



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und
Kommunikation UVEK

Bundesamt für Energie BFE

Pflichtenheft
für die Ausschreibung (20241) 805
Projektleiter MakeHeatSimple
Bundesamt für Energie BFE

Das Verfahren erfolgt nach dem Bundesgesetz über das öffentliche Beschaffungswesen (BöB). Dies bedeutet, dass während des Verfahrens keine Kommunikation zwischen dem Anbieter und den Bedarfsstellen geführt werden darf. Für Fragen wenden Sie sich ausschliesslich an das BBL, Dienst öffentliche Ausschreibungen.

Inhalt

1	Begriffe und Abkürzungen	4
2	Einleitung, Zweck des Dokuments	5
3	Ausgangslage und Beschreibung des Ausschreibungsgegenstandes.....	6
3.1	Ausgangslage (Ist-Zustand).....	6
3.1.1	Bundesamt für Energie & Programm EnergieSchweiz.....	6
3.1.2	Kampagne MakeHeatSimple.....	6
3.1.3	Kampagnenstrategie	7
3.1.4	Organisation.....	8
3.1.5	Aufgaben und Verantwortungsbereiche bestehender Stakeholder	9
3.1.6	Ziel der Ausschreibung.....	9
3.2	Ausschreibungsgegenstand.....	10
3.2.1	Übersicht der Leistungen	10
3.2.2	Grundleistung.....	10
3.2.3	Zeitplanung Grundleistung	14
3.2.4	Option	14
3.2.5	Mengengerüst.....	15
3.3	Abgrenzungen	15
3.4	Transparenz und Gleichbehandlung	15
4	Anforderungen, Eignungskriterien und technische Spezifikationen	16
4.1	Anforderungen.....	16
4.2	Eignungskriterien.....	16
4.3	Technische Spezifikationen	16
5	Zuschlagskriterien (ZK).....	16
5.1	Übersicht	16
5.2	Erfüllung des Kriterienkataloges	16
6	Evaluation.....	17
6.1	Evaluationsphasen	17
6.2	Taxonomie.....	17
6.2.1	Taxonomie-Typen	17
6.2.2	Bewertung der Preise und Kosten.....	18
7	Strukturvorgabe und Inhalt des Angebots	19
7.1	Allgemeines	19
7.2	Gliederung des Angebotes	19
8	Besondere Bestimmungen.....	19
9	Administratives	20
9.1	Auftraggeber.....	20
9.1.1	Offizieller Name und Adresse des Auftraggebers.....	20
9.1.2	Angebote sind an folgende Adresse zu schicken	20
9.1.3	Gewünschter Termin für schriftliche Fragen.....	20

9.1.4	Frist für die Einreichung des Angebotes	20
9.1.5	Art des Auftraggebers	21
9.1.6	Verfahrensart	21
9.1.7	Auftragsart	21
9.1.8	Gemäss GATT/WTO-Abkommen, resp. Staatsvertrag	21
9.2	Beschaffungsobjekt	21
9.2.1	Art des Dienstleistungsauftrages	21
9.2.2	Ort der Dienstleistungserbringung	21
9.2.3	Laufzeit des Vertrags	21
9.2.4	Aufteilung in Lose	21
9.2.5	Werden Varianten zugelassen?	22
9.2.6	Werden Teilangebote zugelassen?	22
9.2.7	Ausführungstermin	22
9.3	Bedingungen	22
9.3.1	Kautionen / Sicherheiten	22
9.3.2	Zahlungsbedingungen	22
9.3.3	Einzubeziehende Kosten	22
9.3.4	Bietergemeinschaften	22
9.3.5	Subunternehmer	22
9.3.6	Vergütung für die Offerte / Präsentation	22
9.3.7	Sprachen für Angebote	22
9.3.8	Gültigkeit des Angebots	22
9.3.9	Sprache der Ausschreibungsunterlagen	23
9.4	Andere Informationen	23
9.4.1	Voraussetzung für nicht dem WTO-Abkommen angehörige Länder	23
9.4.2	Geschäftsbedingungen	23
9.4.3	Verhandlungen	23
9.4.4	Verfahrensgrundsätze	23
9.4.5	Geheimhaltung	23
9.4.6	Integritätsklausel	24
9.4.7	Sonstige Angaben	24
10	Anhänge	24
10.1	Referenzierte Anhänge	24

1 Begriffe und Abkürzungen

Aus Gründen der einfachen Lesbarkeit wurde im ganzen Dokument die männliche Form erwähnt. Selbstverständlich sind dabei auch die weiblichen Personen mit einbezogen.

