

Leistungsbeschreibung und Wertung

Dienstleistungskonzession

**Herstellung, Vertrieb und Vermarktung des Dresdner
Amtsblattes mit Option zur gleichzeitigen Vermarktung des
städtischen Internetauftritts**

Teil A: Gegenstand der Konzession

1. Dresdner Amtsblatt

Das Dresdner Amtsblatt ist eine von der Landeshauptstadt Dresden herausgegebene Printpublikation. Damit informiert die Stadt die Dresdnerinnen und Dresdner über Dienstleistungen, Angebote und die Arbeit der Stadtverwaltung. Es ist eine wichtige Informationsquelle für Ausschreibungen der Stadtverwaltung und amtliche Informationen.

Das Dresdner Amtsblatt erscheint derzeit in einer Auflage von 25.000 Stück und wird an rund 600 Auslagestellen im gesamten Stadtgebiet verteilt. Außerdem ist es unter www.dresden.de/amtsblatt als barrierefreie PDF-Datei verfügbar. Zielgruppe sind alle Bürgerinnen und Bürger der Stadt sowie Unternehmen, Dienstleister und Behörden.

Zum Dresdner Amtsblatt gehören redaktioneller und amtlicher Teil (beide in einem Bund zusammengefasst), städtische Beilagen und Sonderausgaben. Der durchschnittliche Umfang, der netto (ohne Anzeigen) für die Landeshauptstadt Dresden zur Verfügung steht, beträgt normalerweise zwischen zwölf und 24 Seiten pro Ausgabe. Der Gesamtumfang des Amtsblattes (redaktioneller und amtlicher Teil inkl. Anzeigen) beträgt im Durchschnitt 32 Seiten pro Ausgabe. Bei den angegebenen Seitenzahlen handelt es sich um Durchschnittsmengen auf Grundlage von Analysen der vergangenen Jahre. Diese Zahlen können somit Schwankungen unterliegen. Ein Anspruch auf verpflichtendes Auftragsvolumen gegenüber dem Konzessionsnehmer ergibt sich daraus nicht.

1.1 Redaktioneller Teil

Der redaktionelle Teil enthält Texte, Bilder und Grafiken, die über die Arbeit der Stadtverwaltung in verschiedenen Themenbereichen, wie Stadtentwicklung, Baustellen, Wirtschaft, Kultur, Gesundheit, Soziales, Umwelt und Sport berichten.

1.2 Amtlicher Teil

Das Dresdner Amtsblatt ist das amtliche Mitteilungsblatt der Landeshauptstadt Dresden. Darin werden öffentliche Bekanntmachungen der Landeshauptstadt Dresden veröffentlicht (vgl. geltende Bekanntmachungssatzung). Der amtliche Teil enthält die öffentlichen Bekanntmachungen der Landeshauptstadt Dresden in Form von Texten und Abbildungen (Pläne u. ä.).

1.3 Städtische Beilagen

Einmal im Monat liegt dem Dresdner Amtsblatt der Seniorenkalender „PlusZeit“ bei, der Terminhinweise auf Veranstaltungen für Senioren veröffentlicht. Darüber hinaus liegen dem Amtsblatt in unregelmäßigen Abständen weitere Beilagen bei, die Kontaktdaten und Terminhinweise zu bestimmten Themen enthalten. Beispiele sind der Wegweiser durchs Rathaus, der Krisenwegweiser und der Gesundheitswegweiser.

1.4 Sonderausgaben

Sonderausgaben sind eigenständige Printpublikationen, die vom Konzessionsnehmer unter eigener redaktioneller Federführung zu besonderen Themen und Anlässen mit dem Dresdner Amtsblatt herausgegeben werden können. Im Einzelnen sind das zurzeit

- Stadtfest-Zeitung
- Striezelmarkt-Zeitung

Sonderausgaben sind in Gestaltung und Bezeichnung so anzufertigen, dass sich diese erkennbar von den Ausgaben des Dresdner Amtsblattes unterscheiden. Die Wort-Bild-Marke Dresdner Amtsblatt darf nicht genutzt werden. Die Landeshauptstadt Dresden, genauer das Amt für Wirtschaftsförderung, unterstützt den Konzessionsnehmer inhaltlich bei der Herstellung der Striezelmarkt-Zeitung.

1.5 Erscheinungsweise

Das Dresdner Amtsblatt erscheint in der Regel einmal wöchentlich (zurzeit donnerstags; sofern der Donnerstag ein Feiertag ist, erscheint es am folgenden Freitag). Während der Sommerpause des Stadtrates erscheint es 14-tägig. Somit erscheinen im Jahr ca. 47 Ausgaben. Genauer wird vorab in einem Jahresplan festgelegt.

1.6 Online-Ausgabe des Dresdner Amtsblattes

Die Landeshauptstadt Dresden betreibt auf www.dresden.de/amtsblatt Internetseiten, auf denen das Dresdner Amtsblatt elektronisch abgerufen werden kann und redaktionelle Beiträge in identischer oder abgewandelter Form veröffentlicht werden. Darüber hinaus sind keine weiteren Internetseiten zum Dresdner Amtsblatt zugelassen.

