

OFFENE AUSSCHREIBUNG

Referenz EACEA/2008/04

**„«Studie über die unternehmerische Komponente der Kultur- und
Kreativwirtschaft»“**

1. EINLEITUNG	3
1.1. Allgemeine Informationen.....	3
1.2 Verwaltung der Ausschreibung	3
1.3 Vertragsdauer.....	3
2. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN FÜR AUSSCHREIBUNGEN	4
2.1. Angebote.....	4
2.2. Zahlungen	5
2.3. Sicherheitsleistung.....	6
2.4. Vertragsstrafen.....	6
2.5. Bindefrist der Angebote.....	6
2.6. Preise	6
2.7. Interessenkonflikte.....	7
2.8. Gemeinsame Angebote	8
2.9. Unterauftragnehmer	8
2.10. Kontaktstelle	8
3. TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN.....	8
3.1. Hintergrund des Vertrags.....	8
3.2. Zweck des Vertrags und angestrebte Ergebnisse	10
3.3. Leistungen	12
3.4. Mittelbedarf	13
3.5. Methodische Hinweise	14
3.6. Berichte.....	15
3.7. Haushaltsmittel	17
4. BEWERTUNG UND ZUSCHLAGSERTEILUNG.....	17
4.1 Ausschluss von Bietern	17
4.2 Auswahl von Bietern	18
4.3. Bewertung der Angebote	20
4.4 Zuschlagserteilung.....	21
5. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN FÜR DIE ERTEILUNG DES ZUSCHLAGS.....	21
5.1. Vertrag	21
5.2. Keine Verpflichtung zur Auftragsvergabe	21
5.3. Anhänge.....	21
Anhang 1: Mustervertrag (zu Informationszwecken)	22
Anhang 2: Informationen für Bieter/Unterauftragnehmer (jeweils in einer Abschrift vom Bieter und von jedem Unterauftragnehmer auszufüllen und zu unterzeichnen).....	22

Anhang 3:	Preis und geschätzte Aufgliederung des Haushaltes (vom Bieter auszufüllen und zu unterzeichnen)	22
Anhang 4:	Zertifizierung bezüglich der Ausschlusskriterien (vom Bieter auszufüllen und zu unterzeichnen)	22

OFFENE AUSSCHREIBUNG

EACEA/2008/04

«Studie über die unternehmerische Komponente der Kultur- und Kreativwirtschaft»

1. EINLEITUNG

1.1. Allgemeine Informationen

Am 8. Februar 2007 verabschiedete die Kommission den Beschluss 2007/114/EG zur Änderung des Beschlusses 2005/56/EG zur Einrichtung der Exekutivagentur „Bildung, Audiovisuelles und Kultur“ für die Verwaltung der Gemeinschaftsmaßnahmen in den Bereichen Bildung, Audiovisuelles und Kultur (nachstehend „Agentur“ genannt) sowie zur Verlängerung der Laufzeit der Agentur bis 2015. Der Auftrag der Agentur besteht darin, verschiedene Teilbereiche von über 15 von der Gemeinschaft finanzierten Programmen und Maßnahmen in den Bereichen allgemeine und berufliche Bildung, aktive Bürgerschaft, Jugend, Audiovisuelles und Kultur umzusetzen. Die Agentur ist für die meisten Verwaltungstätigkeiten im Rahmen der Programme zuständig. Hierzu zählen die Ausarbeitung von Vorschlägen, die Auswahl von Projekten und die Unterzeichnung von Projektvereinbarungen, die Finanzverwaltung, die Projektüberwachung (Zwischenberichte und Abschlussberichte), die Kommunikation mit Begünstigten sowie Überprüfungen vor Ort.

- Die Agentur besitzt eigene Rechtspersönlichkeit und hat ihren Sitz in Brüssel. Sie beabsichtigt den Abschluss eines Dienstleistungsvertrags zur Durchführung einer „Studie über die unternehmerische Komponente der Kultur- und Kreativwirtschaft“..

Die erforderlichen Dienstleistungen sind in Abschnitt 3 dieser Leistungsbeschreibung ausführlich erläutert.

1.2 Verwaltung der Ausschreibung

Diese Ausschreibung wird von der Agentur in Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission verwaltet. Die Agentur wird einen Lenkungsausschuss einsetzen, welcher sich aus Vertretern der Agentur und der Kommission zusammensetzt, um den Vertrag zu verwalten, die Vorschritte des Vertragsnehmers zu bewerten, Hilfestellung zu geben sowie die Leistungen und Produkte zu akzeptieren. Ein Mitglied des Lenkungsausschusses bei der Agentur wird als Kontaktperson für sämtliche offizielle Korrespondenz benannt.

Das Eigentumsrecht der Produkte und Ergebnisse werden bei der Kommission liegen.

1.3 Vertragsdauer

Der Vertrag wird Gegenstand einer Vereinbarung gemäß des in Anhang 1 enthaltenen Mustervertrags sein. Der Vertrag wird für den Zeitraum von **10** Monaten vergeben und tritt an dem Datum in Kraft, an dem er von der letzten Vertragspartei unterzeichnet wird. Es ist vorgesehen, dass die Studie im Dezember 2008 beginnt.

Die Agentur behält sich das Recht vor, ohne die vorherige Veröffentlichung einer Vergabebekanntmachung für zusätzliche Verträge, die ähnliche Dienstleistungen beinhalten wie die Verträge, die bereits von der Vergabestelle an erfolgreiche Bieter vergeben wurden, von einem

Verhandlungsverfahren Gebrauch zu machen. Dieses Verfahren darf ausschließlich in den drei Jahren nach dem Ende des ursprünglichen Vertrags angewendet werden.

2. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN FÜR AUSSCHREIBUNGEN

2.1. Angebote

Angebote müssen sämtliche Informationen und Unterlagen umfassen, die von der Vergabestelle zur Bewertung der Angebote gemäß den in Abschnitt 4 beschriebenen Kriterien benötigt werden.

Sämtliche von Bieter eingereichten Unterlagen gehen in das Eigentum der Agentur über und werden vertraulich behandelt.

Kosten, die im Zusammenhang mit der Erstellung und Einreichung von Angeboten anfallen, werden von der Agentur nicht erstattet.

Die Abgabe eines Angebots für eine von der Agentur veröffentlichte Ausschreibung beinhaltet Folgendes:

- (a) die Annahme der in dieser Ausschreibung, in der Leistungsbeschreibung sowie im Vertragsentwurf (siehe Mustervertrag in Anhang 1) festgelegten Bedingungen, sofern zutreffend;
- (b) den Verzicht auf die eigenen allgemeinen oder spezifischen Bedingungen durch den Bieter; das abgegebene Angebot ist für den Bieter, an den der Vertrag vergeben wird, für die Dauer des Vertrags bindend.

