Verfahrensbedingungen zur Vergabe

a) Vergabestelle/Öffentlicher Auftraggeber

Niedersächsisches Kultusministerium
Referat 15.4
Zentrale Vergabestelle
Hans-Böckler-Allee 5
30173 Hannover

b) Vergabeverfahren

Öffentliche Ausschreibung nach § 9 UVgO
Vergabenummer: **15.4-32576-20/33**

c) CPV-Code

79341400-0 (Werbekampagnen)
79340000-9 (Werbe- und Marketingdienstleistungen)

d) Ausschreibungsgegenstand

Kurzbeschreibung der Beschaffung:

Bewerbung, Bekanntmachung und Nutzungssteigerung der Plattform „Jugendliche stärken – Gemeinsam stark in der Schule“

Beschreibung der Beschaffung:

Gegenstand der Ausschreibung ist die Konzeption, Umsetzung und Evaluation einer Kommunikations- und Aktivierungskampagne zur Steigerung der Bekanntheit und Nutzung der Plattform „Jugendliche stärken – Gemeinsam stark in der Schule“. Die Leistungen umfassen insbesondere die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie, Social-Media-Kommunikation, Influencer- und Multiplikatorenkonzepte, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die Erstellung von Materialien für Schulen sowie die Evaluation der durchgeführten Maßnahmen. Gegenstand der Ausschreibung ist ausdrücklich nicht die technische oder inhaltliche Weiterentwicklung der Plattform selbst.

e) Die Gesamtleistung bildet ein Los

f) Nebenangebote sind nicht zulässig

g) Ausführungsfristen

Zeitnah nach Zuschlagserteilung bis 31.12.2027

h) Hauptort der Dienstleistung

Niedersachsen

i) Sprache

Das Angebot sowie der gesamte Schriftverkehr mit dem Auftraggeber sind in deutscher Sprache abzufassen bzw. zu führen.

j) Angaben zum Preisblatt

Sämtliche für die Umsetzung erforderlichen Leistungen und Nebenkosten, einschließlich möglicher Vergütungen von Influencerinnen, Influencern oder Botschafterinnen und Botschaftern, sind durch die Auftragnehmerin bzw. den Auftragnehmer in die Angebotskalkulation einzubeziehen.

k) Kaution und sonstige Sicherheiten

Werden nicht verlangt.

l) Bietergemeinschaften

Bietergemeinschaften werden zugelassen. Bietergemeinschaften aus Hochschulen, wissenschaftlichen Einrichtungen, Fachorganisationen, Trägern, Agenturen und vergleichbaren Institutionen sind ausdrücklich zulässig.

m) Unterauftragnehmer

Die Beauftragung von Unterauftragnehmerinnen/Unterauftragnehmern ist möglich.

n) Nachweise zur Eignung

Zum Nachweis seiner/ihrer Eignung hat der Bieter/die Bieterin Unterlagen gemäß den untenstehenden Bestimmungen der vorliegenden Ausschreibung gemeinsam mit dem Angebot vorzulegen. Der Bieter/Die Bieterin hat besondere Sorgfalt bei der Erstellung der Unterlagen walten zu lassen. Grundsätzlich sind **Eigenerklärungen** vorzulegen (§ 35 Abs. 2 UVgO).

Zum **Nachweis der Eignung** sind folgende Eigenerklärungen dem Angebot beizufügen:

1) Eigenerklärung zur Eignung in folgendem Vergabeverfahren (§§ 123, 124 GWB) (s. Vordruck, ggf. zu duplizieren für Beteiligte von Bietergemeinschaften und Unterauftragunternehmen)

2) Erklärung zu § 4 Abs. 1 NTVergG (s. Vordruck, ggf. zu duplizieren für Beteiligte von Bietergemeinschaften und Unterauftragunternehmen)

3) Erklärung zu Referenzen, nachweisbar auch durch unterbeauftragte Unternehmen/Beteiligte von Bietergemeinschaften (s. Vordruck, ggf. zu duplizieren für unterbeauftragte Unternehmen/Beteiligte von Bietergemeinschaften)

Fehlende Unterlagen können zum Ausschluss führen. Im Übrigen gelten die Ausschlussgründe nach § 31 Abs. 1 UVgO, §§ 123, 124 GWB sowie § 4 Abs. 2 Niedersächsisches Tariftreue- und Vergabegesetz (NTVergG).

