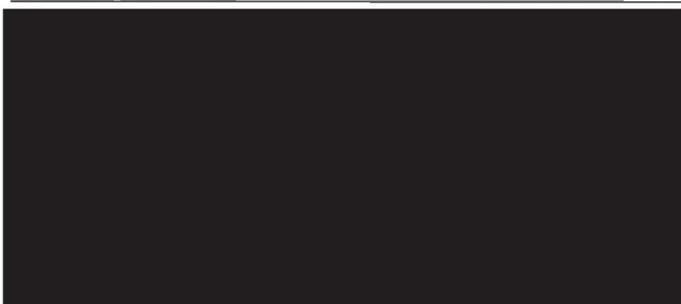
\_YouTube: 1.598 Abonnenten // Views seit 2015: 228.223 // ø Views/Tag: 65

\_Instagram: 11,2k // ø Engagementrate/Tag: 4,75%

### Zusammenfassung:

Mit den Aktionen zum Jubiläum der Universität Hamburg konnte bisher eine sehr hohe mediale Reichweite erzielt werden. Die Resonanz ist auf unterschiedlichsten Kanälen gleichermaßen positiv und überzeugt nicht nur in der Quantität, sondern insbesondere auch in der Qualität der Berichterstattung. In den Sozialen Netzwerken, vor allem Twitter und Instagram, zeigt sich darüber hinaus ein hohes Engagement der Fans und Follower. Dies ist mitunter auch damit zu begründen, dass die Universität auf fast allen Kanälen täglich aktiv ist.

\* Instagram wurde als vergleichsweise junges Netzwerk über einen kürzeren Zeitraum getrackt als bspw. Twitter. Mit der Angabe von 2.700 ist also nur ein Bruchteil der Gesamtheit an Beiträgen erfasst.

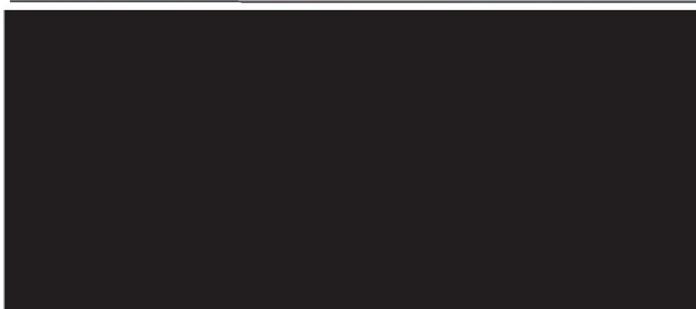


1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

**Ansprechpartner**



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



Im hohen Bogen  
nach Sylt.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



### Hintergrund

Unglaublich, aber wahr: Diverse Abschnitte der Bahnstrecke Niebüll-Sylt sind seit 1927 unverändert immer noch eingleisig. Das macht den Verkehrsinfarkt unausweichlich und alltäglich. Dieser massive Engpass bringt Unternehmen und Arbeitsplätze in Gefahr. 4.500 Pendler sind täglich auf die Bahn angewiesen. Proteste werden seit Jahrzehnten ignoriert. 2018 eskaliert die Situation, nachdem in nur zwei Monaten mehr als 150 Zugfahrten ausfallen. Das Image von Sylt und seiner Tourismusbranche leidet stark darunter.

### Aufgabe

Gesucht wird eine Strategie, die die zuständigen Politiker erreicht, die bis dato diese dramatische Situation nicht ernst nehmen – ohne Lobbyisten oder eine teure Kampagne zu bezahlen. Der Vorschlag soll eine starke Handlungsaufforderung beinhalten, um die Menschen regional und überregional zu mobilisieren, eine Petition zum Ausbau der Bahnstrecke zu unterzeichnen.

### Ziel

Einstufung des Ausbaus im Bundesverkehrswegeplan mit „vordringlichem Bedarf“ und damit Billigung der Erweiterung der Bahnstrecke Niebüll-Klanxbüll durch die Politik.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



Siehe bitte auch Original-Film und Case-Film:  
<https://cloud.philippundkeuntje.de/index.php/s/BDM8JC2fMzsolXH>

### Herangehensweise/Kreative Idee

Catapult Air. Eine fiktive Fluggesellschaft, die mit einem Katapult Menschen auf die Insel Sylt bringt. Viel schneller und zuverlässiger als die Deutsche Bahn. Das Ziel: Ein Aufruf zum Handeln, der beim breiten Publikum verfährt und so einen maximalen "Social Buzz" bei kleinem Budget auslöst. Das Ergebnis: Ein liebevoll inszenierter Zwei-Minuten-Film, bei dem Inselbewohner als Flugpersonal und Passagiere die Hauptrolle spielen. Den Schluss des Films bildet der Aufruf zur Unterzeichnung der Petition zum Ausbau der Bahnstrecke, den auch viele Wirtschaftspartner teilen.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“