1.7 Vermarktung / Werbung

Im redaktionellen Teil, im amtlichen Teil, in städtischen Beilagen und in Sonderausgaben (siehe Punkte 1.1., 1.2., 1.3. und 1.4.) können bezahlte Anzeigen veröffentlicht werden. Werbung kann auch in Form von losen Werbeeinlagen ins „Dresdner Amtsblatt“ eingelegt werden.

2. Option: Internetauftritt der Landeshauptstadt Dresden www.dresden.de

Der städtische Internetauftritt ist das offizielle Service- und Informationsportal der Landeshauptstadt Dresden. Als erste Anlaufstelle für Informationen der Stadtverwaltung und städtischer Einrichtungen beleuchtet es Themen von A wie Abfall bis Z wie Zoo. Städtische Einrichtungen und Ämter informieren auf rund 30.000 Seiten zu ihren Themen. Sie kommunizieren hier ihre Leistungen und Angebote, Öffnungszeiten und Adressen.

Im Jahr 2019 wurden die Seiten unter www.dresden.de rund 17 Millionen Mal angesehen. Eine detaillierte Übersicht der Aufrufzahlen ist als Anlage „Statistiken dresden.de 2020“ beigefügt.

Für die Zielgruppen Bürger, Unternehmern und Touristen erfüllt der vier Grundfunktionen:

- **Verwaltungsportal**
 - Als zentrales Dienstleistungsportal der Verwaltung ist das Alleinstellungsmerkmal von dresden.de, dass hier alle Informationen rund um sämtliche mögliche Behördengänge sowie zur Dresdner Stadtverwaltung selbst verfügbar sind. Die Bürger finden hier Adressen und Öffnungszeiten ebenso wie angebotene Dienstleistungen der Verwaltung. Diese Position wird weiter ausgebaut und gestärkt. Das Gesetz zur Verbesserung des Onlinezugangs zu Verwaltungsleistungen (Onlinezugangsgesetz – OZG) verpflichtet die Stadt Dresden, wie alle Behörden in Deutschland, bis Ende 2022 ihre Verwaltungsleistungen vollständig digital anzubieten.
 - Darüber hinaus ist dresden.de die zentrale Plattform zur Information und Durchführung der digitalen Formate zur Bürgerbeteiligung. Konkrete Angebote sind E-Petition oder Online-Beteiligungen. Diese Angebote sind in den letzten Jahren stark gewachsen und werden häufig genutzt.
- **Informationsportal**
 - Neben der Funktion als Verwaltungsportal ist dresden.de auch erste Quelle für Informationen beispielsweise über:
 - Aktivitäten der Stadtverwaltung
 - aktuelle Nachrichten zu städtischen Bauprojekten
 - Stellenangebote der Landeshauptstadt Dresden
 - Offenlagen
 - Wahlen oder
 - auch vertiefenden Informationen zu diskutierten städtischen Vorhaben.
 - In Katastrophenfällen – wie z. B. Hochwasser – ist dresden.de zentrale örtliche Informationsquelle.
- **Serviceportal**
 - Über dresden.de bietet die Stadtverwaltung zunehmend digitale Services für Bürger und Unternehmen an, z. B. den E-Parkschein, die Online-Registrierung für Straßenkünstler sowie zahlreiche Datenbanken (z. B. Schulen, Kitas, Mietspiegel)
 - Zusätzlich zu den Angeboten der Stadtverwaltung finden sich auf dresden.de Informationen zu Freizeit, Arbeit und Leben in der Stadt.
- **Imageträger**
 - Das städtische Internetportal dient schließlich auch der Präsentation der Stadt und ist ein digitales Aushängeschild. Schönheit und Geschichte spiegelt die Website durch den großzügigen Einsatz von Bildern. Bilder, Texte und Inhalte zeigen zudem die hohe Lebensqualität. Die wichtigen Standortfaktoren wie Kultur, Bildung und Familie, innovative Wissenschaft und Wirtschaft sowie Internationalität spielen redaktionell eine wichtige Rolle. Mit einer gut strukturierten, ansprechend gestalteten und aktuellen Internetseite gewinnt das Image der Stadtverwaltung.

Für 2021 plant die Landeshauptstadt Dresden einen Refresh der städtischen Internetseiten. Design, Nutzerführung und Technologien sollen verbessert werden. Im Rahmen dessen könnten auch Anforderungen an die Vermarktung berücksichtigt werden.