Die Vergabestelle kann im Laufe des Vergabeverfahrens von den Bietern/Bieterinnen auf gesonderte Anforderung Nachweise zu in der Eigenerklärung gemachten Angaben fordern.

Es wird darauf hingewiesen, dass eine Verpflichtung zur Nachforderung fehlender Erklärungen und Nachweise zu dem Angebot seitens der Vergabestelle nicht besteht. Angebote, welche die geforderten Voraussetzungen nicht aufweisen, können vom weiteren Verfahren ausgeschlossen werden.

o) Anforderungen an das einzureichende Konzept zur Umsetzung des Auftrags

Mit dem Angebot ist ein von der Bieterin/dem Bieter eigens zu erstellendes Konzept zur Umsetzung des Auftrags entsprechend der Leistungsbeschreibung einzureichen. Das Konzept darf fünfzehn Seiten nicht überschreiten. Das Konzept muss folgende Bestandteile beinhalten:

- Kommunikations- und Aktivierungsstrategie,
- Social-Media-Konzept,
- Influencer- und Multiplikatorenkonzept,
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
- Materialien für Schulen,
- fachliche Fundierung der Kommunikationsmaßnahmen,
- Evaluation und Erfolgskontrolle,
- Projektorganisation.

p) Form und Frist der Angebotsabgabe

Das Angebot ist unter Verwendung des Vordrucks „Angebotsschreiben“ einschließlich aller Anlagen auf dem Vergabeportal Niedersachsen (https://vergabe.niedersachsen.de) bis zum **03.12.2026, 14:00 Uhr**, einzureichen.

Verspätet eingehende Angebote können nicht berücksichtigt werden.

q) Entschädigung für Bearbeitung

Für die Erstellung des Angebotes einschließlich des Konzepts und für die Teilnahme an diesem Vergabeverfahren wird keine Entschädigung gewährt. Dies gilt auch für den Fall, dass keine Vergabe erfolgt, sondern das Vergabeverfahren aufgehoben oder eingestellt wird oder die Vergabestelle sonst auf die Auftragsvergabe verzichtet.

r) Zuschlagskriterien

Der Zuschlag bestimmt sich nach folgenden Kriterien:

Kriterium (Gewichtung)	maximale Punktzahl
1. Preis (30 %)	30
2. Konzept (70 %)	70

Die Punktevergabe erfolgt im Einzelnen nach Maßgabe der folgenden Grundsätze:

1. Zuschlagskriterium „Preis“

Die Punktevergabe zu diesem Zuschlagskriterium erfolgt auf Grundlage des angebotenen Bruttogesamtpreises. Das Angebot mit dem niedrigsten Preis erhält 30 Punkte. Ausgehend hiervon erfolgt für die anderen Angebote ein Punktabzug von einem Prozent vom maximalen Punktewert je einem Prozent höherem Preis.

> Beispiel: Bei einem um 10 % höheren Preis als bei dem niedrigsten Angebot erfolgt ein Abzug von 10 % der maximal erreichbaren Punkte, d. h. das Angebot erhält bei der Wertung des Preises 27 Punkte von 30 möglichen Punkten.

2. Zuschlagskriterium „Konzept“

Die Beurteilung des Zuschlagskriteriums 2. erfolgt aufgrund des vorgelegten Konzeptes. Die Unterkriterien entsprechen in Teilen den in Buchstabe o) aufgeführten Bestandteilen

Unterkriterium 1: Kommunikations- und Aktivierungsstrategie,
Unterkriterium 2: Social-Media-, Influencer- und Multiplikatorenkonzept,
Unterkriterium 3: Fachliche Fundierung der Kommunikationsmaßnahmen
Unterkriterium 4: Projektorganisation, Evaluation und Erfolgskontrolle

Jedes Kriterium wird mit Einzelpunkten von 0 bis 10 Punkten bewertet. Die Höhe der erreichten Wertungspunkte richtet sich danach, inwieweit das Konzept der Bieterin bzw. des Bietenden dem Erwartungshorizont des Auftraggebers entspricht. Die Gewichtung der jeweiligen Kategorie erfolgt anhand des in der Wertungsmatrix definierten Faktors.

