

AUSSCHREIBUNG FÜR EINE KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE FÜR DIE GROSSREGION

LASTENHEFT

Erstellung einer Kommunikationsstrategie für den Gipfel der Exekutiven der Großregion

Abgabefrist Angebot (Datum, Uhrzeit):
24/11/2019 18:00

Vergabestelle und Auftraggeber:
EVTZ „Gipfelsekretariat der Großregion“

Haus der Großregion
11, bd J.F. Kennedy
L-4170 Esch-sur-Alzette

1 Hinweise

1.1 Ausschreibungsgegenstand

Mit der vorliegenden Ausschreibung soll eine Kommunikationsstrategie für den Gipfel der Großregion ausgearbeitet werden. Diese soll kohärent, einheitlich, zielgerichtet, klar und kontinuierlich sein (d. h. von einer Präsidentschaft zur nächsten bestehen).

Außerdem sollen die Rechtsgrundlagen der vier Länder der Großregion insbesondere hinsichtlich Barrierefreiheit, Schutz personenbezogener Daten (DSGVO) und geistiges Eigentum (Urheberrechte, Corporate Identity, Nutzungsrechte) berücksichtigt werden

1.2 Hintergrund

Im grenzüberschreitenden Kooperationsraum der Großregion kreuzen sich Rhein, Saar, Maas und Mosel. Er umfasst die Gebiete Lothringens in der Region Grand Est in Frankreich, der Wallonie, der Fédération Wallonie-Bruxelles und Ostbelgiens in Belgien, das Saarland und Rheinland-Pfalz in Deutschland und das Großherzogtum Luxemburg.

Der sich aus elf Mitgliedern zusammensetzende Gipfel der Großregion vereint elf Vertreter der Exekutiven der jeweiligen Teilgebiete. Er gibt politische Impulse für den Ausbau der Zusammenarbeit in der Großregion, positioniert sich bezüglich der großen Herausforderungen in Europa und unterstützt die Initiativen zur Förderung einer integrierten Entwicklung. Seit 25 Jahren ist er eine feste Institution, die konkrete Errungenschaften in der Integration des grenzüberschreitenden Arbeitsmarktes sowie bei Themen rund um Bildung, Mobilität, sozialem Zusammenhalt, Mehrsprachigkeit, Kultur und Interkulturalität erreicht hat. Die Großregion bedeutet nicht nur die Koordinierung politischer Maßnahmen, sondern eine Lebensgemeinschaft, in der Gleichheit und Solidarität Hand in Hand gehen und Bürgerbelange im Mittelpunkt stehen.

Die operative Lenkung der Zusammenarbeit in der Großregion liegt in der Zuständigkeit des [Gremiums der Persönlichen Beauftragten](#). Die Mitglieder des Gremiums sind die Vertreter ihrer jeweiligen Exekutiven. Sie werden durch das Gipfelsekretariat unterstützt.

Der [EVTZ Gipfelsekretariat der Großregion](#) wurde auf großherzoglichen Beschluss vom 30. Juli 2013 als administratives Sekretariat des Gipfels der Großregion gegründet. Es übernimmt sämtliche Aufgaben, die für die Vorbereitung und Nachbereitung des Gipfels sowie für die Begleitung der Arbeitsgruppen erforderlich sind. Zu seinem Aufgabenbereich zählt die Erstellung von Kommunikationstools und -material für den Gipfel der Exekutiven Großregion.

1.3 Strategie und Methode

Durch eine festgelegte Kommunikationsstrategie sollen die Großregion und ihre Maßnahmen an Sichtbarkeit gewinnen. Mit ihr soll eine kohärente und einheitliche Kommunikation in Wort und Bild sichergestellt werden. Diese soll sich sowohl an die Akteure der Großregion richten als auch an ihre Bürgerinnen und Bürger und weitere Zielgruppen. Dabei sollen folgende Ziele verfolgt werden:

