

Leistungsbeschreibung „Genussbox Mansfeld-Südharz“

1. Einführung

1.1. Kurzvorstellung Auftraggeber

Gesellschaftszweck ist das Standortmarketing, die Stärkung der überregionalen Wahrnehmung des Wirtschafts- und Tourismusstandortes Mansfeld-Südharz und die Koordination der Aktivitäten der Wirtschafts- und Tourismusförderung im gesamten Gebiet des Landkreises sowie die Erarbeitung, Realisierung und Unterstützung von Projekten, welche der Entwicklung und Verbesserung der sozialen, touristischen und wirtschaftlichen Struktur des Landkreises dienen.

1.2. Projektbeschreibung:

Mit der Genussbox Mansfeld-Südharz möchte die Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH (SMG) den Landkreis touristisch vermarkten und überregional als attraktive Destination bekannter machen. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Thema „Genuss“. Anhand regionaler Produkte, die möglichst authentisch, originell und qualitativ hochwertig sein sollen, und mit ebenso hochwertigen Publikationen wie der Imagebroschüre „Mansfeld-Südharz Willkommen“ und den „99 Lieblingsplätzen“ soll Mansfeld-Südharz nach außen hin positiv und emotional abgebildet werden.

1.3. Ausgangssituation:

Die Genussbox Mansfeld-Südharz wurde bereits 2016 auf Initiative der Standortmarketinggesellschaft in Zusammenarbeit mit dem Verein zur Förderung der Direktvermarktung und Regionalentwicklung Mansfeld-Südharz e.V., dem Bauernverband Mansfeld-Südharz e.V. und der Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt e.V. und unterstützt mit Fördermitteln des Ministeriums für Umwelt, Landwirtschaft und Energie entwickelt. In anderen Landkreisen wurden solche „Regionalkisten“ bereits erfolgreich eingeführt.

1.4. Anforderungen an die Genussbox Mansfeld-Südharz:

- 1.4.1. eine hochwertig gestaltete Box
- 1.4.2. orientiert sich an der Tourismus-CI des Landkreises
- 1.4.3. hochwertiger, abwechslungsreicher Inhalt, der den Preis rechtfertigt
- 1.4.4. ständige Verfügbarkeit, insbesondere vor Feiertagen wie Weihnachten und Ostern

1.5. Zielgruppen:

Die Zielgruppen unterteilen sich in

- 1.5.1. die Personen außerhalb des Landkreises, die neugierig auf vorgenanntes Angebot sind
- 1.5.2. die Personen, welche die Genussbox als Geschenk für ihre Verwandten und Bekannten anschaffen möchten
- 1.5.3. Unternehmen, die ihren Geschäftspartnern oder verdienten Mitarbeitern eine regionale Aufmerksamkeit zukommen lassen möchten

2. Inhalt der Ausschreibung:

Die Standortmarketinggesellschaft beabsichtigt, die ausgeschriebenen Leistungen an geeignete Auftragnehmer zu übergeben, die die nachfolgend aufgeführten Anforderungen erfüllen. Eine Vergütung zur Projektarbeit wird nicht gewährt.

Die im Folgenden beschriebenen Mindestanforderungen gliedern sich in drei Arbeitspakete (AP):

2.1 AP 1: Warenbeschaffung und Lagerhaltung

- Identifizierung (weiterer) geeigneter regionaler Produzenten und Produkte, die der Philosophie der Genussbox gerecht werden
- Bestellung der regionalen Produkte, der Broschüren, der Holzwolle, der Boxen
- Warenannahme
- Lagerhaltung der vorgenannten Posten entsprechend der gesetzlichen Bestimmungen

2.2 AP 2: Kommissionierung

- Zusammenstellung der Box wie in Punkt 1.4. beschrieben

2.3 AP 3: Vertrieb

- Direktvertrieb über ein Online-Shop-System
- Bestellannahme per E-Mail, Telefon, Warenkorb

- Vertrieb über Dritte: Ziel ist, in jeder Kommune eine stationäre Verkaufsstelle vorzuhalten; hierzu bedarf es einer Abstimmung mit dem Auftraggeber

3. Zuschlagskriterien

Das Projekt wird an den Projektpartner/Auftragnehmer vergeben, welcher die umfangreichsten Erfahrungen im Online-Vertrieb von Lebensmitteln bzw. regionalen Produkten vorweisen kann. Referenzen im E-Commerce und Online-Marketing werden ebenso erwartet wie die nachweisliche Befähigung zum Handel mit Lebensmitteln (z.B. räumliche Voraussetzungen für Warenlagerung, Kühlung, Einhaltung der vom Hersteller empfohlenen Temperaturangaben). Der künftige Auftragnehmer verpflichtet sich schriftlich zur Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften.