2.1 Vermarktung / Werbung

Dresden.de und die dazu gehörenden Portale verfügen über Plätze, an denen Anzeigen erscheinen können. Vermarktet werden können:

- www.dresden.de
- striezelmarkt.dresden.de

- jugendinfoservice.dresden.de
- sauber.dresden.de
- welcome.dresden.de
- bibo.dresden.de

Folgende Teilbereiche, Themen und Portale sind jedoch prinzipiell von der Vermarktung ausgenommen:

- „Online-Rathaus“ → Alle Seiten mit Informationen zu Dienstleistungen der Stadtverwaltung und Kontakt- sowie Strukturdaten
- Amtliche Bekanntmachungen
- Ausschreibungen
- Oberbürgermeister und Bürgermeister
- Stadtrat
- Pressemitteilungen
- Wahlen
- gegebenenfalls weitere Inhalte, die hoheitliche Bereiche betreffen (individuelle Abstimmung)
- Notfallseiten
- Tourismus: www.dresden.de/tourismus
- 13. Februar: 13februar.dresden.de
- Jugendgerichtshilfe: jugendgerichtshilfe.dresden.de
- Alle aktuellen und zukünftigen Portale und Anwendungen, mit denen Online-Dienstleistungen der Stadtverwaltung in Anspruch genommen werden können (z. B. Terminvereinbarungen, Knöllchen, Anhörung Bußgeld, Formularserver, Umfragen, Kataloge des Stadtarchivs usw.)

Neue Dienstleistungen oder Plattformangebote auf www.dresden.de sowie technische Weiterentwicklungen zur Verbesserung des Service-Levels werden nicht automatisch Teil der Vermarktung. Hierzu erfolgt eine Einzelfallbetrachtung, ob und unter welchen Voraussetzungen bzw. in welcher Form eine Vermarktung erfolgt.

Die Einbindung eines touristischen Buchungssystems ist dem offiziellen Tourismus-Dienstleister der Landeshauptstadt Dresden vorbehalten. Andere touristische Buchungssysteme dürfen auf dresden.de nicht beworben werden.

3. Leistungen und Rechte

3.1 Leistungen der Landeshauptstadt Dresden

3.1.1 Amtsblatt

Der wesentliche Bestandteil der Leistungen der Landeshauptstadt Dresden ist die Erstellung aller Inhalte des redaktionellen und amtlichen Teils (beides inklusive Satz) und der städtischen Beilagen (exklusive Satz) des Dresdner Amtsblattes, außer Anzeigen.

Die Landeshauptstadt Dresden erstellt einen Jahresplan für die Erscheinungstermine des Dresdner Amtsblattes, den sie dem Konzessionsnehmer bis zum Beginn des betreffenden Kalenderjahres zur Verfügung stellt. Die Erscheinungstermine sind weitestgehend verbindlich. Zudem erstellt die Landeshauptstadt Dresden wöchentlich Redaktionspläne mit den Themen der jeweils kommenden Ausgabe.

3.1.2 Option: dresden.de

Die Landeshauptstadt Dresden oder von ihr beauftragte Dritte betreiben dresden.de technisch und erstellen alle redaktionellen Inhalte. Der Konzessionsnehmer erhält einen Zugang, über den er selbstständig Anzeigen und der Vermarktung dienende Inhalte einspielen kann.

Banner können auch von externen Servern (AdServern) eingebunden werden. In diesem Fall ist allerdings der Nachweis der Datenschutzkonformität (insbesondere keine Speicherung kompletter IP-Adressen) und IT-Sicherheit entsprechend der Vorgaben der Landeshauptstadt Dresden notwendig. Insbesondere ist sicherzustellen, dass keine verbotenen Inhalte bereitgestellt werden und der Server nicht gezielt gehackt werden kann. Sollten durch den Einsatz von AdServern gegebenenfalls personelle und technische Aufwände für die Landeshauptstadt Dresden oder von ihr zu beauftragende Dritte entstehen, sind diese durch den Konzessionsnehmer zu tragen.

Die Landeshauptstadt Dresden stellt außerdem für die Vermarktung relevante Statistiken zur Verfügung und gibt zu diesem Zweck einen Zugriff auf die im Einsatz befindliche Software frei.

3.2 Leistungen des Konzessionsnehmers

3.2.1 Amtsblatt

Der wesentliche Bestandteil der Leistungen des Konzessionsnehmers sind die Herstellung und Vertrieb des Dresdner Amtsblattes inklusive der möglichen städtischen Beilagen und Sonderausgaben sowie die Zuständigkeit für Anzeigen. Für mögliche Sonderausgaben übernimmt der Konzessionsnehmer zusätzlich die redaktionelle Erstellung.

- (1) **Anzeigen:** Der Konzessionsnehmer übernimmt das Anzeigenmanagement für das Dresdner Amtsblatt, die städtischen Beilagen und Sonderausgaben. Er akquiriert Anzeigenkunden, nimmt ihre Druckdaten entgegen und setzt diese in die von der Landeshauptstadt Dresden gelieferten Dateien.
- (2) **Herstellung:** Der Konzessionsnehmer ist für die Herstellung des Dresdner Amtsblattes, der städtischen Beilagen und der Sonderausgaben entsprechend der zu vereinbarenden Details

zu Auflagenhöhe, Format, Umfang, Farbigkeit und Papier zuständig. Der Konzessionsnehmer übermittelt spätestens am Erscheinungstag per E-Mail oder Download eine weboptimierte, barrierefreie, aktuellen Sicherheits- und Datenschutzstandards entsprechende PDF-Datei, welche die Landeshauptstadt Dresden in ihrem Internetauftritt veröffentlicht.