### Faktor #1 „Humor als Waffe



### Faktor #2 „Betroffene für sich sprechen lassen“



Das „Sommerloch“

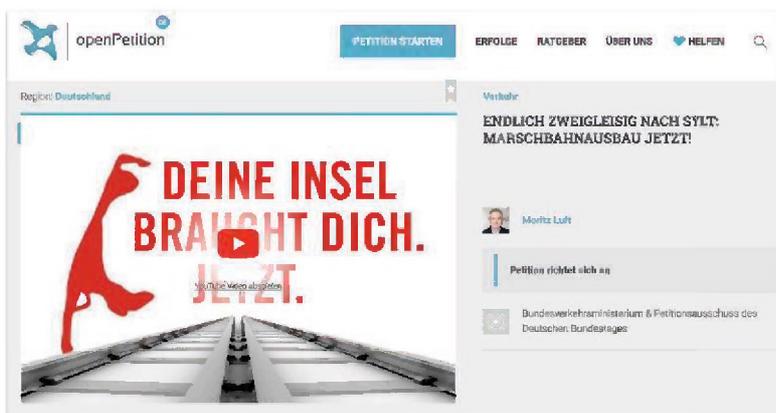
### Nutzung strategischer Faktoren

Die Idee musste den rebellischen, aber auch humorvollen Stil der Sylter widerspiegeln. Zudem war sehr klar, dass wir weder aggressiv noch anstößig gegenüber der Deutschen Bahn und ihren Angestellten auftreten wollten. Unsere Antwort war die fiktive Fluggesellschaft Catapult Air und der Einsatz strategischen Timings. Wir mussten schnell sein, um das „Sommerloch“ zu nutzen. Die Zeit im Jahr, in der die Nachrichten wenig berichten, da die meisten Institutionen und Familien mit Kindern im Schulalter in den Ferien sind. Wir haben das Video also zu einer Zeit gestartet, in der eine Mehrheit der Bevölkerung für die Nachricht offen war, über Urlaub nachdachte oder vielleicht sogar ihren Besuch auf Sylt gerade plante oder vorbereitete.



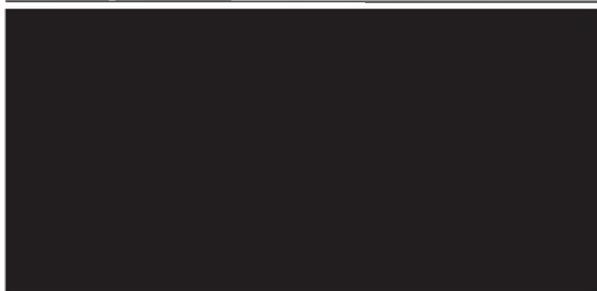
# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



### Partnerschaften

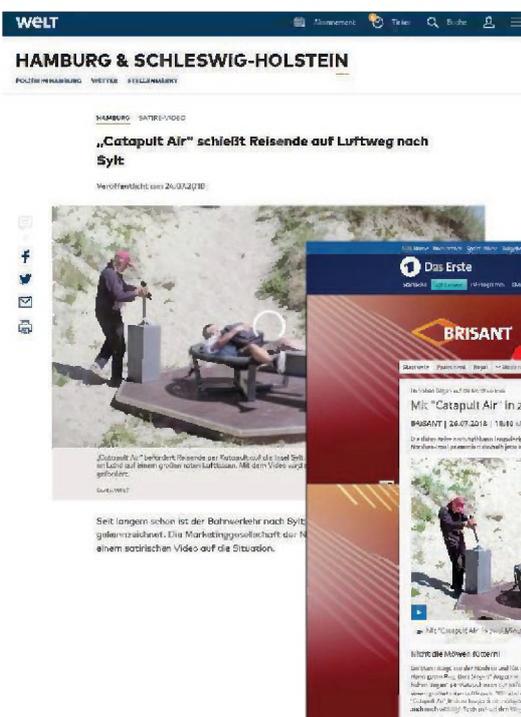
Die Petition wurden seitens der Sylt Marketing GmbH auf die Online-Plattform openPetition gestellt. Diverse Hotels, Einzelhändler und weitere Unternehmen auf der Insel beteiligten sich rege an der Unterschriftensammlung. Hierfür konnten die Partner bei der Sylt Marketing GmbH Unterstützer-Pakete bestellen– bestehend aus Stimmbögen, Plakaten, Aufstellern und Catapult-Air-Aufklebern.



2. Referenz: Aktivierungskampagne // Catapult Air

# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



### Media Buzz

Nachdem Catapult Air die sozialen Medien und alle großen deutschen Medien organisch erobert hatte, konnten die Politiker die Petition nicht mehr ignorieren. Die Berichterstattung entsprach einem Werbeäquivalenzwert von 1,6 Millionen Euro.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“

The screenshot shows a news article on the NDR.de website. The article title is "Sylter Katapult-Kampagne schlägt voll ein". The text describes a marketing campaign for Sylt, where a car is launched from a catapult on the mainland to reach the island. The article mentions that the idea was successful, with the video going viral and leading to an online petition for improved rail service between Hamburg and Westerland. The article is dated 03.08.2018.

The screenshot shows an article from Süddeutsche Zeitung titled "Per Katapult nach Westerland". The article is dated 5. August 2018, 07:02 Uhr. It features a photo of a car on a catapult launch. The text discusses the challenges of reaching Sylt and the alternative of a catapult launch. The article is written by Peter Burghardt.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“

**Hamburger Abendblatt** July 24 at 12:46 PM · Like Page

Kreative Köpfe auf der Nordsee-Inseln machen mit Video auf ein Dauerproblem aufmerksam. Allein im Mai und Juni fielen 150 Züge aus.