4. Ausschreibungsbestimmungen

4.1. Termine und Fristen:

31.03.2018: VÖ Hinweis auf die Ausschreibung im Amtsblatt Mansfeld-Südharz

31.03.2018: VÖ Ausschreibung auf www.smg-msh.de und www.mansfeldsuedharz.de

20.04.2018: Schlusstermin für Bewerberfragen

30.04.2018: Auswahl eines Auftragnehmers und Beauftragung durch den Auftraggeber

28.05.2018: spätester Starttermin für Leistungserbringung nach Übergangszeit

27.05.2019: Ende der Projektlaufzeit (verlängert sich ohne Kündigung einer der Vertragsparteien automatisch)

4.2. Informationen zur Ausschreibung

4.2.1. Vertragspartner:

Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH
Ewald-Gnau-Straße 1b
06526 Sangerhausen

4.2.2. Ansprechpartner:

Andreas Blümner
Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
03464/5459910
abluemner@mansfeldsuedharz.de

4.3. Unklarheiten in den Vergabeunterlagen

Enthalten die Vergabeunterlagen nach Auffassung des Bewerbers Unklarheiten, so wird ein entsprechender Hinweis an die unter Ziffer 4.2.2. genannte Stelle erbeten. Etwaige spätere Einwendungen unter Berufung auf nicht ausreichende Unterrichtung oder ungenügende Information werden nicht anerkannt

4.4. Kostenerstattung

Für die Erstellung der Teilnahmeanträge wird keine Vergütung gewährt. Die Vervielfältigungskosten für die Versendung dieser Vergabeunterlagen werden nicht erstattet. Mit Abgabe eines Teilnahmeantrags verzichten die Bewerber auf die Geltendmachung entstandener sowie evtl. entstehender Kosten.

4.5. Angabe von Sub- bzw. Nachunternehmern

Der Bewerber hat Art und Umfang der Leistungen anzugeben, die er an Sub- bzw. Nachunternehmer übertragen will. Sollte der Bewerber beabsichtigen, Leistungen an Nachunternehmer zu vergeben, muss er diese auf gesondertes Verlangen der Vergabestelle konkret benennen und eine entsprechende Verpflichtungserklärung vorlegen. Bei der Einholung von Angeboten von Sub- bzw. Nachunternehmern ist der Bewerber verpflichtet, kleine und mittlere Unternehmen angemessen zu beteiligen, Unteraufträge an kleine und mittlere Unternehmen in dem Umfang zu erteilen, wie dies mit der vertragsgemäßen Ausführung der Leistung vereinbar ist, bei der Übertragung von Teilleistungen nach Wettbewerbsgesichtspunkten zu verfahren und dem Sub- bzw. Nachunternehmer insgesamt keine ungünstigeren Bedingungen – insbesondere hinsichtlich der Zahlungsweise und der Sicherheitsleistungen – zu stellen, als sie durch den Auftrag mit dem Bieter vereinbart werden.

Der Bewerber hat für den Sub- bzw. Nachunternehmer zum Nachweis der Fachkunde, Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit alle geforderten Nachweise und Erklärungen bzw. geforderten Unterlagen auf Verlangen der Vergabestelle vorzulegen.

Es wird jedoch darauf hingewiesen, dass die Gesamtverantwortung und Projektkoordination weiterhin beim Bewerber liegen und Absprachen nur zwischen Bewerber und dem Auftraggeber erfolgen können.

4.6. Datenschutzklauseln

Die von den Bewerbern erbetenen personenbezogenen Angaben werden im Rahmen des Vergabeverfahrens verarbeitet und gespeichert

4.7. Auskünfte über den Stand des Teilnahmeverfahrens

Es werden keine telefonischen oder schriftlichen Auskünfte über den Stand des Teilnahmewettbewerbs erteilt.

5. Verfahren

5.1. Inhalt und Aufbau des Antrags

5.1.1. Allgemeines: Anschreiben zum Antrag inklusive Datum und Unterschrift

5.1.2. Eigenerklärung zur Eignung (siehe Punkt 3)

5.1.3. Bestätigung des Konkurrenzausschlusses: Eigenerklärung, dass für die gesamte Vertragslaufzeit keine direkten oder indirekten Tätigkeiten für ein in Wettbewerb zur Genussbox Mansfeld-Südharz stehendes Produkt durchgeführt werden

6. Kooperationsstrukturen

Die Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH unterstützt bei der Identifizierung weiterer geeigneter regionaler Produzenten und bei der Vermarktung der Genussbox Mansfeld-Südharz durch intensive Kommunikations- und Pressearbeit:

- Vorhalten von Werbeträgern (Roll-Up, XXL-Genussbox, Flyer, Messemobil...)
- die eigene Webseite www.genussbox-msh.de
- Nutzung der SMG-Webseite
- Nutzung der Landkreis-Webseite
- Nutzung des SMG-Facebook-Profiles
- Nutzung des Landkreis-Facebook-Profiles
- die Bewerbung auf regionalen und überregionalen Events (Tourismussmessen, Internationale Grüne Woche...)
- Veröffentlichung von Pressemitteilungen für die lokale Presse und die Amtsblätter
- die Bewerbung in SMG-Unternehmens-Newslettern (insbesondere vor Feiertagen).

7. Nachhaltigkeit des Projektes

7.1. Fortführung des Projektes

Die Genussbox Mansfeld-Südharz soll zu einem dauerhaften und verlässlichen Marketinginstrument werden und bedarf daher einer konsequenten Markenpflege der Box durch Sicherstellung und Steigerung von Produktvielfalt und – qualität.

7.2. (mögliche) Variationen im Rahmen einer sogenannten Mehrmarkenstrategie

- eine vegetarische Box
- eine alkoholfreie Box
- eine Premium-Box
- eine Mini-Box

7.3. Maßnahmen zur Dokumentation und Veröffentlichung

Alle Projektschritte werden auf Grundlage eines Dienstleistungsvertrags unter den Partnern abgestimmt. Der Auftraggeber erhält monatlich die (nach Vertriebsweg aufgeschlüsselten) Verkaufszahlen zum Zwecke der Marketingkontrolle.