Das Angebot muss

- (c) in dreifacher Ausfertigung vorgelegt werden: darunter ein Exemplar, das deutlich mit dem Vermerk „Original“ versehen ist, und zwei Kopien, die jeweils als „Kopie 1“ und „Kopie 2“ gekennzeichnet sind; „Kopie 2“ sollte nicht zusammengeheftet sein. Zusätzlich ist eine einfache Ausfertigung auf einem Datenträger erforderlich.
- (d) die vom Bieter ausgefüllten und unterzeichneten Formulare in Anhang 2 enthalten;
- (e) ein vom Bieter oder von dem von ihm bevollmächtigten Vertreter unterzeichnetes Begleitschreiben umfassen;
- (f) gut leserlich sein, sodass jegliche Zweifel in Bezug auf Zahlen oder Wörter ausgeschlossen sind;
- (g) in zwei verschlossenen Umschlägen eingereicht werden. Der innere Umschlag, der an die in der Ausschreibung angegebene Abteilung adressiert ist, muss mit dem folgenden Vermerk versehen sein:

**„Ausschreibung
Referenznr. EACEA/2008/04
z. Hd. von Referat R2
Nicht durch den internen Postdienst zu öffnen“**

Selbstklebende Umschläge sind mit einem Klebestreifen zu verschließen, den der Bieter mit seiner Unterschrift versieht.

Bieter können

1) Angebote entweder per Post oder Kurierdienst an die nachfolgend angegebene Adresse senden. In diesem Fall müssen die Angebote spätestens an dem Tag versendet werden, der im Begleitschreiben zu dieser Ausschreibung als Fristende angegeben ist. Als Nachweis gilt das Datum des Poststempels, das Absendedatum oder das Datum des Lieferscheins.

Exekutivagentur für Bildung, Audiovisuelles und Kultur (EACEA)

Referat R2

BOUR 4/37

Ref. EACEA-2008/04

Avenue du Bourget 1

B-1140 Brüssel (Evere)

Belgien

2) Angebote persönlich bei der folgenden Adresse einreichen:

Europäische Kommission

EACEA

Referat R2

Ref. EACEA-2008/04

BOUR 4/37

Avenue du Bourget 1

B-1140 Brüssel (Evere)

Belgien

bis spätestens 16.00 Uhr an dem Tag, der im Begleitschreiben zu dieser Ausschreibung als Fristende angegeben ist. Als Nachweis für die Einreichung des Angebots gilt in diesem Fall die von einem Mitarbeiter des Postdienstes unterzeichnete und datierte Empfangsbescheinigung. Der Postdienst ist montags bis donnerstags von 8.00 Uhr bis 17.00 Uhr und freitags von 8.00 Uhr bis 16.00 geöffnet. Samstags, sonntags und an Feiertagen der Kommission bleibt der Postdienst geschlossen.

WICHTIG: Beachten Sie den folgenden bedeutenden Unterschied zwischen den beiden Möglichkeiten zur Einreichung von Angeboten:

Ein per Post oder Kurierdienst (Möglichkeit 1 oben) übermitteltes Angebot muss spätestens an dem Tag versendet werden, der im Begleitschreiben als Fristende angegeben ist. Das bedeutet, dass der Bieter das Angebot an diesem Datum oder davor versenden muss. Folglich kann das Angebot je nach Dauer des Postversands auch nach diesem Datum bei der Agentur eingehen.

Im Fall eines persönlich bei der Agentur eingereichten Angebots (Möglichkeit 2 oben) müssen die Unterlagen spätestens an dem Tag eingehen, der im Begleitschreiben als Fristende angegeben ist. Das bedeutet, dass das Angebot zum Fristende oder vorher bei der Agentur eingehen muss.

In beiden Fällen ist der Bieter dafür verantwortlich, die für ihn geltenden Bestimmungen bzgl. der gewählten Möglichkeit im Hinblick auf die Einreichung des Angebots einzuhalten.

2.2. Zahlungen

Zahlungen werden wie folgt geleistet:

Vorauszahlung:

Nach Unterzeichnung des Vertrags durch die letzte Vertragspartei erfolgt innerhalb von 30 Tagen nach Eingang eines Antrags auf Vorauszahlung bei der Agentur mit einer entsprechenden Rechnung eine Vorauszahlung in Höhe von 30 % des im Vertrag vorgesehenen Gesamtbetrags.

Zwischenzahlung:

Nach neun Monaten ab dem Datum des Vertragsbeginns erfolgt innerhalb von 30 Tagen nach Eingang einer entsprechenden Rechnung eine Zwischenzahlung in Höhe von 30 %, unter der Voraussetzung, dass der Zwischenbericht von der Agentur genehmigt wurde.

Zahlung des Restbetrags:

Nach Abschluss der Aufgaben und nach Genehmigung durch die Agentur sowie gegebenenfalls nach Eingang der im Rahmen dieser Dienstleistung erforderlichen Unterlagen erfolgt die Zahlung des Restbetrags innerhalb von 30 Tagen nach Eingang der entsprechenden Rechnung bei der Agentur.

2.3. Sicherheitsleistung

Eine Sicherheitsleistung ist automatisch dann erforderlich, wenn sich die Vorauszahlung auf einen Betrag von mindestens 150 000 EUR beläuft.

Sofern gefordert, legt der Auftragnehmer eine Sicherheitsleistung in Form einer Bankbürgschaft oder einer vergleichbaren Sicherheit vor, die von einer Bank oder einem zugelassenen Finanzinstitut (Bürge) über die Höhe der im Vertrag festgelegten Vorauszahlung ausgestellt wird.

2.4. Vertragsstrafen

Falls der Auftragnehmer seine vertraglichen Verpflichtungen in der unter Artikel I.2 des Vertrags angegebenen Zeit nicht erfüllt, kann die Agentur unbeschadet der tatsächlichen oder potenziellen Haftung des Auftragnehmers in Bezug auf den Vertrag oder des Rechts der Kommission, den Vertrag zu kündigen, die in Artikel I.3.1 des Mustervertrags (Anhang 1) vorgesehene vereinbarte Vertragsstrafe in Höhe von 0,2 % des Betrags pro Kalendertag Verspätung verlangen.

2.5. Bindefrist der Angebote

Angebote behalten für einen Zeitraum von neun (9) Monaten ab dem Fristende für den Eingang der Angebote ihre Gültigkeit.

2.6. Preise

Die Beträge in den von der Agentur vergebenen Verträgen werden in Euro angegeben und die von ihr geleisteten Zahlungen erfolgen ebenfalls in Euro. Die in den Angeboten enthaltenen Beträge sind folglich auch in Euro anzugeben. Angebote mit Beträgen, die nicht in Euro ausgedrückt sind, werden nicht berücksichtigt.

Für Bieter außerhalb der Eurozone können die angegebenen Preise nicht gemäß den Änderungen der Wechselkurse angepasst werden. Der Bieter bestimmt den Wechselkurs und trägt die Risiken oder profitiert von den Vorteilen, die durch Wechselkursänderungen entstehen können.

Die Preise müssen eindeutig angegeben sein und alle Preisfestsetzungsfaktoren und Stückkosten müssen aufgeschlüsselt sein. Es müssen Festpreise angegeben werden, die alle Kosten (Projektmanagement, Qualitätskontrolle, Schulung der Mitarbeiter des Auftragnehmers, unterstützende Ressourcen usw.) und Ausgaben (Leitung des Unternehmens, Sekretariat, Sozialversicherung, Gehälter, Reise- und Bürokosten usw.) beinhalten, die direkt oder indirekt mit der Erbringung der Dienstleistungen verbunden sind. Sämtliche Preise sind ohne Steuern und Abgaben anzugeben.