ABENDBLATT.DE  
**Bahn fährt nicht – Gäste reisen per "Catapult Air" nach Sylt**

125 29 Comments 24 Shares

Like Comment Share

**General-Anzeiger Bonn** July 24 at 8:07 PM · Like Page

"Catapult Air" bietet eine völlig neue Art zu reisen an...



GENERAL-ANZEIGER-BONN.DE  
**Video: Mit dem Katapult in hohem Bogen nach Sylt**

84 47 Comments 19 Shares

Like Comment Share

**Nordkurier** July 24 at 3:16 PM · Like Page

Lust auf Nordsee? Mit der Deutsche Bahn Personenverkehr nach Sylt zu kommen kann allerdings beschwerlich sein. Ein Video zeigt eine Alternative...



NORDKURIER.DE  
**Nordsee-Urlaub: Mit "Catapult Air" auf die Insel Sylt | Nordkurier.de**

42 4 Comments 5 Shares

Like Comment Share

**Berliner Morgenpost** July 24 at 8:25 PM · Like Page

„Wir sind schnell, wir sind zuverlässig und wir sind pünktlich“ - so wirbt "Catapult Air" für Reisen nach Sylt... 😄😄😄



MORGENPOST.DE  
**„Catapult Air“ schießt Reisende nach Sylt**

297 69 Comments 52 Shares

Like Comment Share



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



### Ein großer Erfolg

Nur vier Monate nach Veröffentlichung des Videos genehmigte der deutsche Verkehrsminister den Ausbau der Eisenbahn mit einem Budget von 221 Millionen Euro. Die kreative Strategie hat bewiesen, dass eine gute Idee eine starke politische Wirkung haben kann, ohne Lobbyisten oder eine teure Kampagne (Produktionsbudget Film: 48.000 EUR) zu bezahlen. Es motivierte Menschen aus dem ganzen Land, sich zu engagieren und den direkt Betroffenen mit ihrer Unterschrift zu helfen. Das Problem der Insel wurde mit kleinem Budget in kurzer Zeit gelöst.



2. Referenz: Aktivierungskampagne // Catapult Air

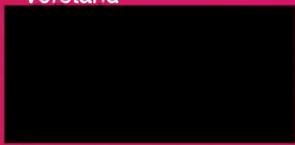
# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“

**Ansprechpartner**



Vorstand



fischerAppelt AG  
Waterloohain 5  
22769 Hamburg  
T +49 40 899 699-0  
F +49 40 899 699-30  
info@fischerappelt.de

**Creative Content Group**

# Teilnahmeantrag

Referenzen-Booklet Teilbereich 13 + 14  
Motivationskampagne zur Wahlbeteiligung  
Vergabenummer: 2019000027

1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg Jubiläums-Kampagne



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

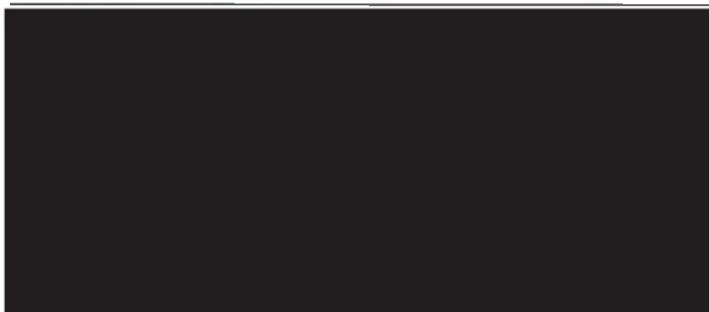
### Herausforderung und Aufgabe

Die Universität Hamburg feiert 2019 ihr hundertjähriges Bestehen. Dieses Jubiläum möchte sie dazu nutzen, gezielt zu platzieren, welche Geschichte, welche wissenschaftlichen Errungenschaften und welche Verbundenheit mit der Stadt Hamburg hinter einem Jahrhundert Universität Hamburg stehen. Ziel ist es dabei, die Wahrnehmung der Universität bei allen Hamburgern zu erhöhen, Hamburg als Wissenschaftsstandort hervorzuheben und die Identität der Universität zu stärken.

Bei der Jubiläumskampagne liegt auch ein besonderes Augenmerk auf dem Image der Universität. Einher mit dem Ziel einer verbesserten Außenwahrnehmung geht dabei auch ein neues Selbstverständnis und gestärktes Selbstbewusstsein, das mit den Maßnahmen rund ums Jubiläum geformt werden soll. Das zu entwickelnde Maßnahmenbündel fordert demnach eine integrierte Kommunikation, sowohl nach außen als auch nach innen und zudem die Integration von Partnern und Unternehmen.