- Projekte, Erfolge und konkrete Beiträge der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit präsentieren und erklären, um den tendenziellen Fokus auf Hemmnisse und Misserfolge abzufedern
- Die Identifizierung mit der Großregion und das Zugehörigkeitsgefühl zur Großregion fördern
- Akteuren aus Institutionen und Praxis einen Rahmen an die Hand geben, mit dem die Großregion durch eine bessere Kommunikation ihrer jeweiligen Maßnahmen beworben wird
- Aussagekräftige, passende und verständliche Botschaften vermitteln, mit denen die Möglichkeiten der grenzüberschreitenden Kooperation für Bürgerinnen und Bürger sowie Wirtschaftsakteure hervorgehoben werden
- Das bisher entwickelte Bestandsmaterial einfach halten: Informationen leserfreundlich aufbereiten, den Zugang zu Informationen einfach gestalten

- Bestehendes Kommunikationsmaterial zusammenstellen, hervorheben und regelmäßig aktualisieren. Hierfür ist eine zusammenführende oder zumindest mobilisierende Vorgehensweise notwendig. Sie sollte auf Vorhaben gegründet sein, die in der Großregion bereits unternommen wurden und es somit ermöglichen, Verknüpfungen und Komplementaritäten auszubauen. In diesem Zusammenhang sollen die Kommunikationsstrategie, die für das Programm Interreg VA Großregion erstellt wurde, aber auch andere Botschaften aus den Bereichen Kultur oder Tourismus Berücksichtigung finden.

Mit diesem Konzept soll ein kontinuierliches Erscheinungsbild der Großregion von einer Gipfelpräsidentschaft zur nächsten gewährleistet und gleichzeitig jeder Präsidentschaft die Möglichkeit gegeben werden, diesem einen persönlichen Akzent zu verleihen.

Die Kommunikationsstrategie enthält alle Leitlinien für die Steuerung und Koordinierung von Maßnahmen, mit denen die Kommunikationsziele erreicht werden können. Sie setzt sich aus folgenden Punkten zusammen:

- Definition von Kommunikationszielen
- Festlegen von Zielgruppen
- Definition zielgruppenspezifischer Botschaften
- Festlegen von passenden Werbeträgern- und kanälen
- Erstellung eines Kommunikationsplans
- Aufstellen eines Kommunikationsbudgets und Zeitplans

1.4 Zu erbringende Leistung

Der Bieter soll einen kohärenten zweistufigen Ansatz entwickeln: Erstellung einer umfassenden Analyse (Los 1) und Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie (Los 2).

Los 1: Erstellung einer umfassenden Analyse (Dezember 2019 - März 2020)

Diese Etappe ist für die gesamte Vorgehensweise von grundlegender Bedeutung. Daher muss der Bieter alle Initiativen und Vorgehensweisen analysieren, die vom Gipfel im Bereich der Kommunikation in Gang gesetzt wurden.

Der Bieter muss die Ergebnisse dieser Initiativen und Ansätze analysieren, d.h. ihre Stärken und Schwächen aufzeigen.

Des Weiteren wird er diese Aspekte vor dem Hintergrund der Erfahrungen mit anderen für denselben Raum entwickelten Kommunikationsstrategien untersuchen müssen.

Diese erste Phase muss dem Gremium der Persönlichen Beauftragten vorgestellt werden. Das Gremium genehmigt diese und unterstützt damit die umfassende Bestandsaufnahme. Erst dann kann Phase 2 eingeleitet werden.

Los 2: Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie (April 2020 - September 2020)

Die Kommunikationsstrategie wird zusammen mit dem Gremium der Persönlichen Beauftragten auf der Grundlage der zuvor genehmigten umfassenden Analyse erstellt.

Sie wird als Bezugsdokument mit strategischen Leitlinien und einer Vision ausgestaltet: Werte, Anspruch, strategische Positionierung innerhalb und außerhalb des Kooperationsraums, Beziehungen zu den anderen Kooperationsräumen in Europa sowie Beziehungen zu den vielfältigen Institutionen der Europäischen Union.