Gemäß Artikel 3 und 4 des Protokolls über die Vorrechte und Befreiungen der Europäischen Gemeinschaften sind die Gemeinschaften von allen Steuern und Abgaben (einschließlich der Mehrwertsteuer) befreit. Diese Kosten sind daher bei der Berechnung des Angebotspreises nicht zu berücksichtigen (siehe Abschnitt 2.2.). Der Mehrwertsteuerbetrag muss gesondert angegeben werden.

Durch die Unterzeichnung und die Abgabe eines Angebots versichert der Bieter oder bei Bietergemeinschaften, die aus zwei oder mehr Unternehmen bestehen, jedes Mitglied der Bietergemeinschaft im Namen seines Unternehmens, dass

- die im Angebot angegebenen Preise unabhängig und ohne Absprache oder Kommunikation mit einem anderen Bieter oder Wettbewerber in Bezug auf keinen der Punkte im Zusammenhang mit dem Preis festgelegt wurden;
- die im Angebot angegebenen Preise, sofern nicht anderweitig durch das Gesetz vorgesehen, nicht absichtlich vom Bieter direkt oder indirekt vor der Unterbreitung der Angebote einem anderen Bieter oder Wettbewerber mitgeteilt wurden oder werden;
- der Bieter nicht versucht hat und nicht versuchen wird, andere Personen mit dem Ziel der Wettbewerbsbehinderung dazu zu bewegen, ein Angebot abzugeben oder diese davon abzubringen, ein Angebot abzugeben.

2.7. Interessenkonflikte

Die Bieter müssen erklären,

- dass sie sich in Bezug auf den Auftrag in keinem Interessenkonflikt befinden; ein Interessenkonflikt kann insbesondere aus wirtschaftlichen Interessen, politischen oder nationalen Zugehörigkeiten, Familien- oder gefühlsmäßigen Bindungen oder sonstigen gemeinsamen Beziehungen oder Interessen herrühren;
- dass sie den Auftraggeber unverzüglich über Situationen informieren, die einen Interessenkonflikt darstellen oder zu einem Interessenkonflikt führen könnten;
- dass sie kein Angebot jeglicher Art gemacht haben, aus dem sie im Rahmen dieses Auftrags einen Vorteil ziehen könnten, und sich verpflichten, dies auch künftig nicht zu tun;
- dass sie als Anreiz oder Entgelt für die Vergabe des Auftrags finanzielle oder sonstige Vorteile weder einem Dritten gewährt noch von einem Dritten erhalten, zu erhalten versucht oder angenommen haben, die unmittelbar oder mittelbar als rechtswidriges Verhalten oder Korruption anzusehen sind.

Die Agentur behält sich das Recht vor, die obigen Informationen zu überprüfen.

2.8. Gemeinsame Angebote

Gemeinsame Angebote oder Angebote von Bietergemeinschaften werden akzeptiert. Die Art und die Organisation solcher Angebote bestimmen die Bieter selbst.

In jedem Fall werden solche Angebote nicht anders behandelt als jede andere Art von Angebot und werden einzeln im Hinblick auf die in der vorliegenden Leistungsbeschreibung festgelegten Bewertungs- und Vergabekriterien geprüft.

2.9. Unterauftragnehmer

Jede Absicht, einen Teil des Vertrags mithilfe von Unterauftragnehmern zu erfüllen, muss im Angebot eindeutig angegeben werden. In jedem Fall übernimmt der Hauptauftragnehmer die alleinige Haftung für die Erfüllung des Vertrags.

2.10. Kontaktstelle

Die einzige Kontaktstelle, an die sich der Bieter während der Einreichungsfrist wenden darf, ist die auf dem Begleitschreiben zur vorliegenden Ausschreibung angegebene Stelle. Die Bieter werden gebeten, ihre Fragen schriftlich per Fax, Email oder Post an den betreffenden Ansprechpartner zu richten.

Aus rechtlichen Gründen ist es nicht zulässig, Fragen telefonisch zu klären.

Fragen bezüglich der Verwaltungsverfahren werden individuell bearbeitet. Falls die Antwort auf eine Frage von allgemeinem Interesse ist, wird sie allen Bietern gleichzeitig mitgeteilt.

3. TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN

3.1. Hintergrund des Vertrags

Aktion 3 des neuen Kulturprogramms (2007-2013)¹ sieht ein Tätigwerden der Gemeinschaft hinsichtlich der Unterstützung „von Analysen und der Sammlung und Verbreitung von Informationen sowie von Maßnahmen zur Maximierung der Wirkung der Projekte im Bereich der europäischen Zusammenarbeit in Kulturfragen und der Fortentwicklung der europäischen Kulturpolitik vor“ (Artikel 4, Absatz 1, Buchstabe c).

Im Anhang des Beschlusses wird festgelegt, dass „das Programm die Durchführung von Studien und Analysen im Bereich der europäischen Zusammenarbeit in Kulturfragen und der Fortentwicklung der europäischen Kulturpolitik unterstützt. Diese Unterstützung soll dazu beitragen, die Menge und Qualität der verfügbaren Informationen und Zahlenangaben zu erhöhen, um Vergleichsdaten und Analysen in Bezug auf die kulturellen Zusammenarbeit auf europäischer Ebene zu erhalten, insbesondere bezüglich der Mobilität der Kulturschaffenden und -akteure, der Verbreitung der künstlerischen und kulturellen Werke und Erzeugnisse und des interkulturellen Dialogs. Im Rahmen dieses Aktionsbereichs können Studien und Analysen unterstützt werden, die eine bessere Kenntnis des Phänomens der europaweiten kulturellen Kooperation sowie die Schaffung förderlicher Rahmenbedingungen ermöglichen.“

¹ Beschluss Nr. 1855/2006/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006.

In diesem Zusammenhang soll hiermit ein offenes Ausschreibungsverfahren über die Durchführung einer „Studie über die unternehmerische Komponenten der Kultur- und Kreativwirtschaft“ eingeleitet werden.

3.1.1 Einleitung

In seinen Schlussfolgerungen vom 14. Dezember 2007 erkennt der Europäische Rat die Notwendigkeit an, „das Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft insbesondere in Bezug auf die KMU“ bestmöglich zu nutzen, um „somit zu den Zielen der Lissabon-Agenda“ beizutragen. Im weiteren Sinne billigte er in seiner Mitteilung vom 10. Mai 2007² auch die auf einem Vorschlag der Europäischen Kommission beruhende „europäische Kulturagenda“ und ihre drei Zielsetzungen, darunter die Förderung der Kultur als Katalysator für Kreativität im Rahmen der Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung.

Damit gewinnt der Beitrag der Kultur zur Lissabon-Agenda an Beachtung. In seinen Schlussfolgerungen vom 23./24. März 2000 erklärt der Europäische Rat, dass „die Informationsanbieter durch die Nutzung und Vernetzung der kulturellen Vielfalt in Europa einen Mehrwert schaffen“. Dieser Aspekt, ebenso wie der Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bezug auf Wachstum und Beschäftigung und die Verbindungen zwischen Kultur, Kreativität und Innovation, wird auch in der von der Europäischen Kommission im Jahr 2006 veröffentlichten Studie über die Kulturwirtschaft³ unterstrichen. In dieser Studie wird insbesondere hervorgehoben, dass diese Sektoren Informationen anbieten, die in die digitalen Geräte und Netze einfließen, und somit zur Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) beitragen.