- (3) **Vertrieb und Versand:** Der Konzessionsnehmer ist für den Vertrieb des „Dresdner Amtsblattes“, der städtischen Beilagen und Sonderausgaben zuständig. Er sorgt dafür, dass diese am Erscheinungstag mindestens an den zu vereinbarenden Auslagestellen ausliegen. Es besteht die Möglichkeit eines Abonnements. Dazu schließen die Abonnenten gesonderte Abonnementverträge mit dem Konzessionsnehmer. Der Konzessionsnehmer ist zum Versand des „Dresdner Amtsblattes“ an die Abonnenten verpflichtet. Der Konzessionsnehmer kann sich die marktüblichen Kosten für die Zustellung von den Abonnenten erstatten lassen.
- (4) **Städtische Beilagen:** Der Konzessionsnehmer übernimmt den Satz der städtischen Beilagen. Die redaktionellen Inhalte liefert die Landeshauptstadt Dresden.
- (5) **Sonderausgaben:** Der Konzessionsnehmer erstellt alle Inhalte (Redaktion, Satz) der Sonderausgaben, übernimmt das Anzeigenmanagement, die Herstellung und den Vertrieb.
- (6) **Satz im Vertretungsfall:** Ist die Landeshauptstadt Dresden aus wichtigen Gründen, insbesondere durch den krankheits- oder urlaubsbedingten Ausfall seiner für das Dresdner Amtsblatt zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, nicht in der Lage, die offenen Daten des fertig gesetzten Dresdner Amtsblattes an den Konzessionsnehmer zu liefern, übernimmt der Konzessionsnehmer den Satz des Dresdner Amtsblattes. In diesem Fall werden alle Inhalte in Form von Textdateien sowie Bild- und PDF-Dateien übergeben. Für sechs Ausgaben des Dresdner Amtsblattes im Jahr übernimmt der Konzessionsnehmer diese Aufgaben für die Landeshauptstadt Dresden kostenfrei. Die Übernahme von Satzleistungen für weitere Ausgaben durch den Konzessionsnehmer ist kostenpflichtig und wird entsprechend der im Rahmen dieses Verfahrens geschlossenen Vereinbarung vergütet.
- (7) **Weiterentwicklung:** Außerdem soll der Konzessionsnehmer die Landeshauptstadt Dresden bei der Weiterentwicklung des Dresdner Amtsblattes unterstützen, damit es auch zukünftig ein attraktiver Werbeträger und leistungsstarker Kommunikationskanal für die Themen der Stadtverwaltung bleibt. Dazu sind seine Vorschläge gefragt.

3.2.2 Option: dresden.de

- (1) **Anzeigen:** Der Konzessionsnehmer akquiriert Anzeigenkunden und spielt Anzeigen auf dresden.de aus. Der Konzessionsnehmer erstellt Mediadaten/Verkaufsprospekte, die er der Landeshauptstadt Dresden zur Kenntnis gibt. Der Konzessionsnehmer stellt Informationen über sich, zur Werbung und zu den Mediadaten auf dresden.de zur Verfügung.

3.3. Vermarktungsrechte

3.3.1 Amtsblatt

Die Landeshauptstadt Dresden überlässt dem Konzessionsnehmer das exklusive, zeitlich begrenzte Recht, Werbeanzeigen im redaktionellen und amtlichen Teil des Dresdner Amtsblattes und in städtischen Beilagen und Sonderausgaben zu verkaufen und damit Einnahmen zu erzielen.

3.3.2 Option: dresden.de

Die Landeshauptstadt Dresden kann im Rahmen der Verhandlungen zu diesem Verfahren dem Konzessionsnehmer zusätzlich das exklusive, zeitlich begrenzte Recht überlassen, Werbeanzeigen auf dem städtischen Online-Portal zu verkaufen und damit Einnahmen zu erzielen.

3.3.3 Vorgaben für die Vermarktung

Es gilt sowohl für die Vermarktung des Dresdner Amtsblattes als auch für die Option dresden.de:

- Bei der Vergabe von Werbeanzeigen ist der allgemeine Gleichheitsgrundsatz zu beachten.
- Werbung und weitere kommerzielle Inhalte sind für den durchschnittlichen Betrachter deutlich wahrnehmbar als Anzeige zu kennzeichnen.
- Die Werbeanzeigen dürfen in Charakter, Inhalt und Platzierung den Interessen der Landeshauptstadt Dresden und dem amtlichen städtischen Charakter des Amtsblattes bzw. von dresden.de nicht widersprechen. Ausgeschlossen sind z. B. politische Werbung jeglicher Art, Werbung für sexuelle Dienstleistungen oder Partnervermittlungen, für Alkohol und andere Suchmittel und für Glücksspiel.
- Nicht zulässig ist Werbung, die gegen die geltenden Bestimmungen der Straf- und Ordnungswidrigkeitsgesetze, des Jugendschutzes, gegen sonstige gesetzliche Vorschriften oder bestehende Urheberrechte verstößt. Diskriminierende, sexistische, jugendgefährdende, volksverhetzende, rassistische und gewaltverherrlichende Werbung ist verboten. Dies gilt auch für Werbung von verbotenen Parteien und Werbung, die vom Deutschen Werberat entsprechend beanstandet wurde.
- Die Landeshauptstadt Dresden erhält quartalsweise Monatsübersichten über die erwirtschafteten Umsätze. Auf Nachfrage sind gegenüber der Landeshauptstadt Dresden detaillierte Nachweise über die Werbebuchungen zu erbringen, aus denen auch die Namen der Anzeigenkunden, die gebuchten Anzeigenformate und die Höhe der Einnahmen hervorgehen.

Für das Dresdner Amtsblatt gilt:

- Der Konzessionsnehmer stellt der Landeshauptstadt Dresden vor Veröffentlichung der nächsten Ausgabe eine Übersicht der geplanten Anzeigen zur Verfügung. In Zweifelsfällen entscheidet die Landeshauptstadt Dresden, ob eine Werbeanzeige ihren Interessen widerspricht.
- Auf Grundlage des eingeräumten Werbevermarktungsrechts erhält der Vertragspartner die Befugnis, Anzeigen in einem Umfang von 40 Prozent zur Gesamtausgabe im Jahresdurchschnitt zu schalten.
- Auf den Titelseiten des Amtsblattes und der städtischen Beilagen dürfen keine Anzeigen erscheinen.

Für die Option dresden.de gilt:

- Sofern ein Vermarktungselement auf www.dresden.de den Interessen der Landeshauptstadt Dresden widerspricht, ist der Konzessionsnehmer verpflichtet, dieses unverzüglich, spätestens aber binnen zwölf Stunden zu entfernen. In besonders dringenden Fällen ist die Landeshauptstadt Dresden berechtigt, Vermarktungselemente, die diesem Vertrag eklatant widersprechen (z. B. politische Werbung oder Werbung für sexuelle Dienstleistungen) sofort eigenständig zu entfernen.
- Auf Grundlage des eingeräumten Werbevermarktungsrechts erhält der Vertragspartner die Befugnis, Anzeigen in einem Umfang von 40 Prozent zum Gesamtauftritt im Jahresdurchschnitt zu schalten.

4. Finanzierung

Für die Bürgerinnen und Bürger sind das Dresdner Amtsblatt und dresden.de kostenfrei.

4.1 Amtsblatt

Die Landeshauptstadt Dresden trägt die vom Konzessionsnehmer im Zuge der Angebotsabgabe veranschlagten **Kosten für die Herstellung und den Vertrieb** des Dresdner Amtsblattes **im Sinne eines jährlichen Festpreises** zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Der Konzessionsnehmer ist verpflichtet diese Aufwendungen darzulegen. Eine Nachfinanzierung durch die Landeshauptstadt Dresden ist ausdrücklich nicht vorgesehen.

Die Landeshauptstadt Dresden trägt die Kosten für den Satz im Vertretungsfall (siehe Teil A, 3.2.1 Aufzählungsnummer (6)) ab der 7. Ausgabe pro Jahr.

Die Landeshauptstadt Dresden partizipiert an den Vermarktungseinnahmen, die der Konzessionsnehmer im Rahmen der mit der Konzession übertragenen Rechte erzielt. Sie erhält eine Garantiesumme sowie darüber hinaus zusätzlich einen Anteil an den die Garantiesumme übersteigenden Einnahmen. Im Rahmen der Angebotsabgabe sind dazu Angaben zu machen.

4.2 Option dresden.de

Der Konzessionsnehmer trägt die Kosten für auf der technischen Infrastruktur von dresden.de notwendige Programmierleistungen und Hardware, soweit diese ausschließlich die Vermarktung betreffen.

Die Landeshauptstadt Dresden partizipiert an den Vermarktungseinnahmen, die der Konzessionsnehmer im Rahmen der mit der Konzession übertragenen Rechte erzielt. Sie erhält eine Garantiesumme sowie darüber hinaus zusätzlich einen Anteil an den die Garantiesumme übersteigenden Einnahmen. Im Rahmen der Angebotsabgabe sind dazu Angaben zu machen.

5. Laufzeit der Konzession

Die Konzession läuft von 1. Juli 2021 bis 31. Dezember 2024.

Die Landeshauptstadt Dresden hat die einseitige Option, den Konzessionsvertrag neun Monate vor Ablauf der Vertragslaufzeit schriftlich per Einschreiben mit Rückschein um **ein Jahr** zu verlängern. Er endet spätestens am 31. Dezember 2025.