Bei der Erstellung einer umfassenden Kommunikationsstrategie für die Großregion sollen folgende Punkte berücksichtigt werden:

- **Aufbau einer Corporate Identity (CI) und Entwicklung einer Marke (Branding)**, d. h. alle (grafischen, sprachlichen, stilistischen) Merkmale, die die Großregion kennzeichnen unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Analyse. Durch eine CI soll eine sofortige und leichte Wiedererkennung und Wahrnehmung der Großregion auf sämtlichen Materialien, Trägern oder Veranstaltungen mit großregionaler Ausrichtung ermöglicht werden.

Mit der Corporate Identity und der Entwicklung einer Marke soll ein **Corporate Design (CD)** der Großregion anhand grundlegender Aspekte wie (Marken-)Name, Logo, Emblem, Schriftzug, Farbe, Schriftart und Schriftgröße entstehen und ausgestaltet werden. Außerdem sollen **Sprachstil und -gebrauch** aktualisiert und besser an die identifizierten Zielgruppen angepasst werden.

- **Festlegen eines Style Guides** (Gestaltungsrichtlinien). Dieser beinhaltet Richtlinien für eine identische Umsetzung des Corporate Designs auf sämtlichen Werbeträgern und zu allen Themen:
 - Themen der Arbeitsgruppen des Gipfels
 - Bereichsübergreifende Themen (der Arbeitsgruppen und betroffenen Akteure und Teilregionen), z. B. Mehrsprachigkeit
 - Raumentwicklungskonzept als Rahmen der Kooperationsstrategie

Das Projektmanagement und die Organisation von Workshops für die Planung, den Abschluss und die Genehmigung dieser Etappe stellen grundlegende Elemente dar.

Nach der Genehmigung des Rahmendokuments mit der Kommunikationsstrategie durch den Gipfel der Exekutiven Ende 2020 soll die Umsetzung der Kommunikationsstrategie ausgeschrieben werden.

Anmerkungen: Neben diesen zwei Losen beinhaltet die Leistung auch:

- Wenn notwendig eine oder mehrere Sitzungen mit dem Auftraggeber, um den Fortschritt des Auftrags zu evaluieren.
- Berücksichtigung von Ergänzungen oder Änderungen, die vom Auftraggeber angefragt werden könnten.

1.5 Zeitplan

Infolge der Entscheidung über die Vergabe wird ein Vertrag unterschrieben. Daraufhin wird eine Auftaktsitzung mit dem ausgewählten Bieter stattfinden.

1.6 Anforderungen an den Bieter

Alle Ergebnisse des Auftrags müssen **zwingend auf sehr gutem Französisch und Deutsch** von gleichwertigem Niveau übergeben werden.

Aufgrund dieser besonderen Anforderungen führt jede Nichteinhaltung der oben genannten sprachlichen Bedingungen durch den Bieter zum Versand einer Beschwerde per Einschreiben mit Empfangsbestätigung, in der dieser aufgefordert wird, die erforderlichen Bedingungen zu erfüllen. Ab dem dritten Tag nach Erhalt der Beschwerde oder des Eingangs der Empfangsbestätigung wird eine Strafe von 200 Euro pro Verzugstag erhoben.

Jegliche Kommunikation mit dem Auftraggeber findet ausschließlich auf Deutsch bzw. Französisch statt. Dies gilt sowohl für das Vergabeverfahren als auch für die Ausführung des Auftrags.

Gesucht wird ein auf Kommunikation spezialisiertes Beratungsbüro. Um alle erwarteten Leistungen optimal zu erbringen, kann der Bieter auf externe Kompetenzen zurückgreifen, bestimmte Leistungen an Unterlieferanten vergeben sowie einen Verbund oder ein Konsortium bilden.

Der Bieter muss nicht nur mit einem zweisprachigen und interkulturellen Umfeld umgehen können, sondern auch zwingend über umfangreiche Kompetenzen für die Durchführung eines partizipativen Ansatzes verfügen. Hierfür muss vorzugsweise auf Methoden zurückgegriffen werden, die die Kreativität und die kollektive Intelligenz fördern. Bei der Organisation der Workshops ist einzuhalten, dass diese zweisprachig durchzuführen sind.

Der Bieter muss über gute Kenntnisse der institutionellen Kommunikation im öffentlichen Bereich verfügen.