Diese Untersuchung machte also deutlich, dass der Kultur- und der Kreativsektor in Europa eine wichtige wirtschaftliche und gesellschaftliche Rolle spielen. Sie leisten einen maßgeblichen Beitrag zum BIP, zu Wachstum und Beschäftigung in Europa. So waren Schätzungen zufolge im Jahr 2004 mehr als 5 Millionen Menschen in diesen Sektoren tätig; dies entspricht 3,1 % der gesamten erwerbstätigen Bevölkerung der EU-25. 2003 trugen diese Sektoren ungefähr 2,6 % zum BIP der EU bei, wobei ihr Wachstum zwischen 1999 und 2003 deutlich stärker war als das der Wirtschaft im Allgemeinen. Im Zeitalter der Globalisierung sind diese Wirtschaftszweige und die durch sie geschaffene Kreativität ein erheblicher Wert für die Wirtschaft und Wettbewerbsfähigkeit Europas. Sie entwickeln sich erfolgreich und tragen immer stärker zur Wirtschaftstätigkeit bei. Die Studie machte außerdem deutlich, dass die Kulturunternehmen aufgrund ihrer langfristigen Ausrichtung innovativ sind und Wagnisse eingehen.

Um dieses Potenzial jedoch vollständig auszuschöpfen, müssen die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft auch voll und ganz am Binnenmarkt teilhaben und sich in einem sich rasch wandelnden Umfeld behaupten können, das vor allem durch Globalisierung und Technologierevolution (Digitalisierung) geprägt ist. Diese Entwicklungen erfordern neue Kompetenzen in diesen Wirtschaftszweigen sowie neue europäische Geschäfts- und Wirtschaftsmodelle.

Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass sich die in diesem Wirtschaftszweig tätigen – großen und kleinen, lokalen und ausländischen – Unternehmen auch einigen Herausforderungen stellen müssen. Diese sind zum großen Teil auf die uneinheitlichen politischen, kommerziellen und kulturellen Rahmenbedingungen in Europa sowie auf die Besonderheit der kulturellen Produkte an sich zurückzuführen:

² KOM(2007) 242 endgültig.

³ http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm

- Kulturelle Produkte sind oft von kurzer Dauer und bergen ein erhöhtes Risiko des Scheiterns.
- Die Unternehmen entwickeln sich in einem fragmentierten Markt, der durch unterschiedliche Sprachen und Kulturen geprägt ist.
- Diese Marktfragmentierung beeinträchtigt ihre internationale Entfaltung.
- In bestimmten Sektoren (insbesondere in der Musik- und Filmbranche) ist dieser Markt als Oligopol organisiert.
- Kulturunternehmer sind innovativ und gehen Risiken ein, da sie langfristig denken.

Ein weiteres Wesensmerkmal der Kultur- und Kreativwirtschaft besteht darin, dass sie sich aus unzähligen kleinsten, kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie aus Selbständigen zusammensetzt. Diese Unternehmen sind äußerst kreativ und stellen den Großteil der Beschäftigung in diesen Wirtschaftszweigen. Es gilt jedoch auch einige Besonderheiten dieser Sektoren zu berücksichtigen:

- Zahlreiche Wirtschaftszweige leiden unter einer chronischen Unterkapitalisierung; der Zugang zu finanzieller Unterstützung – die für die Entwicklung von Geschäfts- und Wachstumsstrategien und für die Finanz- und Strategieplanung notwendig ist – ist häufig eingeschränkt.
- Es besteht ein Mangel an Bildungseinrichtungen, die die für eine internationale Tätigkeit erforderlichen kaufmännischen Kenntnisse vermitteln.
- Für diese Unternehmen gestaltet es sich schwierig, den Wert von Urheberrechten bei der Beantragung von Krediten angemessen geltend zu machen.
- Zahlreiche Unternehmen sind von öffentlichen Fördermaßnahmen abhängig.

Das Thema der hiermit ausgeschriebenen Studie soll das besondere doppelte Wesen dieser Sektoren (kreativ/kulturell und in einem wirtschaftlichen Umfeld tätig) berücksichtigen und sich dabei auf die im November 2006 veröffentlichte Studie zur Kulturwirtschaft in Europa sowie auf die noch laufende Untersuchung zum Beitrag der Kultur zur Kreativität⁴ stützen.

3.1.2 Definition von Kultur- und Kreativwirtschaft in diesem Zusammenhang

Unter „Kulturwirtschaft“ sind die Sektoren zu verstehen, die Güter und Dienstleistungen erzeugen und vermarkten, die hinsichtlich ihrer Qualität, ihrer Verwendung oder ihres spezifischen Zwecks eine kulturelle Ausdrucksform darstellen bzw. vermitteln, die von ihrem eventuellen kommerziellen Wert unabhängig ist. Im Rahmen dieser Studie umfasst dieser Sektor Filme, DVD und Videos, Fernsehen und Rundfunk, Computerspiele, neue Medien, Musik, Bücher und Presse.

Unter Kreativwirtschaft sind die Sektoren zu verstehen, die die Kultur als Ausgangspunkt nutzen und deren Ergebnisse in erster Linie funktionell sind. Im Rahmen dieser Studie umfasst dieser Sektor Architektur, Werbung, Design und Mode.

3.2. Zweck des Vertrags und angestrebte Ergebnisse

⁴ http://eacea.ec.europa.eu/about/procurement/calls_2007_de.htm

3.2.1 Zweck des Vertrags

Die hiermit ausgeschriebene Studie soll einen Beitrag dazu leisten, dass die Europäische Kommission ein besseres Verständnis für die Funktionsweise und die einschlägigen Bedürfnisse der Unternehmen des Kultur- und Kreativsektors, insbesondere der KMU, erlangt. Die Studie soll sich mit den (insbesondere ordnungspolitischen) Rahmenbedingungen befassen, die sich auf ihre Entwicklung auswirken, sowie mit der Frage des Zugangs zu Förderungen und bestehender Zugangsbarrieren. Besonderes Augenmerk soll dabei auf den Bereich Forschung und Entwicklung gelegt werden.

Der Auftragnehmer soll einerseits die Fragestellungen aufzeigen, die sich durch sämtliche Sektoren der Kultur- und Kreativwirtschaft ziehen, und andererseits durch die Typisierung von Sektoren mit besonderen Merkmalen differenzierte Herangehensweisen vorschlagen, sofern dies angemessen ist.

Die Studie wird sich insbesondere mit der Lage der KMU im Vergleich zu den großen Akteuren der untersuchten Sektoren befassen.