Begrifflichkeiten	Definition / Erklärung
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen des Bundes
BBL	Bundesamt für Bauten und Logistik
Bedarfsstelle	Organisationseinheit des Bundes, für welche die Leistung schlussendlich erbracht wird
Beschaffungsstelle	Zentral zuständige Beschaffungsstelle nach Org-VöB
BFE	Bundesamt für Energie
BG	Beschaffungsgegenstand
BöB	Bundesgesetz über das öffentliche Beschaffungswesen (SR 172.056.1)
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
eCH	Programm EnergieSchweiz
EFK	Eidgenössische Finanzkontrolle
EK	Eignungskriterium
F&R	Franz&René AG (Kommunikationsagentur)
FS	Fachstelle
MHS	MakeHeatSimple
OG	Operative Steuerungsgruppe
Simap	Informationssystem über das öffentliche Beschaffungswesen in der Schweiz (simap.ch)
TS	Technische Spezifikation
UVEK	Eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
Vergabestelle	Bedarfs- und Beschaffungsstelle zusammengefasst
VöB	Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen (SR 172.056.11)
WTO	World Trade Organisation
ZK	Zuschlagskriterium

Tabelle 1: Glossar

2 Einleitung, Zweck des Dokuments

Das vorliegende Pflichtenheft beschreibt die Zielsetzungen, welche mit dem vorliegenden Beschaffungsgegenstand verfolgt und erreicht werden sollen. Es regelt Vorgehen und Form der Angebotseinreichung und dient zusammen mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Bundes ([AGB](#)) und dem Bundesgesetz vom 16. Dezember 1994 über das öffentliche Beschaffungswesen ([BöB](#)) sowie der Verordnung vom 11. Dezember 1995 über das öffentliche Beschaffungswesen ([VöB](#)) als Grundlage für die vorliegende WTO-Ausschreibung

3 Ausgangslage und Beschreibung des Ausschreibungsgegenstandes

3.1 Ausgangslage (Ist-Zustand)

3.1.1 Bundesamt für Energie & Programm EnergieSchweiz

Das Bundesamt für Energie (BFE) ist das Kompetenzzentrum für Fragen der Energieversorgung und der Energienutzung im Eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK).

Der Bundesrat hat im Jahr 2001 das Programm EnergieSchweiz lanciert. Das Programm zielt auf die Erhöhung der Energieeffizienz und die Steigerung des Anteils der erneuerbaren Energien ab. Damit soll ein wesentlicher Beitrag zur Erreichung der energie- und klimapolitischen Ziele geleistet werden. EnergieSchweiz fokussiert auf die Sensibilisierung, Information und Beratung, Aus- und Weiterbildung und die Qualitätssicherung in verschiedenen Schwerpunkten. Es zielt vor allem auf den Abbau der Hemmnisse, die der Ausschöpfung von Energieeffizienzmassnahmen und des Potenzials erneuerbarer Energien entgegenstehen.

EnergieSchweiz wird vom Bundesamt für Energie (BFE) geführt und ist die zentrale Plattform zur Vernetzung, Koordination und dem Know-how-Austausch zwischen den verschiedenen Akteuren. Die Umsetzung der Massnahmen erfolgt in Zusammenarbeit mit Partnern aus dem öffentlichen Sektor, der Privatwirtschaft und von Konsumentenseite.

3.1.2 Kampagne MakeHeatSimple

Eine im Auftrag des Bundesamts für Energie (BFE) durchgeführte Studie¹ hat ergeben, dass im Bereich sogenannter Zweitwohnungen (gemeint sind Ferienhäuser und Ferienwohnungen) ein verhältnismässig grosses Energiesparpotenzial liegt. Dies, weil die Räume in diesen Gebäuden häufig auch dann beheizt werden, wenn sie nicht genutzt werden.

In der Schweiz gibt es rund 170'000 Ferienhäuser und 530'000 Ferienwohnungen. Durch Temperaturabsenkung der Raumheizung in den Häusern und Wohnungen in unbewohnter Zeit können gegen 2'200 GWh/Jahr Energie eingespart werden. Diese eingesparte Energie entspricht an die 5 % des gesamten Energieverbrauchs für Raumwärme in Haushalten in der Schweiz.