2 Ablauf der Auftragsvergabe

2.1 Gesetzliche Bestimmungen und gerichtliche Zuständigkeit

Es handelt sich um einen Dienstleistungsvertrag, der dem Recht des Großherzogtums Luxemburg unterliegt. Alle Streitigkeiten im Zusammenhang mit dem Dienstleistungsvertrag werden von den zuständigen Zivilgerichten des Arrondissements der Stadt Luxemburg entschieden.

2.2 Auftragswert

Der maximal mögliche Auftragswert der Ausschreibung beträgt 40.000 € (vierzigtausend Euro) inkl. MwSt. Der Auftraggeber ist nicht verpflichtet, den Auftrag in der Höhe seines Gesamtvolumens zu vergeben.

2.3 Vertragsdauer

Der Vertrag tritt 15 Tage nach Mitteilung der Ablehnungsentscheidung an die Dienstleister, die den Zuschlag nicht erhalten haben, in Kraft und bleibt gültig, bis alle angeforderten Dienstleistungen abgeschlossen sind.

2.4 Wesentliche Rechnungsstellungs- und Zahlungsbedingungen

Dieser Vertrag garantiert die ausschließliche Vergabe eines oder mehrerer Lose des Auftrags an den ausgewählten Bieter. Es gelten die folgenden wesentlichen Rechnungsstellungs- und Zahlungsbedingungen:

- Rechnungen und damit verbundene Zahlungen müssen nach Los unterteilt werden.
- Zahlungen werden geleistet, wenn der Bieter alle vertraglichen Verpflichtungen zum Zeitpunkt der Rechnungsstellung mangelfrei erfüllt hat. Anträge auf Zahlungen sollten nicht gestellt werden, wenn die Zahlungen für ein früheres Los aufgrund von Versäumnissen, Mängeln oder Fahrlässigkeit des Bieters noch nicht vorgenommen wurden.
- Die Zahlung erfolgt per Banküberweisung innerhalb von 45 Tagen nach Erhalt der Rechnung und Abnahme der Leistungen.

2.5 Übertragung von Rechten des geistigen Eigentums

Mit der Unterzeichnung des Vertrags erklärt sich der Bieter, der den Zuschlag für diesen Vertrag erhalten hat, ausdrücklich damit einverstanden, dass er dem EVTZ Gipfelsekretariat exklusiv jegliche Rechte (am Eigentum und geistigen Eigentum) bezüglich seiner Ergebnisse im Rahmen der vorliegenden Ausschreibung für die rechtlich festgesetzte Schutzdauer geistiger Eigentumsrechte abtritt.

Der EVTZ Gipfelsekretariat erhält das Vervielfältigungs- und Aufführungsrecht auf die Ergebnisse und kann über diese frei verfügen.

Zu diesen Rechten zählen im weitesten Sinne:

- Vervielfältigungsrecht: Dies umfasst das Recht auf Vervielfältigung und Verwendung, insbesondere mit verkaufsfördernden, Werbe- sowie direkten oder indirekten Informationsabsichten durch alle heute und

zukünftig bekannten oder unbekanntem technischen Verfahren, auf jeglichen bis heute bekannten oder unbekanntem Trägern, und im gesamten privaten oder offenen sowie nationalen oder internationalen Telekommunikationsnetz (insbesondere Internet, Intranet und Extranet) von Ergebnissen vollständig oder in Teilen, in unbegrenzter Zahl, in jeglichen Materialien, Farben und Dimensionen. Dieses Recht umfasst für den EVTZ Gipfelsekretariat ebenfalls das Recht, die Ausführung dieser Arbeiten jeglicher natürlichen oder juristischen Person seiner Wahl anzuvertrauen.

- Aufführungsrecht/Recht auf Kommunikation an die Öffentlichkeit: Dies umfasst das Recht auf Aufführung, Veröffentlichung, Verbreitung oder Kommunikation an die Öffentlichkeit auf beliebige Art und Weise, direkt oder indirekt und durch jegliche analoge oder digitale Telekommunikations-, Sound- und Bildverfahren, direkt oder indirekt über Funk, Kabel oder Satellitenempfänger, über alle Online- und gleichgestellten Dienste sowie durch jegliche bis heute bekannten oder unbekanntem Mittel von jeglichen Ergebnissen – ganz oder in Teilen – zu jeglicher Verwendung, insbesondere zur werbe- und verkaufsfördernden Nutzung zu Gunsten des EVTZ Gipfelsekretariat oder eines Dritten.