3.2.2 Zu erzielende Ergebnisse

Unter Berücksichtigung des in Abschnitt 3.1 beschriebenen Hintergrundes und der in Abschnitt 3.2.1 aufgeführten Zielsetzungen soll der Auftragnehmer die nachstehenden Aktivitäten anhand eines zweistufigen Zeitplans erledigen:

Stufe 1 (5 Monate):

- Kritische Durchsicht der Fachliteratur (2000-2008) in den verschiedenen Ländern, auf die sich die Studie bezieht (siehe Abschnitt 3.3).
- Ermittlung der Merkmale der in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätigen Unternehmen, insbesondere in Abgrenzung zu anderen Wirtschaftszweigen. Dabei soll der Auftragnehmer aufzeigen, welche Merkmale in allen Wirtschaftszweigen präsent sind, und welche ggf. nur auf einige dieser Sektoren zutreffen.
- Ermittlung der einschlägigen Herausforderungen für diese Unternehmen, insbesondere die KMU, die verhindern, dass sie voll und ganz an den Vorteilen des Binnenmarkts, der Globalisierung und der Neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (NIKT) teilhaben und Innovation betreiben können. Der Auftragnehmer soll die Herausforderungen beleuchten, die sich all diesen Unternehmen stellen, unabhängig davon, welchem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft sie angehören, und – soweit möglich – auch die eher in einzelnen Bereichen bestehenden Schwierigkeiten herausarbeiten. Beispiel: Der Auftragnehmer befasst sich mit den Herausforderungen im Bildungsbereich (Managementkompetenzen) und mit Punkten wie Stärkung des Unternehmergeistes, Verfügbarkeit von Risikokapital, Zugang zu Kapital, Zugang zum Markt, Zugang zu neuen Technologien, Zugang zu F&E-Mitteln, Zugang zu Auslandsmärkten, Verfügbarkeit geeigneter personeller Ressourcen, Notwendigkeit neuer Geschäftsmodelle usw.
- Analyse der (insbesondere ordnungspolitischen) Rahmenbedingungen, die sich auf die Entwicklung dieser Unternehmen auswirken bzw. Zugangsbarrieren darstellen, und Untersuchung des Zugangs zu Fördermitteln.

Stufe 2 (3 Monate):

- Vorschlag einer Typisierung der nationalen und europäischen Mechanismen zur Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft (Zugang zu Förderungen, Bewilligung von Chancenkapitalfonds,

Förderung der Risikoübernahme und Innovationsförderung, Programm zur Entwicklung von Managementkompetenzen, Unterstützung der Digitalisierung usw.), um diese anschließend einer Analyse zu unterziehen und gute Praktiken aufzuzeigen. Dabei soll keine vollständige Liste der in allen untersuchten Ländern bestehenden Mechanismen erstellt, sondern eine kritische Beschreibung der verschiedenen Ansätze vorgenommen werden.

- Von der Analyse ausgehende Erarbeitung der Art von Maßnahmen, die erforderlich wären, um ein für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft, insbesondere für die KMU, günstiges Umfeld zu schaffen, damit diese voll und ganz zum Binnenmarkt und zur Lissabon-Strategie beitragen können.
- Vorlage von Optionen/Empfehlungen, die an die nationalen bzw. gemeinschaftlichen Behörden gerichtet sind, wobei die besonderen, zugleich kulturellen/kreativen und wirtschaftlichen Komponenten der betroffenen Sektoren zu berücksichtigen sind.

3.3. Leistungen

3.3.1. Abzudeckendes geographisches Gebiet

Um seine Aufgaben erfolgreich zu erledigen, befasst sich der Auftragnehmer mit den Praktiken in allen 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union.

Da die Analyse einen geographischen Querschnitt ergeben soll, kommt es nicht darauf an, dass der Auftragnehmer systematisch alle erfassten Länder bearbeitet, um eine länderspezifische Übersicht zu erstellen, sondern dass er eine Methode vorschlägt, mit der der verschiedene „Ländertypen“ anhand unterschiedlicher Kriterien (relative Bedeutung der entsprechenden Wirtschaftszweige, Größe des Landes bzw. seines Sprachgebiets usw.) dargestellt werden können. In diesem Zusammenhang kann der Auftragnehmer sinnvollerweise alle Länder erfassen, die eine spezielle Politik im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft haben.

Auch vorbildliche Beispiele aus anderen Teilen der Welt, insbesondere aus OECD-Ländern, können vorgestellt werden.

3.3.2. Spezifische Maßnahmen

Im Rahmen der Studie soll der Auftragnehmer:

- ein Experten- und Korrespondententeam zusammenstellen und leiten, das sämtliche von der Studie erfassten Sektoren und Länder abdeckt und über die notwendigen wissenschaftlichen, akademischen und technischen Voraussetzungen verfügt, um alle gestellten Fragen zu beantworten;
- sämtliche Literatur einsehen, die zu dem Thema der Studie (für den Zeitraum 2000-2008) in den entsprechenden Ländern bereits vorliegt, einschließlich eventueller statistischer Erhebungen;
- mithilfe von Interviews und sonstigen geeigneten Maßnahmen (Fallstudien, Erhebungen, Umfragen, Workshops usw.) alle Informationen und Daten zusammentragen, die für das Erreichen der in Abschnitt 3.2 genannten Ziele notwendig sind;
- die auf diese Weise zusammengetragenen Informationen auswerten, um die in Abschnitt 3.2 beschriebenen Ziele und Ergebnisse zu erreichen;
- wenigstens zwei Validierungsworkshops zu Beginn von Stufe 2 (mit Vertretern der Zivilgesellschaft

und mit Sachverständigen der Mitgliedstaaten) abhalten, um die Richtigkeit seiner Analysen und der ersten vorläufigen Schlussfolgerungen zu überprüfen, wobei jede Gruppe aus etwa 30 Personen bestehen soll, die aufgrund ihres repräsentativen Charakters und ihrer Kenntnis des Sektors nach den vom Bieter in seinem Angebot zu bestimmenden Bedingungen ausgewählt werden, und die Kosten für die Veranstaltung dieser Workshops aus den der Studie zugewiesenen Haushaltsmitteln bestritten werden sollen;

- die in Abschnitt 3.5 und 3.6 genannten Berichte (Anfangs-, Zwischen- und Abschlussbericht) sowie eine PowerPoint-Präsentation mit +/- 15 Folien fristgerecht erstellen und der Agentur vorlegen;
- nach Aufforderung durch die Kommission vor den Vertretern der Mitgliedstaaten bzw. anderen Interessengruppen die Ergebnisse präsentieren.

3.4. Mittelbedarf

3.4.1. Personal

Der Auftraggeber schätzt den für die zufriedenstellende Erledigung der Aufgaben notwendigen Personalbedarf auf 500 Personentage. Der Bieter kann jedwede Ressourcenverteilung vorschlagen, die ihm zur Erreichung der vorgegebenen Ziele erforderlich scheint.

In seinem Angebot schlägt der Bieter ein Team aus Hauptsachverständigen vor, von denen einer die Funktion des Projektleiters übernimmt.

Als „Hauptsachverständige“ werden alle Sachverständigen bezeichnet, die bei der Ausführung des Auftrags eine Schlüsselrolle spielen. In seinem Angebot bestimmt der Bieter die Anzahl der Hauptsachverständigen und Berater, die zur Bearbeitung aller von der Studie erfassten Fragen und Länder notwendig sind. Die im Rahmen dieses Vertrages bestehenden Anforderungsprofile der Hauptsachverständigen sind nachstehend definiert.