Technische Lösungen von Fernsteuerungen gibt es grundsätzlich für jedes Heizungssystem, wobei sich die Kosten auf einen dreistelligen oder niedrigen vierstelligen Betrag belaufen. Die kantonalen Energiegesetze sehen eine Pflicht vor, dass in Neubauten und im Rahmen von Heizungssanierungen von Zweitwohnungen zwingend eine Fernbedingung der Heizungen ermöglicht wird. Die Investition in eine Fernsteuerung lohnt sich zudem auch für Zweitwohnungsbesitzer, die aktuell derzeit die Heizung noch nicht ersetzen müssen, weil sie in der Regel innert weniger Jahren amortisiert werden kann.

Um das Energiesparpotenzial in Zweitwohnungen nutzen zu können, hat EnergieSchweiz im Jahr 2019 die Sensibilisierungs- und Promotionskampagne MakeHeatSimple gestartet. Mit der Kampagne sollen die Besitzer der Immobilien (Ferienhaus- und Ferienwohnungsbesitzer) motiviert werden, ihre Raumheizungen mit einer Fernbedienung auszurüsten, damit die

¹ [Link](#) zum Bericht

Raumtemperatur bei Nichtnutzung der Immobilie gesenkt und Energie und Kosten gespart werden können.

Mit vorliegender Ausschreibung wird ein Projektleiter sowie eine technische Fachperson gesucht, welche den technischen Teil der Kampagne ab 2021 leiten und unterstützen werden, damit sie mit Verlängerungsoptionen bis 2025 weitergeführt werden kann.

3.1.3 Kampagnenstrategie

Die wichtigsten Herausforderungen der Kampagne bestehen einerseits darin, die Hausbesitzer zu erreichen, da sie sich nur vorübergehend in den Räumlichkeiten ihrer Zweitwohnung aufhalten und sie andererseits von den Vorteilen dieser Systeme zu überzeugen, die bis zum heutigen Zeitpunkt noch wenig bekannt sind und/oder als kompliziert empfunden werden. Um diese Herausforderungen zu meistern, stützt sich die Kampagne auf Einflussnehmer, die ihre Botschaften weitergeben und diese verstärken. Zu den Einflussnehmern gehören: Systemlieferanten, -Händler und -Installateure, Institutionen (Kantone, Gemeinden, Tourismusorganisationen), Immobilienakteure (Hausverwaltungen, Verwalter) und verschiedene Verbände (Eigentümervereinigungen, Immobiliengesellschaften usw.).

Angesichts der zahlreichen Ziele, die sich um dieses Thema drehen, stützt sich die Kampagne auf zwei Achsen: Einerseits auf die Eigentümer (B2C) und andererseits auf die Einflussnehmer (B2B). Die Kampagne spricht all diese Zielgruppen an und obwohl die Inhalte und Massnahmen der beiden Achsen teilweise voneinander abweichen, beeinflussen sie sich gegenseitig, um die Gesamteffektivität zu optimieren.

Die Kommunikationskampagne respektive deren Massnahmen verändert sich während der Periode vom 2019 bis 2022. Zunächst wird das Ziel verfolgt, das Image des Fernwärmeregulierungssystems unter den B2C- und B2B-Zielgruppen weithin bekannt zu machen (Erlangen von Bekanntheit/Kreation eines Images), um dann schrittweise auf eine Verhaltensänderung der Zielgruppen hinarbeiten, die zum Kauf des Systems für den Zweitwohnsitz führt (Werbung/Call to Action/Conversion).

Die Strategie der Kampagne zielt auf eine Vereinfachung ab:

- An erster Stelle steht die Vereinfachung des täglichen Lebens, ein Grundbedürfnis des Eigentümers eines Zweitwohnsitzes.
- Dann die Vereinfachung des Produkts selbst, dessen Haupthindernis die Tatsache ist, dass es auf den ersten Blick kompliziert erscheint.
- Schließlich die Vereinfachung des Kaufprozesses des Systems mit Hilfe einer zentralen Plattform, auf der sich die Eigentümer über die Vorteile solcher Systeme informieren, seine Bedürfnisse definieren und einen professionellen Installateur in seiner Nähe finden kann.

Die Kampagne startete im Januar 2019 mit einem Pilotprojekt im Wallis, um dann im Dezember 2019 auf die ganze Schweiz ausgedehnt zu werden. Für einen Überblick über die bisher umgesetzten Massnahmen siehe "Anhang 8_Bereits umgesetzte Massnahmen MHS" (Anhang auf Französisch).