- Anpassungsrecht: Dies umfasst das Recht auf Anpassung der Ergebnisse ganz oder in Teilen, direkt oder indirekt, in veränderter Form, insbesondere durch die Integration neuer Elemente, entsprechend der Bedürfnisse des Marktes, des technischen Fortschritts, künstlerischer Bedürfnisse etc.

- Übersetzungsrecht: Dies umfasst das Recht, die Ergebnisse für eine Nutzung im Ausland ganz oder teilweise in jegliche weitere Sprachen zu übersetzen.

3 Angebotsinhalt

Die Bieter sind gehalten, ihre Angebote so zu organisieren, dass der Inhalt den in dem Vergabeverfahren festgelegten Anforderungen so genau wie möglich entspricht, um die spätere Bewertung der Angebote im Hinblick auf die Zuschlagskriterien zu erleichtern. Die Unterlagen sollen sich folgendermaßen zusammensetzen:

- **aus einer Erläuterung zum strategischen Vorgehen, aus der hervorgeht, wie der Bieter das Lastenheft einschätzt.** Außerdem kann der Bieter erläutern, welchen Mehrwert er ihm im Hinblick auf die Erfolgsfaktoren dieses Auftrags und die Problemstellungen bietet.
- **aus einer ausführlichen Erläuterung zum methodischen Vorgehen. Diese beschreibt die Arbeitsweise des Dienstleisters für beide Etappen** und gegebenenfalls alle Verbesserungen für den Ablauf und die Organisation des Auftrags, die dem Bieter entsprechend seiner Sichtweise und Erfahrung mit dieser Art von Aufträgen nützlich erscheinen würden. Diese praktische und detaillierte Beschreibung der zur Erfüllung des Vertrages angebotenen Leistungen muss auch enthalten:
 - **Eine Beschreibung der Arbeitsmethode und des Zeitplans für die zeitgerechte Fertigstellung der beiden Lose**
 - **Eine detaillierte zahlenmäßige Aufstellung der geplanten Arbeitstreffen**, unter Angabe ihres Formats und mit Bezugnahme auf die zusammenführende und auf eine gemeinsame Entwicklung der Kommunikationsstrategie ausgerichtete Vorgehensweise, die vom Auftraggeber erwartet wird.
 - **Die Zusammensetzung des für die Durchführung des Auftrags zur Verfügung gestellten Teams**: Erfahrung und Qualifikation der betreffenden Personen, Erfahrung auf dem Gebiet der institutionellen Kommunikation. Der Bieter muss mindestens 3 Referenzprojekte in das Angebot aufnehmen und dabei die Kontaktdaten des Ansprechpartners angeben.
- **Die Kosten für das Gesamtprojekt sind in Euro und aufgeschlüsselt nach Losen anzugeben.** Im Preis müssen alle damit verbundenen Kosten enthalten sein, anderweitige Ausgaben werden vom Auftraggeber nicht übernommen. Eine Preisindexierung ist nicht zulässig. Der angegebene Preis muss verbindlich sein und darf nicht geändert werden. Der Auftraggeber lehnt Angebote ohne

Auftragswert oder Angebote, in denen der Preis der Leistungen und der Gesamtwert nicht angegeben sind, ab.

Die Unterlagen müssen bis zum Zeitpunkt der Angebotsabgabe innerhalb der Frist vollständig vorliegen und dürfen durch den Bieter, der sie eingereicht hat, nicht mehr einseitig geändert werden.

Der Bieter kann Belege, Empfehlungen oder Auftragslisten für Leistungen, die in den letzten drei Jahren erbracht wurden, vorlegen. Diese Dokumente müssen unterschrieben und gestempelt sein und die Kontaktdaten des Unterzeichners aufweisen.