Die Einzelpunkte werden je Kriterium wie folgt ermittelt:

Das Angebot entspricht den Erwartungen in keiner Weise; diverse Aspekte fehlen; das Kriterium wird ungenügend erfüllt.	0 Punkte
Das Angebot entspricht den Erwartungen nur geringfügig; diverse Aspekte fehlen; das Kriterium wird mangelhaft erfüllt.	2 Punkte
Das Angebot entspricht den Erwartungen in Teilen, wobei einige Aspekte nicht enthalten sind bzw. fehlen; das Kriterium wird ausreichend erfüllt.	4 Punkte
Das Angebot entspricht den Erwartungen überwiegend; das Kriterium wird befriedigend erfüllt.	6 Punkte
Das Angebot entspricht den Erwartungen in sehr großen Teilen; das Kriterium wird somit gut erfüllt.	8 Punkte
Das Angebot entspricht den Erwartungen vollumfänglich; das Kriterium ist sehr gut erfüllt.	10 Punkte

Die Bewertung eines Kriteriums mit 0 Einzelpunkten führt zum Ausschluss des Angebotes von der Wertung.

Unterkriterium 1 „Kommunikations- und Aktivierungsstrategie“

Einzelpunkte	Faktor	Wertungspunkte	Erwartung:
10	3	30	Die volle Punktzahl erhält ein Konzept, das nachvollziehbar und realistisch umsetzbar darstellt, • wie die Bekanntheit der Plattform gesteigert werden soll, • wie zusätzliche Schulen als aktive Nutzer gewonnen werden sollen, • wie die Nutzung durch Schülerinnen und Schüler erhöht werden soll, • wie die relevanten Zielgruppen differenziert angesprochen werden, • wie analoge und digitale Kommunikationsmaßnahmen miteinander verzahnt werden,

			• wie Multiplikatoren im schulischen Kontext wirksam einbezogen werden.

Unterkriterium 2 „Social-Media-, Influencer- und Multiplikatorenkonzept“

Einzelpunkte	Faktor	Wertungspunkte	Erwartung:
10	2	20	Die volle Punktzahl erhält ein Konzept, das • Plattformen, Formate und Zielgruppen nachvollziehbar herleitet, • einen schlüssigen Einsatz von Social Media beschreibt, • geeignete Influencer-, Botschafter- oder Multiplikatorenansätze aufzeigt, • konkrete Maßnahmen zur Reichweitensteigerung enthält, • die Ansprache schwer erreichbarer Zielgruppen berücksichtigt, • eine realistische und umsetzbare Kampagnenplanung erkennen lässt.

Unterkriterium 3 „Fachliche Fundierung der Kommunikationsmaßnahmen“

Einzelpunkte	Faktor	Wertungspunkte	Erwartung:
10	1	10	Die volle Punktzahl erhält ein Konzept, das • aktuelle Erkenntnisse zu psychischer Gesundheit, Prävention und Gesundheitskommunikation angemessen berücksichtigt, • die Besonderheiten der Zielgruppen Schülerinnen und Schüler, Lehrkräfte, Beratungslehrkräfte, Schulsozialarbeit und Eltern berücksichtigt, • die Kommunikationsmaßnahmen fachlich nachvollziehbar begründet, • aufzeigt, wie psychische Gesundheit niedrigschwellig, destigmatisierend und zielgruppengerecht kommuniziert werden soll.

Unterkriterium 4 „Projektorganisation, Evaluation und Erfolgskontrolle“

Einzelpunkte	Faktor	Wertungspunkte	Erwartung:
10	1	10	Die volle Punktzahl erhält ein Konzept, das • eine schlüssige Projektorganisation beschreibt, • Zuständigkeiten und Abläufe nachvollziehbar darstellt, • geeignete Maßnahmen zur Qualitätssicherung vorsieht,

			• nachvollziehbare Erfolgsindikatoren benennt, • die Messung von Reichweite, Nutzung und Wirksamkeit der Kommunikationsmaßnahmen beschreibt, • regelmäßige Berichts- und Evaluationsformate vorsieht.