Die Kampagne verfolgt sehr ehrgeizige Ziele, die eine sehr gute Zusammenarbeit zwischen den Vertretern des Projektleiters, der Kommunikationsagentur und des BFE erfordern. Zu den qualitativen Zielen gehören die Gewinnung möglichst vieler Partner (Einflussnehmer), deren Sensibilisierung und Ausbildung zu diesem Thema und ihre Motivation, die Botschaft der

Kampagne weiterzugeben und zu stärken. Die quantitativen Ziele betreffen die Bekanntheit der Kampagne (Ziel: 50 % des Zielpublikums kennt die Kampagne), die Nutzung der Website (Ziel: 60'000 generierte PDFs, d. h. Anzahl der abgeschlossenen Chats unter «Erste Schritte») und die Installationen (Ziel: 30'000 installierte Fernsteuerungssysteme).

Es ist zu beachten, dass die quantitativen Ergebnisse am Ende der Kampagne erreicht werden sollten (Q2/2023). Die Verantwortung zur Erreichung dieser Ziele liegt sowohl beim Projektleiter als auch bei der Kommunikationsagentur, welche in enger Zusammenarbeit als Team fungieren. Falls die Ziele nicht erreicht werden sollten, so kann die Verantwortung nicht allein dem Projektleiter oder der Agentur zugeschoben werden.

Für die nächsten drei Jahre legt das Projekt den Fokus auf die Conversions, d. h. den Vorgang, dass die Zielgruppen (Empfänger der Marketing-Botschaften) die gewünschten Aktionen (bspw. Installation eines Systems) ausführen. Folgende Marketing-Aktivitäten sind vorgesehen:

- Direktmarketing (Post an Zweitwohnungsbesitzer; sofern gültige Adressen verfügbar sind)
- Gezielte Projekte mit Gemeinden, die sich zur Nachhaltigkeit verpflichten wollen
- eine engere Zusammenarbeit mit den Kantonen, um die gesetzlichen Anforderungen für Zweitwohnungen durchzusetzen (Installation einer Fernsteuerung beim Austausch der Wärmeproduktion)
- die Gewinnung neuer Installationspartner und deren technische Ausbildung
- Aktivierung von Stockwerkeigentümer/MFH (Instrumente für Wohnungseigentümer und Verwalter, um die Installation mehrerer Systeme im selben Gebäude zu fördern).
- Kommunikation in Druck (öffentliche Zeitungen oder Fachzeitschriften) und online (digitale Kampagne, Newsletter)