### Die KPI-Vorgaben

- Image
- Steigerung der Wahrnehmbarkeit der Universität Hamburg
- Plakatkampagnen
- Gewinnung von Partnern/Unternehmen



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

### Umsetzung

fischerAppelt entwickelt ein integriertes Kommunikationskonzept, das mit verschiedenen Maßnahmen vielfältige Touchpoints rund ums Jubiläum bietet und stets die Verbindung der Uni zur Stadt Hamburg aufzeigt. Um das Image der Universität zu verbessern, schafft fischerAppelt einen Ansatz, der nicht nur Aufmerksamkeit erregt und die Leistungen der Uni ins Bewusstsein ruft, sondern auch Sympathie weckt und beweist, dass die Uni auch in Zukunft für Hamburg unentbehrlich ist. Die Zusammenarbeit mit Partnern, Unternehmen und Multiplikatoren aus Hamburg spielt dabei eine wichtige Rolle - zudem die Verlängerung in Social Media-Kanäle.

### Bereits umgesetzte Maßnahmen sind u.a.:

- Erstellung Claim, Plakatkampagne in U-Bahnen, Bussen und auf Citylight-Flächen: Jubiläums-Logo mit Vorstellung ausgewählter Testimonials wie z.B. Nanoforscher [REDACTED] [REDACTED] der ein Heilmittel gegen Multiple Sklerose entwickelt hat.
- Hamburgs Wahrzeichen gratulieren der Uni Hamburg: Illumination bekannter Hamburger Wahrzeichen mit Glückwünschen zum Universitäts-Jubiläum: das Rathaus, der Hamburger Michel, der Heinrich Hertz-Turm, die Elbphilharmonie, die Kunsthalle, das Millerntor-Stadion sowie die Rickmer Rickmers.
- Vorlesung für Alle: Regelmäßige öffentliche Vorlesungsreihe an ungewöhnlichen Orten in Hamburg. Ziel: Inspiration und Austausch mit Experten, Forschern und Vordenkern zu gesellschaftsrelevanten Themen.
- Im Rahmen einer Namensergänzung erhielt der Bahnhof Dammtor den Zusatz "Uni Hamburg". PR- und Vor-Ort-Unterstützung bei dem offiziellen Eröffnungs-Event.



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

### Neue Partnerschaften

Um die Relevanz der Universität im Herzen der Stadt Hamburg zu unterstreichen, stellt fischerAppelt zudem die Vernetzung mit Hamburger Partnern und Multiplikatoren bei den Maßnahmen in den Vordergrund.

Partnerschaften mit Unternehmen, die explizit für das Uni-Jubiläum sowie für die Kampagne geschlossen wurden:

- OTTO Group
- Deutsche Bahn
- Haspa
- Hamburger Sport-Verein
- FC St. Pauli
- Barkassen Meyer
- Signal Iduna
- Miniaturwunderland
- WallDecaux



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

### Die Partnerschaften

Analyse und Konzeption durch fischerAppelt, mit welchen Unternehmen die Universität im Kontext des Jubiläums sprechen sollte.

Aktive Ansprache der Unternehmen mit individuellen Kooperationsmöglichkeiten durch fischerAppelt sowie der Universität.

Der Prozess bis zur finalen Entscheidung sowie Unterschrift eines Unternehmens wurde von fischerAppelt stets begleitet. Ebenso die Aktivierung der Partnerschaften im Jubiläumsjahr 2019.

### Wahrzeichen gratulieren

u.a. der Hamburger Michel, Hamburger Rathaus, der Heinrich Hertz-Turm, die Elbphilharmonie, die Rickmer Rickmers

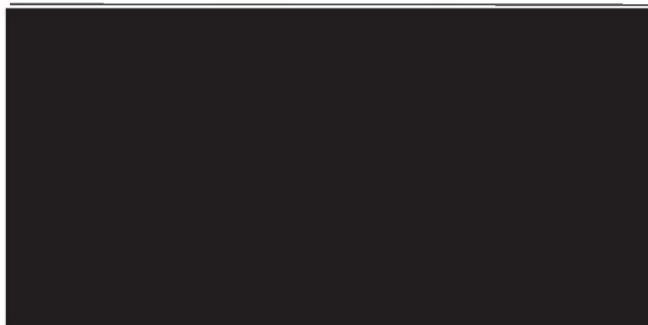
### Vorlesung für Alle

Barkassen Meyer, Hajusom, Handelskammer Hamburg, Kiki Kinderkulturhaus Lohbrügge, Europapassage, Elbphilharmonie, Kulturhaus Süderelbe, Bürgerhaus Meiendorf, Rindermarkthalle, Medizinhistorisches Museum, Stadtteilarchiv Eppendorf Bunker, Signal iduna, W3 Werkstatt für internationale Kultur und Politik, Bunte Kuh e.V., Otto Group, HSV, MS Artville, Fischauktionshalle, Kulturpalast, Miniaturwunderland, Hochbahn, St. Michaelis, Thalia - Europapassage, Joachim Herz Stiftung, Ratsherrn Brauerei, Stadtteilhaus Lurup, Hamburger Sparkasse (Grindelallee), Zinnschmelze, LOLA Kulturzentrum e.V., Brakula - Kultur in Bramfeld, St. Katharinen

### Deutsche Bahn / Namensergänzung Dammtor-Bahnhof

fischerAppelt hat durch die guten bestehenden Kontakte zur Deutschen Bahn die Namensergänzung des Dammtor-Bahnhofs initiiert. Ab sofort ist die Universität Hamburg auf den Schildern am Dammtor-Bahnhof zu lesen.