4 Wesentliche Bedingungen der Angebotseinreichung

Angebote müssen vor Ende der auf dem Deckblatt des vorliegenden Angebots genannten Angebotsfrist eingehen.

Das vollständige Angebot ist ausschließlich elektronisch im PDF-Format (Scan) unter folgender Adresse secretariat.sommet@granderegion.net mit dem Betreff „Angebot Kommunikationsstrategie“ einzureichen.

Der Eingang aller fristgerecht eingegangenen Angebote wird per E-Mail bestätigt. Nach Ablauf der Frist eingehende Angebote werden nicht berücksichtigt.

5 Prüfung der Angebote

5.1 Auswahl-/Ausschlusskriterien

Ordnungsgemäß eingereichte und zulässige Angebote werden allein auf der Grundlage der im Rahmen der Ausschreibung erforderlichen Angaben und Dokumente im Hinblick auf die rechtliche Stellung sowie professionelle, fachliche und finanzielle Eignung der Angebote geprüft.

Auf Antrag des Auftraggebers müssen die Bieter, die voraussichtlich den Zuschlag erhalten, und gegebenenfalls die Partner des Konsortiums und ihre Unterauftragnehmer innerhalb einer Mindestfrist von 15 Tagen die in Artikel 90 der geänderten großherzoglichen Verordnung vom 8. April 2018 zur Durchführung des Gesetzes vom 8. April 2018 über das öffentliche Auftragswesen aufgeführten Nachweise vorlegen, die von folgenden Stellen ausgestellt wurden:

1. Centre d'informatique, d'affiliation et de perception des cotisations commun aux institutions de sécurité sociale
2. Administration des contributions directes
3. Administration de l'enregistrement et des domaines

Aus diesen Unterlagen muss hervorgehen, dass der Bieter seinen Verpflichtungen im Zusammenhang mit der Zahlung von Sozialversicherungsbeiträgen, Steuern und Abgaben sowie der Erklärung der Quellensteuer auf Löhne und Gehälter zu einem Zeitpunkt nachgekommen ist, der nicht früher als drei Monate nach Beginn der Ausschreibung und nicht später als bis zu Beginn der Ausschreibung liegen darf.

Bieter oder Unterauftragnehmer, die nicht im Großherzogtum Luxemburg niedergelassen sind, müssen auf Antrag des Auftraggebers innerhalb derselben Frist die in dem vorgenannten Artikel vorgesehenen Bescheinigungen vorlegen. Darüber hinaus müssen diese die gleichen Bescheinigungen vorlegen, die von den Steuerbehörden und Sozialversicherungsträgern in ihrem Wohnsitzland ausgestellt wurden. Die von diesem Bieter oder Unterauftragnehmer vorgelegten Nachweise müssen von einer in Artikel 278

genannten Behörde oder Stelle in ihrem Wohnsitzland stammen, andernfalls müssen die Bedingungen für die Erlangung der Bescheinigung besonders begründet sein.

Die Vorlage der oben genannten Bescheinigungen und Nachweise ist ein Kriterium für die Teilnahme. Bieter, die diese Unterlagen nicht innerhalb der vorgegebenen Frist einreichen, sind vom Zuschlag ausgeschlossen.

Die in den bereitgestellten Dokumenten enthaltenen personenbezogenen Daten werden in Übereinstimmung mit den geltenden Vorschriften zum Schutz personenbezogener Daten verarbeitet und geschützt.

5.2 Beurteilung / Zuschlagserteilung

Die Zuschlagskriterien für die Angebotsbeurteilung sind folgendermaßen gewichtet:

Nummer	Zuschlagskriterien	Gewichtung (max. Punkte)
1	Erläuterung zum strategischen Vorgehen: Verständnis des Auftrags	20
2	Erläuterung zum methodischen Vorgehen: Vorschlag über Organisation, Planung und Arbeitsmethode sowie die rationelle, effektive und effiziente Mobilisierung der Personalressourcen.	40
3	Preis	30
4	Kenntnisse des Kooperationsgebiets und Erfahrung/Bekanntheit des Bieters	10
Gesamtpunktezahl		100