B Angebotsabgabe und Ablauf des Vergabeverfahrens

Interessenten können ihr Angebot bis zum **18. April 2021** abgeben. Jeder Bieter muss ein Angebot einreichen, das sowohl Herstellung, Vertrieb und Vermarktung des Dresdner Amtsblattes als auch die **optionale** Vergabe mit Vermarktung von dresden.de abdeckt.

All diese Angebote sind Erstangebote, über die die Landeshauptstadt Dresden im Anschluss mit den Bietern verhandeln kann. Grundlage der Angebote und der Verhandlungen sind die hier beschriebenen Angaben sowie die Vertragsentwürfe der vergangenen Ausschreibungen zum Dresdner Amtsblatt und zu dresden.de (siehe Anlagen).

Es kann dabei über den gesamten Inhalt der Angebote verhandelt werden. **Insbesondere besteht im Rahmen der Verhandlungen die Möglichkeit, dass die Landeshauptstadt Dresden auf die Vergabe der Vermarktungsrechte für www.dresden.de verzichtet und allein die Herstellung und Vermarktung des Dresdner Amtsblattes vergibt.** Sollte dies eintreten, informiert die Landeshauptstadt Dresden alle im Verfahren beteiligten Bieter, die dadurch die Chance erhalten, ein auf Basis dieser Festlegung erstelltes Angebot für die Herstellung und Vermarktung des Amtsblattes ohne dresden.de einzureichen. Nicht verhandelt werden die in dieser Ausschreibung festgelegten Mindestanforderungen und Zuschlagskriterien.

Die Landeshauptstadt Dresden behält sich vor, die Dienstleistungskonzession bereits auf der Grundlage der Erstangebote zu vergeben, ohne in Verhandlungen einzutreten.

Die Verhandlung erfolgt in mehreren aufeinanderfolgenden Runden, um so die Zahl der Angebote, über die verhandelt wird, anhand der vorgegebenen Zuschlagskriterien zu verringern.

Vor der letzten Verhandlungsrunde unterrichtet die Landeshauptstadt Dresden die verbleibenden Bieter und legt eine einheitliche Frist für die Einreichung neuer oder überarbeiteter Angebote fest. Die Vergabeentscheidung fällt anhand der final abgegebenen Angebote auf Grundlage der Zuschlagskriterien. Diese gelten auch, wenn die Vergabe auf die Herstellung, Vertrieb und Vermarktung des Dresdner Amtsblattes begrenzt wird.

Die Vergaberegeln nach GWB, VgV, KonzVgV, VOL/A und SächsVergabeG finden auf dieses Verfahren keine Anwendung.

1. Einzureichende Unterlagen und Mindestanforderungen

1.1 Angebot Dresdner Amtsblatt

1.1.1 Herstellungskonzept Dresdner Amtsblatt und städtische Beilagen

Das Konzept beschreibt den Herstellungsprozess des Dresdner Amtsblattes sowie technische Eckdaten.

Mindestanforderungen sind:

Auflagenhöhe:	25.000 oder höher
Format:	halbes Berliner Format (235 x 315 mm) oder gleichwertig
Gesamtumfang (amtlicher, redaktioneller Teil und Anzeigen):	32 Seiten (das ist der Durchschnitt pro Ausgabe aus den letzten Jahren; der tatsächliche Umfang variiert von Ausgabe zu Ausgabe)
Umfang städtische Beilagen:	8 bis 12 Seiten (das ist der Durchschnitt aus den letzten Jahren)
Farbigkeit:	4/4-farbig
Papier:	mindestens 45 g/qm Zeitungsdruck Standard ISO 60, nachhaltig produziert (PEFC-Zertifizierung) oder gleichwertig
Erscheinungstag:	bevorzugt Donnerstag, auch Dienstag oder Mittwoch möglich

1.1.2 Konzept für Sonderausgaben des Dresdner Amtsblattes

Das Konzept beschreibt, ob und welche Sonderausgaben erscheinen sollen. Es zeigt auf, wie sie sich inhaltlich auszeichnen, ob und welche Mitwirkung vom Amt für Wirtschaftsförderung oder darüber hinaus benötigt wird. Es legt insbesondere auch je Produkt Umfang, Auflage und Verteilung dar.

1.1.3 Vertriebskonzept Dresdner Amtsblatt

Das Konzept beschreibt, wie der Vertrieb des Dresdner Amtsblattes organisiert und durchgeführt werden soll.

Mindestanforderungen sind:

- Auslage in den in der Anlage „Amtsblatt Verteiler minimal“ genannten Auslagestellen
- Darüber hinaus soll das Amtsblatt über weitere Auslagestellen gleichwertig oder einer größeren Zahl von Dresdnerinnen und Dresdnern zugänglich gemacht werden, als das mit dem aktuellen Vertriebsnetz der Fall ist (Liste der Auslage: Anlage „Amtsblatt Auslagestellen 25.000“, Karte der Auslagestellen: <https://stadtplan.dresden.de/?permalink=yCbnVSj>).