Am 27.02.19 wurde die Umbenennung medial in Szene gesetzt.



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg Jubiläums-Kampagne

## Media Buzz

### Bamburget @ Abendblatt

Hamburg  
Rathaus gratuliert der Universität; Lichtinstallation zum 100. Geburtstag. Sechs weitere Wahrzeichen folgen

77 words  
0 January 2019  
Hamburger Abendblatt  
ABEND

Copyright 2019 Zeitungsgruppe Hamburg GmbH

Hamburg Sechs Wahrzeichen wollen der Hamburger Universität mit Videobotschaften an ihren Fassaden zum 100. Geburtstag gratulieren, um die Verbundenheit zu betonen. Der Schriftzug „Von Allen für Alle, 100 Jahre Uni Hamburg“ zierte bis etwa 22 Uhr die Vorderseite des Gebäudes.

Umgangssprachlich Carola Veit (SPD) gratulierte: „Bischof die Gründung der Universität Hamburg fiel in eine besondere Zeit: Sie gab die Wiege der ersten Universität. Die Bürgerschaft habe der Universität schon damals „in die Wiege verholten“. Auch jetzt zum Jubiläum unterstütze das Parlament die vielen Aktivitäten der Universität – für Forschung und Lehre zu begeistern. Denn die Zukunft unserer Stadt und unserer Stadt, so Veit.

In den kommenden Tagen gratulieren sechs weitere Wahrzeichen mit leuchtenden Video



### Hamburg Journal

3311 words  
29 January 2019  
20:45

NDR Transkripte  
NDRTRK  
German  
Copyright (2019) Spaactor GmbH

für sich Zielen hier Presse aufs Werk Buch Diskus  
heute als Geburtstags noch Gruß bis 22 ist Uhr zu  
Bromberger Niederung diese um Meldung ersicht  
abgesperrt Naturschutzgebiet direkten Anrainer Ar



## Rathaus leuchtet zu Uni-



Stand: 29.01.2019 18:29 Uhr - Lesezeit: ca 2 Min.

## Hamburger Rathaus leuchtet zum Uni-Jubiläum



#unihh100

106 Beiträge

### Kieler Nachrichten

HH  
Hamburg feiert 100 Jahre Uni

144 words  
30 January 2019  
Kieler Nachrichten  
KLEINCHTE  
11

German  
Kieler Zeitung Verlags- und Druckerei KG-GmbH & Co.

Das Hamburger Rathaus ehrt die Universität: „Von allen für alle – 100 Jahre Uni Hamburg“ strahlte es gestern Abend wei und Bürgern frei gewählte Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg den Beschluss gefasst, eine Universität zu einem Festakt in der Musikhalle feierlich eröffnet. Im Jahr 1919 studierten 1729 Studenten an der Universität. Anfang der



## DIE WELT

HAMBURG  
Die Uni leuchtet in die Stadt hinein  
125 words

MENSCH & UMWELT TECHNIK KULTUR POLITIK WIRTSCHAFT

## UNI HAMBURG FEIERT 100. GEBURTSTAG

HH  
Hamburg feiert 100 Jahre Uni

104 words  
30 January 2019  
Springer Online  
KLEINCHTE  
11

German  
Springer 2019 | © Axel Springer SE

Das Hamburger Rathaus ehrt die Universität: „Von allen für alle – 100 Jahre Uni Bürgern frei gewählte Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg den Beschluss gefasst, eine Universität zu einem Festakt in der Musikhalle feierlich eröffnet. Im Jahr 1919 studierten 1729 Studenten



## WELT ONLINE

Rathaus leuchtet zu Uni-Jubiläum

111 words  
29 January 2019

WELT online  
WELTON  
German  
Copyright 2019 Axel Springer SE

Hamburg (dpa/ino) - Das Hamburger Rathaus ist zum hundertjährigen Jubiläum 1919 hatte die erste demokratisch gewählte Bürgerschaft die Gründung der l

Sechs weitere Wahrzeichen Hamburgs sollen in den kommenden Tagen per eine Videoprojektion am Millerntor-Stadion am 4. Februar 2019.

PM

Axel Springer Syndication GmbH

1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg Jubiläums-Kampagne

## Clippings Social Media (Auszug)

The collage consists of several social media posts:

- Twitter:** A tweet from FC St. Pauli retweeting a post from Universität Hamburg (@unihh) dated Feb 5. The tweet says: "Sieben Tage, sieben Wahrzeichen: Gestern gab es am Millerntor nicht nur ein besonderes Fußballspiel des @fcstpauli zu sehen, sondern auch einen Jubiläumsgruß an die Uni. #unihh100". It includes two photos of a stadium at night.
- Facebook:** Multiple posts with congratulatory messages. One from Universität Hamburg says "Herzlichen Glückwunsch auch aus Lübeck". Another from Fritze Ritz says "Der Hochschulsport Hamburg hat den Glückwunsch auch fotografiert" with a photo of a building at night. A post from Wissenschaftsbehörde congratulates the university.
- Twitter (senat\_hamburg):** A tweet from the Senate of Hamburg (@senat\_hamburg) dated Jan 30, announcing a video projection on the Rathaushaus: "Von Allen für Alle, 100 Jahre Uni Hamburg! Sieben Hamburger Wahrzeichen gratulieren der @uni\_hamburg mit einer Videoprojektion. Den Anfang hat das #rathaus hamburg gemacht. #Wissenswert: Im März 1919 beschloss die erste demokratisch gewählte Bürgerschaft die Gründung einer Universität. #heuteimrathaus #welovehh #hamburg #heuteinhh #unihh100 #vonallenfüralle". It includes a large photo of the Rathaushaus at night with a projection.
- Facebook (senat\_hamburg):** A post with a video of the Rathaushaus projection and several congratulatory comments like "Herzlichen Glückwunsch zum 100. Geburtstag!" and "Alles Gute Uni Hamburg".
- Twitter:** A tweet from a user mentioning "Hingucker am Michel. #unihh100 #19neunzehn @unihh Jubiläum.uni-hamburg.de #Hamburg #Michel" with two photos of the Michel tower at night.
- Facebook:** A post from Universität Hamburg dated Feb 4, celebrating the 100th anniversary with a photo of the Michel tower.

#unihh100  
106 Beiträge



1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

### Reichweite der Berichterstattung

\_9.720 Clippings seit Oktober 2015 in Print- und Online-Medien (z.B. in Die Welt, Hamburger Abendblatt, Lübecker Nachrichten Online und Die Zeit)

\_156.200 Beiträge in Sozialen Medien, davon

\_ca. 93.000 bei Twitter

\_ca. 60.500 bei Tumblr

\_ca. 2.700 bei Instagram\*

\_Eigene Kanäle der Universität Hamburg\*

\_Facebook: 42.337 Abonnenten // ø Engagementrate/Tag: 0,15%

\_Twitter: 16,5k Follower // ø Engagementrate/Tag: 0,33%

\_YouTube: 1.598 Abonnenten // Views seit 2015: 228.223 // ø Views/Tag: 65

\_Instagram: 11,2k // ø Engagementrate/Tag: 4,75%

### Zusammenfassung:

Mit den Aktionen zum Jubiläum der Universität Hamburg konnte bisher eine sehr hohe mediale Reichweite erzielt werden. Die Resonanz ist auf unterschiedlichsten Kanälen gleichermaßen positiv und überzeugt nicht nur in der Quantität, sondern insbesondere auch in der Qualität der Berichterstattung. In den Sozialen Netzwerken, vor allem Twitter und Instagram, zeigt sich darüber hinaus ein hohes Engagement der Fans und Follower. Dies ist mitunter auch damit zu begründen, dass die Universität auf fast allen Kanälen täglich aktiv ist.

\* Instagram wurde als vergleichsweise junges Netzwerk über einen kürzeren Zeitraum getrackt als bspw. Twitter. Mit der Angabe von 2.700 ist also nur ein Bruchteil der Gesamtheit an Beiträgen erfasst.

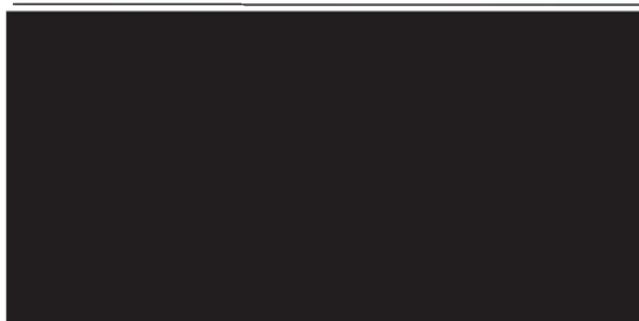


1. Referenz: Die Uni Hamburg feiert 100-jähriges Bestehen.

# Universität Hamburg

## Jubiläums-Kampagne

**Ansprechpartner**



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



Im hohen Bogen  
nach Sylt.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



### Hintergrund

Unglaublich, aber wahr: Diverse Abschnitte der Bahnstrecke Niebüll-Sylt sind seit 1927 unverändert immer noch eingleisig. Das macht den Verkehrsinfarkt unausweichlich und alltäglich. Dieser massive Engpass bringt Unternehmen und Arbeitsplätze in Gefahr. 4.500 Pendler sind täglich auf die Bahn angewiesen. Proteste werden seit Jahrzehnten ignoriert. 2018 eskaliert die Situation, nachdem in nur zwei Monaten mehr als 150 Zugfahrten ausfallen. Das Image von Sylt und seiner Tourismusbranche leidet stark darunter.

### Aufgabe

Gesucht wird eine Strategie, die die zuständigen Politiker erreicht, die bis dato diese dramatische Situation nicht ernst nehmen – ohne Lobbyisten oder eine teure Kampagne zu bezahlen. Der Vorschlag soll eine starke Handlungsaufforderung beinhalten, um die Menschen regional und überregional zu mobilisieren, eine Petition zum Ausbau der Bahnstrecke zu unterzeichnen.