Der Zuschlag wird dem wirtschaftlichsten Angebot gemäß den Zuschlagskriterien erteilt. Die Angebote werden geprüft und eingestuft. Das am besten eingestufte Angebot erhält den Zuschlag. Weder die Einleitung des Zuschlagsverfahrens, noch die Achtung der weiteren Kriterien der Ausschreibung verpflichten den Auftraggeber den Auftrag zu vergeben. Dieser ist nicht verpflichtet, Bietern, die keinen Zuschlag erhalten, eine Entschädigung zu gewähren. Ausgaben im Zusammenhang mit der Angebotsvorbereitung und -einreichung sind nicht erstattungsfähig.

Der Zuschlag wird durch den EVTZ Gipfelsekretariat der Großregion auf Beschluss des Gremiums der Persönlichen Beauftragten erteilt.

6 Zusätzliche vertragliche Informationen

6.1 Fragen zur Ausschreibung

Gespräche zwischen Auftraggeber und Bietern sind bis Ablauf der Angebotsfrist verboten mit Ausnahme folgender außergewöhnlicher Umstände und zu folgenden Bedingungen:

- Der Auftraggeber kann Interessenten auf Fehler, Ungenauigkeiten, Auslassungen oder Verwaltungsfehler im Ausschreibungstext auf eigene Initiative hinweisen.
- Auf Anfrage eines Bieters kann der Auftraggeber ausschließlich zusätzliche Informationen mitteilen, die der Aufklärung des Angebotsinhalts und der Art des Vertrags dienen.

Bei Fragen können sich die Bieter per E-Mail oder telefonisch hier informieren:

EVTZ „Gipfelsekretariat der Großregion“

Tel. +352 247 80 160

secretariat.sommet@granderegion.net

Anfragen zu Informationen über die Ausschreibung, die weniger als 7 Tage vor Ende der Angebotsfrist eingehen, werden nicht geprüft.

Alle zusätzlichen Informationen, die eine der vorgenannten Bedingungen erfüllen, werden gleichzeitig an alle Bieter übermittelt.

6.2 Ort der Leistungserbringung

Es gibt keine damit verbundenen Einschränkungen hinsichtlich den Ort der Leistungserbringung.

6.3 Auflösung des Vertrags oder Rücktritt vom Vertrag

Die Leistungen müssen mit der Beschreibung im [Abschnitt 1.4](#) übereinstimmen.

Sollte es dazu kommen, dass der Bieter seinen vertraglichen Pflichten in Übereinstimmung mit den vorgesehenen Mitteln nicht nachkommt, wird der Auftraggeber unbeschadet seines Rechts auf Vertragskündigung die Beträge senken oder proportional zum Ausmaß des Versäumnisses betreiben.

Der Auftraggeber behält sich vor, vom Vertrag zurückzutreten in dem Fall, dass der Bieter wiederholt seinen Pflichten nicht nachkommt. Der Vertrag wird vom Auftraggeber mit einer Kündigungsfrist von bis zu drei Monaten per Einschreiben mit Rückschein gekündigt. Der Zeitpunkt der Kündigung wird im Kündigungsschreiben vermerkt. Dieser Beschluss ist nicht Gegenstand von Entschädigungszahlungen.

Bei Nichtverschulden kann der Vertrag durch den Auftraggeber per Einschreiben mit Rückschein mit einer Kündigungsfrist von bis zu drei Monaten gekündigt werden. Der Zeitpunkt der Kündigung muss im Kündigungsschreiben vermerkt sein. Dieser Beschluss führt nicht zu Entschädigungszahlungen. Der Bieter muss sämtliche bereits in Auftrag gegebene Arbeiten zu Ende führen.

6.4 Weitere Bedingungen

Informationen, die für die Vorbereitung des Angebots bereitgestellt werden, werden nur für diesen Zweck verwendet und vertraulich behandelt. Sämtliche Unterlagen, die durch den Bieter bereitgestellt wurden, werden durch den Auftraggeber archiviert. Diese Dokumente werden in Übereinstimmung mit den geltenden Bestimmungen zum Schutz personenbezogener Daten vertraulich behandelt.