1.1.4 Vermarktungskonzept Dresdner Amtsblatt

Das Konzept beschreibt, welche Werbeformen und Anzeigenformate geplant sind. Es trifft z. B. Aussagen zu potentiellen Werbekunden sowie Charakter, Inhalt und Platzierung der Anzeigen.

Mindestanforderungen

1. Alle Elemente der Vermarktung sind klar und eindeutig als bezahlte Anzeigen zu erkennen und entsprechen den Vorgaben.

1.1.5 Preis Herstellung und Vertrieb des Dresdner Amtsblattes

Kosten für die Herstellung und den Vertrieb des Dresdner Amtsblattes im Sinne eines jährlichen Festpreises exklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer (Nettopreis). Zu kalkulieren ist der Preis für den Druck und die Verteilung des wöchentlich erscheinenden Dresdner Amtsblattes entsprechend der im Herstellungskonzept beschriebenen technischen Eckdaten pro Jahr.

1.1.6 Höhe der Beteiligung der Landeshauptstadt Dresden an den Anzeigenerlösen

1. Garantiesumme: Summe aus den Vermarktungseinnahmen (außer Sonderausgaben), die der Bieter der Landeshauptstadt Dresden garantiert pro Jahr auszahlt.
 - **Mindestanforderung:** Diese muss sich mindestens auf 170 000 Euro netto / Jahr belaufen.
2. Überschussbeteiligung: Prozentualer Anteil, den die Landeshauptstadt Dresden aus den über die Garantiesumme hinaus erzielten Vermarktungseinnahmen pro Jahr erhält.
3. Aufwendungen des Bieters für die Akquise pro Jahr (Angabe aus steuerrechtlichen Gründen notwendig)

1.1.7 Kosten für Satz des Amtsblattes im Vertretungsfall

Es sind die Kosten anzugeben, die die Landeshauptstadt Dresden für Satzleistungen im Vertretungsfall (siehe Teil A, 3.2.1 Aufzählungsnummer (6)) übernimmt. Diese Angabe fließt jedoch nicht in die Wertung ein.

1.2. Angebot für die Option dresden.de

1.2.1 Vermarktungskonzept dresden.de

Vom Bieter wird als Bestandteil des Angebots die Vorlage eines detaillierten Vermarktungskonzepts erwartet, das Art, Ort und Umfang der Vermarktung genau beschreibt sowie Aussagen zu den potentiellen Werbekunden trifft. Die Anzeigen sollen der Seriosität, Glaubwürdigkeit und Qualität eines offiziellen Mediums der Stadtverwaltung Dresden als Behörde entsprechen.

Es sollte insbesondere folgende Fragen beantworten:

- Welche Werbeformen sind geplant?
- Auf welchen Seitentypen sollen die Anzeigen erscheinen? Seitentypen sind

- Startseite des Gesamtauftritts (www.dresden.de)
- Hauptthemenseite (z. B. <https://www.dresden.de/de/leben-in-dresden.html.php>)
- Verteilerseite (z. B. <https://www.dresden.de/de/leben/wohnen.php>)
- Inhaltsseite / Artikel (z. B. <https://www.dresden.de/de/leben/gesellschaft/senioren/wohnen-im-alter.php>)
- An welcher Position sollen die Anzeigen eingebunden werden? Hier ist insbesondere zu beachten, dass etwa 50 Prozent der Zugriffe auf dresden.de über mobile Endgeräte erfolgt.
- Welche Themen und Werbepartner sollen akquiriert werden?
- Anzeigenverkaufsstrategie

Mindestanforderungen

1. Das Vermarktungskonzept sieht keine Werbeformate vor, die den redaktionellen Inhalt zu einem beliebigen Zeitpunkt überdecken (zum Beispiel Overlays und Popups) oder ohne aktives Klicken Ton oder Bewegbild abspielen.
2. Das Vermarktungskonzept sieht keine Werbung auf von der Landeshauptstadt Dresden definierten Themenbereichen vor (siehe Teil A, 2.1)
3. Das Vermarktungskonzept verzichtet auf die Einbindung Anzeigen, die automatisiert über Anbieter von Restplatzvermarktung eingespielt werden.
4. Alle Elemente der Vermarktung sind klar und eindeutig als bezahlte Anzeigen zu erkennen.

1.2.2 Organisatorische und technische Umsetzung der Vermarktung auf dresden.de

Das Konzept beschreibt, wie die Abstimmung zwischen Landeshauptstadt Dresden und Bieter ablaufen soll (Anzeigenplanung). Außerdem zeigt es die geplante technische Abwicklung auf (Einspielen der Anzeigen, Freigabeprozesse, Monitoring, Evaluation).