### Ziel

Einstufung des Ausbaus im Bundesverkehrswegeplan mit „vordringlichem Bedarf“ und damit Billigung der Erweiterung der Bahnstrecke Niebüll-Klanxbüll durch die Politik.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



Siehe bitte auch Original-Film und Case-Film:  
<https://cloud.philippundkeuntje.de/index.php/s/BDM8JC2fMzsolXH>

### Herangehensweise/Kreative Idee

Catapult Air. Eine fiktive Fluggesellschaft, die mit einem Katapult Menschen auf die Insel Sylt bringt. Viel schneller und zuverlässiger als die Deutsche Bahn. Das Ziel: Ein Aufruf zum Handeln, der beim breiten Publikum verfährt und so einen maximalen "Social Buzz" bei kleinem Budget auslöst. Das Ergebnis: Ein liebevoll inszenierter Zwei-Minuten-Film, bei dem Inselbewohner als Flugpersonal und Passagiere die Hauptrolle spielen. Den Schluss des Films bildet der Aufruf zur Unterzeichnung der Petition zum Ausbau der Bahnstrecke, den auch viele Wirtschaftspartner teilen.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“

### Faktor #1 „Humor als Waffe



### Faktor #2 „Betroffene für sich sprechen lassen“



Das „Sommerloch“

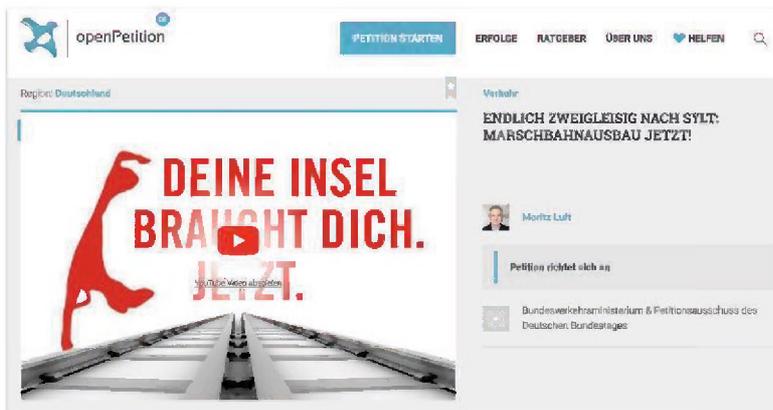
### Nutzung strategischer Faktoren

Die Idee musste den rebellischen, aber auch humorvollen Stil der Sylter widerspiegeln. Zudem war sehr klar, dass wir weder aggressiv noch anstößig gegenüber der Deutschen Bahn und ihren Angestellten auftreten wollten. Unsere Antwort war die fiktive Fluggesellschaft Catapult Air und der Einsatz strategischen Timings. Wir mussten schnell sein, um das „Sommerloch“ zu nutzen. Die Zeit im Jahr, in der die Nachrichten wenig berichten, da die meisten Institutionen und Familien mit Kindern im Schulalter in den Ferien sind. Wir haben das Video also zu einer Zeit gestartet, in der eine Mehrheit der Bevölkerung für die Nachricht offen war, über Urlaub nachdachte oder vielleicht sogar ihren Besuch auf Sylt gerade plante oder vorbereitete.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



### Partnerschaften

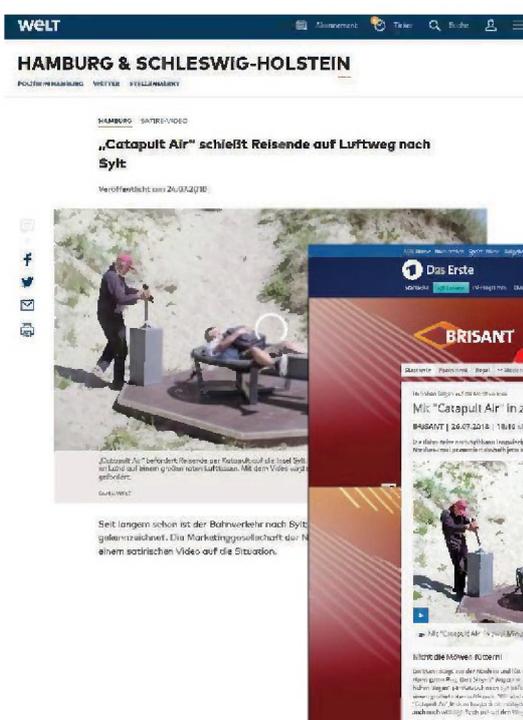
Die Petition wurden seitens der Sylt Marketing GmbH auf die Online-Plattform openPetition gestellt. Diverse Hotels, Einzelhändler und weitere Unternehmen auf der Insel beteiligten sich rege an der Unterschriftensammlung. Hierfür konnten die Partner bei der Sylt Marketing GmbH Unterstützer-Pakete bestellen– bestehend aus Stimmbögen, Plakaten, Aufstellern und Catapult-Air-Aufklebern.