Dabei muss sich nicht jedes Profil unbedingt mit einer einzigen Person decken. Ein und derselbe Sachverständige kann im Rahmen des Projekts mehrere Funktionen wahrnehmen, wenn er über ausreichende Kenntnisse und Erfahrungen verfügt. Umgekehrt können sich zwei oder mehrere Sachverständige eine Funktion teilen, wenn dies nach Auffassung des Bieters am effektivsten ist, um das angestrebte Ziel zu erreichen. Das vom Bieter vorgeschlagene Team sollte in jedem Fall über alle nachstehend aufgeführten Fähigkeiten und Erfahrungen verfügen:

Profil des Hauptsachverständigen - und Projektleiters

Qualifikationen und Fähigkeiten

Abgeschlossenes Hochschulstudium. Ausgezeichnete Projektplanungs- und Projektmanagementkompetenzen. Ausgezeichnete mündliche und schriftliche Kommunikationsfähigkeiten. Fähigkeit, ein Team zusammenzustellen und zu leiten.

Berufserfahrung

Gründliche theoretische und praktische Kenntnis des Kultur- und Kreativsektors in Europa, insbesondere seiner unternehmerischen Komponente. Umfassende Erfahrung im Umgang mit ähnlichen Untersuchungen auf internationaler Ebene.

Profil der übrigen Hauptsachverständigen

Qualifikationen und Fähigkeiten

Abgeschlossenes Hochschulstudium. Ausgezeichnete Projektdurchführungskompetenzen. Ausgezeichnete schriftliche Kommunikationsfähigkeiten. Fähigkeit zur Durchsicht und Analyse von Fachliteratur.

Berufserfahrung

Gründliche und aktuelle theoretische und praktische Kenntnis des Kultur- und Kreativsektors in Europa, insbesondere seiner unternehmerischen Komponente. Umfassende Erfahrung im Umgang mit ähnlichen Untersuchungen auf internationaler Ebene.

Die Mitglieder des Teams müssen auch eine relativ breit gefächerte sprachliche Kompetenz vorweisen können, damit sie sich einen ausreichenden Überblick über die Probleme des in den Vertrag einbezogenen geographischen Raums verschaffen können.

3.4.2. Vom Auftragnehmer bereitzustellende Mittel

Der Auftragnehmer sorgt dafür, dass die Sachverständigen die notwendige Unterstützung und die erforderlichen Mittel erhalten, insbesondere Verwaltungs-, Sekretariats-, Übersetzer- und Dolmetscherdienste, damit sie sich voll und ganz auf ihre Aufgaben konzentrieren können.

3.5. Methodische Hinweise

3.5.1 Ort

Abgesehen von den für die Datenerhebung und -analyse erforderlichen Dienstreisen sind die Aufgaben in den Räumlichkeiten des Auftragnehmers durchzuführen.

Der Auftragnehmer hat sich indes zu Beginn der Studie sowie zur Vorlage der Anfangs-, Zwischen- und Abschlussberichte des Projekts beim Lenkungsausschuss in Brüssel einzufinden.

3.5.2 Zeitplan

Die nachstehende Tabelle beschreibt den geplanten zeitlichen Ablauf:

Zeitlicher Rahmen (ab Projektbeginn)	Zu erstellendes Dokument/Aktion
Einige Tage nach Projektbeginn	Teilnahme des Auftragnehmers an einer Auftaktsitzung mit dem Lenkungsausschuss in Brüssel, um die grobe Richtung der Studie und bei Bedarf die Methodik zu präzisieren.
Nach spätestens 6 Wochen	Auftragnehmerseitige Erstellung eines Vorberichts zur Vorlage beim Lenkungsausschuss in Brüssel.
Am Ende des 5. Monats	Auftragnehmerseitige Erstellung eines Zwischenberichts zur Vorlage beim Lenkungsausschuss in Brüssel.
Am Ende des 8. Monats	Auftragnehmerseitige Erstellung eines vorläufigen Abschlussberichts zur Vorlage beim Lenkungsausschuss in Brüssel.
Im Lauf des 10. Monats	Auftragnehmerseitige Fertigstellung des Abschlussberichts , der binnen 15 Kalendertagen ab Zusendung der Anmerkungen des Lenkungsausschuss in Papierfassung und in elektronischer Form zu übermitteln ist.

3.6. Berichte

3.6.1. Erstellung und Vorlage der technischen Berichte

Sämtliche Berichte sind der Agentur (siehe Abschnitt 1.2) in sechsfacher Ausfertigung in Papierfassung und zusätzlich in elektronischer Form zu übermitteln. Das für elektronische Dateien vorgeschriebene Format ist Microsoft ® Word for Windows.

Die Berichte sind auf Englisch abzufassen, die Zusammenfassung des Abschlussberichts auf Deutsch, Englisch und Französisch. Die Berichte sind so zu verfassen, dass sie von der Europäischen Kommission eventuell an ein größeres Publikum verbreitet werden können (sprachlich und stilistisch einwandfrei).

Die Fristen, innerhalb derer die Agentur zu den einzelnen Berichten Stellung nehmen kann, sind in den Abschnitten 3.6.2 bis 3.6.4 festgelegt. Legt die Agentur bis zum Ablauf einer Frist keine Anmerkungen vor, gilt der entsprechende Bericht als angenommen.

Binnen 15 Tagen nach Erhalt der Anmerkungen der Agentur legt der Auftragnehmer die endgültige Fassung vor, in die er diese Anmerkungen sorgfältig eingearbeitet hat; trägt er diesen Anmerkungen keine Rechnung, so muss er dies im Einzelnen begründen. Bei nicht ausreichender Berücksichtigung der Anmerkungen kann die Agentur den Auftragnehmer auffordern, den Bericht so lange zu ändern, bis sie damit zufrieden ist.

3.6.2. Vorbericht

Der Vorbericht ist in englischer Sprache abzufassen und spätestens sechs Wochen nach Inkrafttreten des Vertrags vorzulegen. Die Agentur nimmt dazu binnen 30 Kalendertagen nach Erhalt Stellung.

Der Bericht umfasst mindestens die folgenden Bestandteile:

- 1 eine Darstellung der Studienschwerpunkte und der Methodik;
- 2 eine erste Übersicht über die vorhandene Literatur;
- 3 eine Darstellung der vorläufigen Ergebnisse der Stufe 1, um alle erforderlichen Informationen für den Validierungsworkshop zu liefern.

3.6.3. Zwischenbericht

Der Zwischenbericht ist in englischer Sprache abzufassen und spätestens fünf Monate nach Inkrafttreten des Vertrags vorzulegen. Die Agentur nimmt dazu binnen 30 Kalendertagen nach Erhalt Stellung.

Der Bericht umfasst mindestens die folgenden Bestandteile:

- umfassende Angaben zum Stand des Projekts und zu den Maßnahmen, die getroffen wurden, um die in Abschnitt 3.2 genannten Ergebnisse zu erreichen;
- eine Beschreibung eventuell aufgetretener Probleme, der gefundenen bzw. vorgeschlagenen Lösungen und der Auswirkungen auf die Projektarbeiten;
- einen vollständigen Überblick über die gesichtete Literatur;
- Einzelheiten zum Zeitplan und zur Methodik, aufgrund derer die Aufgaben erledigt werden sollen.