Mindestanforderungen

1. Die Anforderungen an IT-Sicherheit und Datenschutz der Landeshauptstadt Dresden sind beachtet. Dazu zählt insbesondere
 - a) Bei der Planung und Ausübung der vertraglich vereinbarten Tätigkeiten werden stets aktuelle technische, organisatorische, personelle und infrastrukturelle Maßnahmen zur Sicherstellung der Schutzziele [Verfügbarkeit, Vertraulichkeit, Integrität, Belastbarkeit, Transparenz, Revisionsfähigkeit und Authentizität] umgesetzt. Als Richtlinie für die Ausübung der vertraglich vereinbarten Tätigkeiten ist der IT-Grundschutz-Standard des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) maßgeblich anzuwenden. Empfehlungen und technische Richtlinien des BSI sind im Einzelfall zu berücksichtigen. (A-Kriterium).
 - b) Bei der Erstellung und/oder Fortschreibung des Informationssicherheitskonzepts der Landeshauptstadt Dresden bzw. des Eigenbetriebs IT-Dienstleistungen, bei der Erstellung von Datenschutzfolgeabschätzungen und Risikoanalysen über den geplanten IT-Einsatz ist die aktive Mitwirkung an den entsprechenden Prozessen vertraglich festzulegen (A-Kriterium).

1.2.3 Höhe der Beteiligung der Landeshauptstadt Dresden an den Anzeigenerlösen

1. Garantiesumme: Summe aus den Vermarktungseinnahmen, die der Bieter der Landeshauptstadt Dresden garantiert pro Jahr auszahlt.

- **Mindestanforderung:** Diese muss sich mindestens auf 48.000 Euro netto / Jahr belaufen.
- 2. Überschussbeteiligung: Prozentualer Anteil, den die Landeshauptstadt Dresden aus den über die Garantiesumme hinaus erzielten Vermarktungseinnahmen pro Jahr erhält.
- 3. Aufwendungen des Bieters für die Akquise pro Jahr (Angabe aus steuerrechtlichen Gründen notwendig)

2. Wertung

2.1 Amtsblatt

Kriterium 1: Kosten für die Landeshauptstadt Dresden
(Wichtung: 40 Prozent)

Preis Herstellung und Vertrieb Bieter – Garantierter Anzeigenerlös Bieter (Garantiesumme) = Kosten LHD Bieter

$$\frac{\text{Niedrigste gebotene Kosten LHD}}{\text{Kosten LHD Bieter}} * 40\% = \text{Punktzahl Kosten}$$

Kriterium 2: Höhe der Überschussbeteiligung (prozentualer Anteil, den die Landeshauptstadt Dresden aus den über die Garantiesumme hinaus erzielten Vermarktungseinnahmen erhält)
(Wichtung: 20 Prozent)

$$\frac{\text{Prozentsatz Bieter}}{\text{Höchster gebotener Prozentsatz}} * 20\% = \text{Punktzahl Überschussbeteiligung}$$

Kriterium 3: Konzepte
(Wichtung: 40 Prozent)

$$\text{Punktzahl laut beigelegter Wertungsmatrix} * 40\% = \text{Punktzahl Konzepte}$$

Punktzahl Amtsblatt

$$\begin{aligned} \text{Punktzahl Amtsblatt} \\ &= \text{Punktzahl Kosten} + \text{Punktzahl Überschussbeteiligung} \\ &+ \text{Punktzahl Konzepte} \end{aligned}$$

2.2 Option dresden.de

Kriterium 1: Betrag der Garantiesumme
(Wichtung: 40 Prozent)

$$\frac{\text{Betrag Garantiesumme Bieter}}{\text{Höchster gebotener Betrag Garantiesumme}} * 40\% = \text{Punktzahl Garantiesumme}$$

Kriterium 2: Höhe der Überschussbeteiligung (prozentualer Anteil, den die Landeshauptstadt Dresden aus den über die Garantiesumme hinaus erzielten Vermarktungseinnahmen erhält)
(Wichtung: 20 Prozent)

$$\frac{\text{Prozentsatz Bieter}}{\text{Höchster gebotener Prozentsatz}} * 20\% = \text{Punktzahl Überschussbeteiligung}$$

Kriterium 3:
Konzepte (Wichtung: 40 Prozent)

$$\text{Punktzahl laut beigelegter Wertungsmatrix} * 40\% = \text{Punktzahl Konzepte}$$

Punktzahl dresden.de

$$\begin{aligned} \text{Punktzahl dresden.de} \\ &= \text{Punktzahl Garantiesumme} + \text{Punktzahl Überschussbeteiligung} \\ &+ \text{Punktzahl Konzepte} \end{aligned}$$

2.3 Gesamtpunktzahl

In die Gesamtpunktzahl fließt die Punktzahl Amtsblatt zu 65 Prozent und die Punktzahl Option dresden.de zu 35 Prozent ein.

$$(\text{Punktzahl Amtsblatt} * 65\%) + (\text{Punktzahl dresden.de} * 35\%) = \text{Gesamtpunktzahl}$$

Sollte die Landeshauptstadt im Verlauf des Verfahrens darauf verzichten, die Option dresden.de mit zu vergeben, entspricht die Punktzahl Amtsblatt der Gesamtpunktzahl.

Den Zuschlag erhält der Bieter mit der höchsten Gesamtpunktzahl.