2. Referenz: Aktivierungskampagne // Catapult Air

# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



### Media Buzz

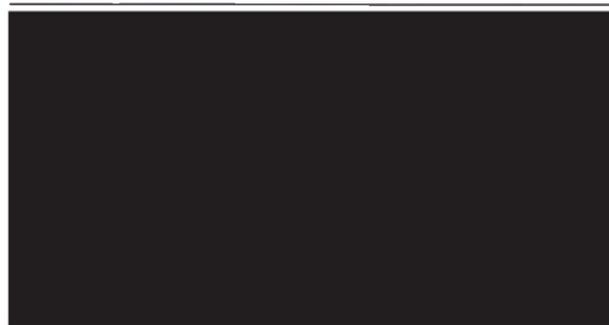
Nachdem Catapult Air die sozialen Medien und alle großen deutschen Medien organisch erobert hatte, konnten die Politiker die Petition nicht mehr ignorieren. Die Berichterstattung entsprach einem Werbeäquivalenzwert von 1,6 Millionen Euro.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“

The image shows two screenshots of news articles. The top screenshot is from NDR.de, dated 03.08.2018, with the headline "Sylter Katapult-Kampagne schlägt voll ein". The article text describes a viral video of a man in a red cap pointing towards the sea, which led to an online petition for a rail line between Hamburg and Sylt. The bottom screenshot is from Süddeutsche Zeitung, dated 5. August 2018, with the headline "Per Katapult nach Westerland". It features a photo of a car on a narrow track over a marsh and discusses an alternative travel option to Sylt.



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“

**Hamburger Abendblatt** July 24 at 12:46 PM · Like Page

Kreative Köpfe auf der Nordsee-Inseln machen mit Video auf ein Dauerproblem aufmerksam. Allein im Mai und Juni fielen 150 Züge aus.



ABENDBLATT.DE  
**Bahn fährt nicht – Gäste reisen per "Catapult Air" nach Sylt**

125 29 Comments 24 Shares

Like Comment Share

**General-Anzeiger Bonn** July 24 at 8:07 PM · Like Page

"Catapult Air" bietet eine völlig neue Art zu reisen an...



GENERAL-ANZEIGER-BONN.DE  
**Video: Mit dem Katapult in hohem Bogen nach Sylt**

84 47 Comments 19 Shares

Like Comment Share

**Nordkurier** July 24 at 3:16 PM · Like Page

Lust auf Nordsee? Mit der Deutsche Bahn Personenverkehr nach Sylt zu kommen kann allerdings beschwerlich sein. Ein Video zeigt eine Alternative...



NORDKURIER.DE  
**Nordsee-Urlaub: Mit "Catapult Air" auf die Insel Sylt | Nordkurier.de**

42 4 Comments 5 Shares

Like Comment Share

**Berliner Morgenpost** July 24 at 8:25 PM · Like Page

„Wir sind schnell, wir sind zuverlässig und wir sind pünktlich“ - so wirbt "Catapult Air" für Reisen nach Sylt... 😄😄😄



MORGENPOST.DE  
**„Catapult Air“ schießt Reisende nach Sylt**

297 69 Comments 52 Shares

Like Comment Share



# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“



### Ein großer Erfolg

Nur vier Monate nach Veröffentlichung des Videos genehmigte der deutsche Verkehrsminister den Ausbau der Eisenbahn mit einem Budget von 221 Millionen Euro. Die kreative Strategie hat bewiesen, dass eine gute Idee eine starke politische Wirkung haben kann, ohne Lobbyisten oder eine teure Kampagne (Produktionsbudget Film: 48.000 EUR) zu bezahlen. Es motivierte Menschen aus dem ganzen Land, sich zu engagieren und den direkt Betroffenen mit ihrer Unterschrift zu helfen. Das Problem der Insel wurde mit kleinem Budget in kurzer Zeit gelöst.

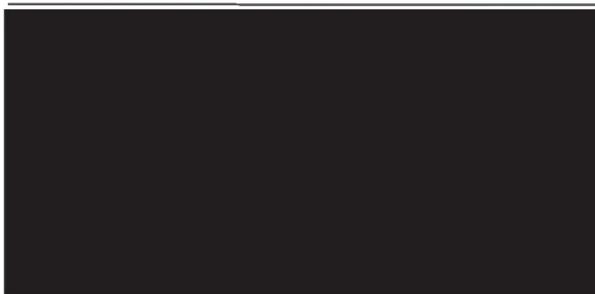
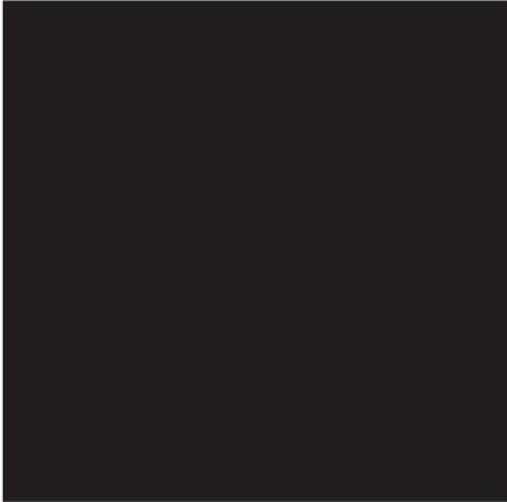


2. Referenz: Aktivierungskampagne // Catapult Air

# Sylt Marketing GmbH

## „Im hohen Bogen nach Sylt.“

**Ansprechpartner**



Vorstand



fischerAppelt AG  
Waterloohain 5  
22769 Hamburg  
T +49 40 899 699-0  
F +49 40 899 699-30  
info@fischerappelt.de

**Creative Content Group**