3.6.4. Abschlussbericht

Der Abschlussbericht – einschließlich der Studie selbst – ist in englischer Sprache abzufassen. Der Entwurf dieses Berichts ist spätestens 8 Monate nach Inkrafttreten des Vertrags vorzulegen. Die Agentur nimmt dazu binnen 30 Kalendertagen nach Erhalt Stellung.

Der Bericht umfasst mindestens die folgenden Bestandteile:

- umfassende Angaben darüber, welche Aktivitäten zur Erreichung der in Abschnitt 3.2 genannten Ergebnisse erfolgt sind;
- eine Beschreibung der dabei aufgetretenen Probleme, der gefundenen Lösungen und der Auswirkungen auf die Ergebnisse;
- die Studie im eigentlichen Sinne (maximal 150 Seiten plus Anhänge), d. h.:
 - 1 eine zehnsseitige Zusammenfassung, die einer breiten Öffentlichkeit vorgelegt werden kann; diese Zusammenfassung ist in deutscher, englischer und französischer Sprache zu erstellen;
 - 2 eine Erläuterung der verwendeten Methodik;
 - 3 eine Übersicht über alle zu erzielenden Ergebnisse entsprechend Abschnitt 3.2.2;
 - 4 eine PowerPoint-Präsentation in englischer Sprache im Umfang von +/- 15 Folien, in der die wichtigsten Ergebnisse und Empfehlungen der Studie zusammengefasst sind.

3.7. Haushaltsmittel

Die für diese Ausschreibung im Haushaltsplan vorgesehenen Mittel betragen zwischen 300.000 und 350.000 EUR, einschließlich aller Ausgaben.

4. BEWERTUNG UND ZUSCHLAGSERTEILUNG

Die Bewertung erfolgt anhand der von den Bietern in ihren Angeboten vorgelegten Informationen, die sie auf die vorliegende Ausschreibung einreichen.

Die Agentur behält sich zudem das Recht vor, andere Informationen aus öffentlichen oder spezialisierten Quellen hinzuzuziehen. Sämtliche Informationen werden vor dem Hintergrund der in der vorliegenden Leistungsbeschreibung festgelegten Kriterien bewertet.

Die Bewertung wird, wie nachfolgend beschrieben, in mehreren Phasen durchgeführt. Nur die Bieter, die die Anforderungen einer Phase erfüllen, rücken in die nächste Bewertungsphase vor. Die letzte Phase beinhaltet die Erteilung des Zuschlags.

Das Bewertungsverfahren besteht aus den folgenden Phasen:

- Ausschluss von Bietern;
- Auswahl von Bietern;
- Bewertung von Bietern anhand der Vergabekriterien:
 - technische Bewertung
 - finanzielle Bewertung
- Zuschlagserteilung.

4.1 Ausschluss von Bietern

Bieter müssen bestätigen, dass sie sich nicht in einer der in den Artikeln 93 und 94 der Haushaltsordnung beschriebenen Situationen befinden. Hierfür müssen Bieter eine ordnungsgemäß unterzeichnete und datierte ehrenwörtliche Erklärung vorlegen, dass **keine** der nachfolgend genannten Situationen auf sie zutrifft. Denn ausgeschlossen werden alle Bieter,

- (a) die sich im Konkursverfahren, in Liquidation oder unter gerichtlicher Zwangsverwaltung befinden, einen Vergleich mit Gläubigern geschlossen haben oder ihre gewerbliche Tätigkeit eingestellt haben oder gegen die diesbezügliche Verfahren laufen oder die sich aufgrund eines in den einzelstaatlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften vorgesehenen gleichartigen Verfahrens in einer vergleichbaren Lage befinden;
- (b) die aufgrund eines rechtskräftigen Urteils aus Gründen bestraft worden sind, welche ihre berufliche Zuverlässigkeit infrage stellen;
- (c) die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit eine schwere Verfehlung begangen haben, die vom Auftraggeber nachweislich festgestellt wurde;

- (d) die ihrer Pflicht zur Entrichtung von Sozialversicherungsbeiträgen, Steuern oder sonstigen Abgaben nach den Rechtsvorschriften des Landes ihrer Niederlassung, des Landes des öffentlichen Auftraggebers oder des Landes der Auftragserfüllung nicht nachgekommen sind;
- (e) die im Zuge der Mitteilung der von der Vergabestelle verlangten Auskünfte falsche Erklärungen abgegeben haben;
- (f) die rechtskräftig wegen Betrug, Korruption, Beteiligung an einer kriminellen Vereinigung oder einer anderen gegen die finanziellen Interessen der Gemeinschaften gerichteten Handlung verurteilt worden sind;
- (g) bei denen im Zusammenhang mit einem anderen Auftrag oder einer Finanzhilfe aus dem Gemeinschaftshaushalt eine schwere Vertragsverletzung wegen Nichterfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen festgestellt worden ist.

Bei gemeinsamen Angeboten (Bietergemeinschaften) muss jedes Mitglied der Bietergemeinschaft die erforderlichen Unterlagen vorlegen. Die Ausschlusskriterien gelten für jedes Mitglied der Bietergemeinschaft einzeln sowie für die Bietergemeinschaft als Ganzes.

Der Bieter, der den Zuschlag erhält, muss in dem von der Vergabestelle vorgegebenen Zeitrahmen und vor Unterzeichnung des Vertrags die Nachweise vorlegen, die die im ersten Abschnitt genannte Erklärung untermauern.

4.2 Auswahl von Bietern

4.2.1 Fachliche Leistungsfähigkeit

Zum Zweck der Bewertung der fachlichen Leistungsfähigkeit des Bieters müssen folgende Informationen vorgelegt werden:

- Name des Unternehmens;
- Datum der Gründung des Unternehmens;
- Exemplar der Satzung der Gesellschaft;
- Eintrag in das Unternehmensregister;
- Umsatzsteuer-Identifikationsnummer;
- Aktivitäten des Unternehmens;
- Zusammensetzung des Vorstands;
- von einer zuständigen Behörde im Land des Bieters ausgestellte Bescheinigung, die nicht älter als 90 Tage ist und aus der hervorgeht, dass dessen Situation in Bezug auf Steuer- und Sozialversicherungsverbindlichkeiten in Ordnung ist.

Bei einer Bietergemeinschaft müssen alle Mitglieder die erforderlichen Informationen vorlegen.

4.2.2 Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit

Zum Zweck der Bewertung der finanziellen Leistungsfähigkeit des Bieters müssen folgende Informationen vorgelegt werden:

- Bilanzen sowie Gewinn- und Verlustrechnung für die vorangegangenen zwei Jahre;
- eine Erklärung einer Bank zur finanziellen Situation des Bieters.

Bei einer Bietergemeinschaft müssen alle Mitglieder die erforderlichen Informationen vorlegen.

4.2.3. Technische Leistungsfähigkeit

Der Bieter muss die folgenden Kriterien erfüllen:

- Umfassende Kenntnis des Kultursektors (Kulturwirtschaft und Kulturpolitik) für alle von der Studie abzudeckende Länder oder Fähigkeit zur Bildung eines entsprechenden Teams;
- Erfahrung in der Durchführung vergleichbarer Studien.