s) Hinweis zu Vertragsbedingungen

Es wird darauf hingewiesen, dass neben dem Vertrag die Allgemeinen Vertragsbedingungen (VOL/B) sowie die Zusätzlichen Vertragsbedingungen des Landes Niedersachsen gelten. Des Weiteren werden die vorliegende Ausschreibung, das Angebot inkl. Preisblatt, die abgegebenen Erklärungen sowie die Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuchs Bestandteile des Vertrages. **Eigene Allgemeine Vertragsbedingungen des Bieters oder der Bieterin können ausdrücklich nicht Vertragsbestandteil werden. Das Einbringen Allgemeiner Vertragsbedingungen durch den Bieter oder die Bieterin kann zum Ausschluss vom Verfahren führen.**

t) Vermeidung von Korruption

Der Auftraggeber und die bei diesem Vergabeverfahren beteiligten Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen unterliegen den arbeits- und dienstrechtlichen Vorgaben zur Korruptionsprävention. Bestechungsversuche führen zum Ausschluss vom Vergabeverfahren.

u) Hinweise zur Kontaktaufnahme bei Fragen zur Ausschreibung

Fragen zur Ausschreibung reichen Sie bitte ausschließlich über das Vergabeportal Niedersachsen (https://vergabe.niedersachsen.de) in Textform (§ 126b BGB) bis zum 23.11.2026, 11:00 Uhr ein. Die Beantwortung erfolgt durch Veröffentlichung an der Stelle der Bekanntmachung. Die abschließende Veröffentlichung eines etwaigen Katalogs erfolgt am 24.11.2026. Alle Bieter/Bieterinnen sind gehalten, sich während der Angebotsphase eigenständig über etwaige Angaben sowie Änderungen zu informieren.

Die ausschreibende Stelle ist alleinige Ansprechpartnerin in allen Fragen des Vergabeverfahrens.

Auskünfte anderer Stellen oder Personen sowie telefonische Auskünfte sind nicht verbindlich.

v) Vollständigkeit, Erfüllung der Vorgaben

Das Angebot muss vollständig sein, die Preise und die in den Vergabeunterlagen geforderten Angaben enthalten sowie sämtliche in den Vergabeunterlagen dargestellten Vorgaben erfüllen. Unvollständige Angebote können ausgeschlossen werden. Der Auftraggeber kann unter Beachtung der Grundsätze der Transparenz und der Gleichbehandlung den Bieter oder die Bieterin auffordern, fehlende, unvollständige oder fehlerhafte institutionsbezogene Unterlagen nachzureichen, zu vervollständigen oder zu korrigieren (§ 41 Abs. 2 UVgO). Die Nachforderung von leistungsbezogenen Unterlagen, die die Wirtschaftlichkeitsbewertung der Angebote anhand der Zuschlagskriterien betreffen, ist gemäß § 41 Abs. 3 UVgO ausgeschlossen. Auf die Ausnahme in § 41 Abs. 3 Satz 2 UVgO wird hingewiesen. Die Bieterin/der Bieter hat sicherzustellen, dass die von ihr/ihm eingereichten Unterlagen vollständig, verständlich und

eindeutig sind. Sämtliche Angebotsbestandteile müssen daher insbesondere strukturiert und eindeutig gekennzeichnet sein.

w) Änderungen an den Vergabeunterlagen

Änderungen oder Ergänzungen der Vergabeunterlagen sind unzulässig und können zum Ausschluss des Angebotes führen. Alle zur Verfügung gestellten Unterlagen dürfen unabhängig von ihrem Format nur auf den dafür vorgesehenen Linien und in den vorgegebenen Feldern ausgefüllt werden. Die Verwendung der beigefügten Vordrucke ist ausschließlich; die Verwendung eigener Vordrucke - mit Ausnahme eines Angebotsschreibens und eines Konzeptes - gilt als Änderung an den Vergabeunterlagen.

x) Unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen

Angebote von Bieterinnen und Bietern, die sich im Zusammenhang mit diesem Vergabeverfahren an einer wettbewerbsbeschränkenden Absprache beteiligen, werden vom Verfahren ausgeschlossen.

y) Zuschlags-/Bindefrist

Die Bieterinnen und Bieter halten sich bis zur Zuschlags- bzw. Bindefrist am 30.12.2026 an ihr Angebot gebunden.