Um eine Bewertung der technischen Leistungsfähigkeit des Bieters zu ermöglichen, sind folgende Informationen einzureichen:

- Erfahrung, Qualifikationen und Berufserfahrung für das Vollzeitpersonal des Bieters:
 - Anzahl der Vollzeitbeschäftigten des Bieters;
 - Auflistung der Personals, das zur Durchführung der unter Abschnitt 3.3 dieser Ausführung genannten Spezifikationen fähig ist, unter Anführung ihrer Erfahrung, Fertigkeiten, Sprachkenntnissen und Beilage ihrer Lebensläufe;
 - Präsentation der einschlägigen Informationen, die die Fähigkeiten und Erfahrung des verfügbaren Personals belegen, die in dieser Ausschreibung beschriebenen Aufgaben zu erfüllen, und Nachweis, dass sie über die für die Erbringung der Leistung erforderlichen fachlichen Fertigkeiten sowie über die entsprechenden Sprachkenntnisse verfügen;
- Besitz der erforderlichen Fertigkeiten und mindestens dreijährige einschlägige Erfahrung in den relevanten Tätigkeiten oder in der Lieferung von Dienstleistungen oder Produkten, wie sie Gegenstand dieser Ausschreibung sind. Diesbezüglich sind folgende Unterlagen einzureichen:
 - Beispiele von ähnlichen Projekten wie die Gegenstand dieser Ausschreibung bildenden Dienstleistungen und Produkte, unter Angabe, wie Ihre Firma vergleichbare Projekte in der Vergangenheit durchgeführt hat. Falls Sie nur einen Teil der Arbeit als Hauptauftragnehmer durchgeführt haben, geben Sie bitte an, wie der andere Teil an Unterauftragnehmer vergeben wurde;
 - Referenzen von Kunden Ihrer Firma;
 - eine Liste der Kunden, für die Sie in den letzten drei Jahren gearbeitet haben.

Im Falle von Unterauftragsvergabe geben Sie bitte den Anteil an, den der Bewerber eventuell im Rahmen von Unterverträgen vergibt und benennen Sie diesbezüglich schriftlich die vorgeschlagenen Unterauftragnehmer und ihre Vereinbarungen.

Im Falle eines Konsortiums müssen alle Partner die erforderlichen Informationen vorlegen.

4.3. Bewertung der Angebote

Die Angebote werden anhand der nachstehenden Kriterien bewertet (Artikel 53 der Richtlinie 2004/18/EG).

Die technische und finanzielle Bewertung erfolgt jeweils ausgehend von 100 Punkten. Den Zuschlag erhält der Bieter, dessen Angebot das beste Preis-Leistungs-Verhältnis aufweist.

4.3.1. Technische Bewertung

- Methodik (50 Punkte)
 - Plausibilität und Konsistenz des Forschungsprojekts
 - Plausibilität der Datenerhebungstechniken
 - Plausibilität der Datenanalysetechniken

Diese Bewertung wird auf der Grundlage einer vom Bieter einzureichenden Methodik bewertet, in der dieser darlegt, wie er die in Abschnitt 3 dargelegten Ziele und Ergebnisse zu erreichen beabsichtigt; dabei ist besonders auf folgende Aspekte einzugehen: Zeitplan, Arbeitsorganisation, personelle Aufteilung der verschiedenen Aufgaben, Abschätzung der voraussichtlich zu erwartenden Schwierigkeiten und Ergebnisse, Erläuterung des Zwecks und der Art der zu übernehmenden Aufgaben.

- Projektmanagement (40 Punkte)
 - Entsprechung des Profils der Teammitglieder und der ihnen zugewiesenen Aufgaben sowie angemessene Bearbeitung aller in Abschnitt 3 angeführten Punkte
 - Klarheit der Ziele und Meilensteine
 - Rationelle Ressourcenzuweisung

Bei der Bewertung dieses Kriteriums werden insbesondere die Entsprechung des Profils der Teammitglieder und der ihnen zugewiesenen Aufgaben sowie die angemessene Bearbeitung aller in Abschnitt 3 angeführten Punkte, die Klarheit der Ziele und Meilensteine und die Ressourcenzuweisung berücksichtigt.

- Qualität der geographischen Abdeckung (10 Punkte).

Die vorstehenden Kriterien werden wie folgt bewertet:

Angebote, die mindestens 65 von 100 Punkten und mindestens 50 % der für die einzelnen Kriterien vergebenen Punkte erzielen, werden in die Liste der technisch akzeptablen Angebote aufgenommen und anschließend einer finanziellen Bewertung unterzogen.

4.3.2 Finanzielle Bewertung

Die Punkte für die zur Teilnahme an der finanziellen Bewertung zugelassenen Bieter werden wie folgt vergeben:

- Der Bieter mit dem günstigsten Angebot erhält 100 Punkte;

Die Punkte der anderen Bieter werden nach folgender Formel berechnet: (Preis des niedrigsten Angebots/Preis des jeweiligen Bieters) x 100.

4.4 Zuschlagserteilung

Den Zuschlag erhält das Angebot mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Dieses wird wie folgt ermittelt:

- durch Multiplikation des Ergebnisses der technischen Bewertung (Anzahl der Punkte) mit 0,5;
- durch Multiplikation des Ergebnisses der finanziellen Bewertung (Anzahl der Punkte) mit 0,5.

Die beiden Ergebnisse werden addiert, und das Angebot, das am Ende dieses Prozesses die höchste Punktzahl erreicht, erhält den Zuschlag.

5. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN FÜR DIE ERTEILUNG DES ZUSCHLAGS

5.1. Vertrag

Der Vertrag wird in Form eines Dienstleistungsvertrags geschlossen. Er beruht auf dem Mustervertrag im Anhang zu dieser Leistungsbeschreibung und wird durch das ausgewählte Angebot, für das die allgemeinen Bedingungen des beigefügten Mustervertrags gelten, entsprechend angepasst und ergänzt.- Der Vertrag wird von bevollmächtigten Vertretern der Agentur und des Bieters unterzeichnet.

Bei einer Bietergemeinschaft wird der Vertrag vom federführenden Unternehmen im Namen aller Mitglieder der Bietergemeinschaft unterzeichnet. Jedes Mitglied der Bietergemeinschaft muss eine Vollmacht ausstellen, in der es der Unterzeichnung des Vertrags durch das federführende Unternehmen zustimmt.

5.2. Keine Verpflichtung zur Auftragsvergabe

Die Einleitung eines Ausschreibungsverfahrens verpflichtet die Agentur nicht zur Vergabe eines Auftrags. Nicht berücksichtigte Bieter können gegenüber der Agentur keine Entschädigungsansprüche geltend machen.

Dies gilt auch dann, wenn die Agentur auf die Auftragsvergabe verzichtet.

5.3. Anhänge

Folgende Dokumente werden diesen Spezifikationen beigelegt und bilden einen integralen Bestandteil der Ausschreibung:

- Anhang 1: Mustervertrag (zu Informationszwecken)*
- Anhang 2: Informationen für Bieter/Unterauftragnehmer (jeweils in einer Abschrift vom Bieter und von jedem Unterauftragnehmer auszufüllen und zu unterzeichnen)*
- Anhang 3: Preis und geschätzte Aufgliederung des Haushaltes (vom Bieter auszufüllen und zu unterzeichnen)*
- Anhang 4: Zertifizierung bezüglich der Ausschlusskriterien (vom Bieter auszufüllen und zu unterzeichnen)*