3.1.4 Organisation

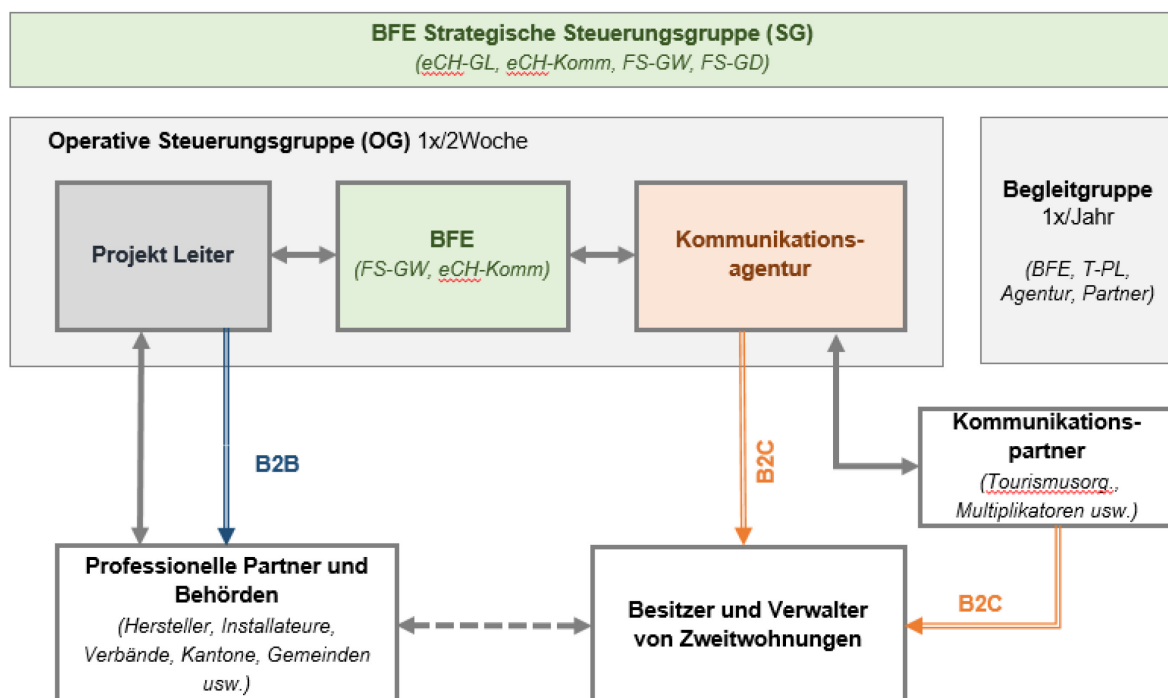


Abbildung 1: Organisation Übersicht

3.1.5 Aufgaben und Verantwortungsbereiche bestehender Stakeholder

EnergieSchweiz

- EnergieSchweiz stellt die strategische Steuerung der Kampagne sicher (Strategische Steuerungsgruppe, SG).
- EnergieSchweiz beteiligt sich an der Operativen Steuerungsgruppe der Kampagne mit einer Kommunikationsverantwortlichen und einer Fachspezialistin Elektrogeräte.

Kommunikationsagentur (ist nicht Bestandteil dieser Ausschreibung, gemäss Ziffer 3.3)

- Visual Identity und Key Message Strategy: Entwicklung einer Kommunikationslinie, die auf die beiden Kommunikationsstrategien B2B und B2C anwendbar ist.
- Kampagne B2C
- Die Agentur definiert und erarbeitet Kriterien, die sicherstellen, dass Besitzer und Verwalter von Ferienhäusern und Ferienwohnungen gefunden, segmentiert und gezielt angesprochen werden können.
- Festlegung, Entwicklung und Ausführung der Kommunikationsstrategie, d. h. der Botschaft, der Aktivitäten und der Instrumente, mit denen das Publikum erreicht werden kann. Diese Strategie beinhaltet einen Massnahmenplan, einen Zeitplan sowie ein Budget und ein Konzept für die Ergebnisevaluation.
- Kampagne B2B
- Zusammen mit der Operativen Steuerungsgruppe (OG) und unter Berücksichtigung der Kampagnenpartner, Festlegung einer Kommunikationsstrategie gegenüber / mit Hilfe der professionellen Partner und Beeinflusser. Diese Strategie umfasst ebenfalls einen Massnahmenplan, einen Zeitplan sowie ein Budget und ein Konzept für die Ergebnisevaluation.
- Ausbau der Kontakte mit den Multiplikatoren (Tourismusbüros, Gemeinden), um deren Kommunikationskanäle zu verwenden.
- Entwicklung eines Designs für die Kampagnenpartner sowie der notwendigen Instrumente für ihre eigenen Aktivitäten in der Kampagne.
- Medienpläne und Kommunikationsaktivitäten für beide Kampagnen sind eng mit dem technischen Projektleiter zu koordinieren.

3.1.6 Ziel der Ausschreibung

Die Kommunikationsagentur Franz&René erhielt im September 2018 nach einem WTO-Verfahren den Zuschlag für ein 5-Jahres-Mandat. Der derzeitige technische Projektleiter der Planair SA wurde im März 2018 nach einem Einladungsverfahren ernannt. Darüber hinaus bietet Winkler Ingénieurs SA gelegentlich Unterstützung für bestimmte B2B-Aktivitäten. Ihre Mandate können nicht mehr über Dezember 2020 hinaus verlängert werden. Für die Jahre 2021-2025 (Grundleistung inklusiver Optionen) der Kampagne ist es daher unerlässlich, dass die Stelle so bald wie möglich in einem Wettbewerbsverfahren besetzt wird.

3.2 Ausschreibungsgegenstand

3.2.1 Übersicht der Leistungen

Das Bundesamt für Energie (BFE) und EnergieSchweiz suchen einen Projektleiter/eine Projektleiterin sowie eine technische Fachperson, welche in enger Zusammenarbeit mit dem BFE und der Kommunikationsagentur die bereits während den Jahren 2019 und 2020 umgesetzten B2B- und B2C-Massnahmen auch weiterhin bis 2023 als Grundleistung beziehungsweise bis 2025 als optionale Leistung weiterführen. Darüber hinaus sollen sie an der Entwicklung neuer Massnahmen gemäss der im Rahmen der OG festgelegten Strategie und den festgelegten Zielen mitwirken. Insbesondere werden folgende Dienstleistungen erwartet:

Leistungspaket	Leistungsbeschreibung
A	Fachwissen und technische Kommunikation
B	Partnermanagement der bestehenden Partner
C	Entwicklung neuer Partnerschaften
D	Projektleitung
E	Übernahmearbeiten

Tabelle 2: Übersicht der Leistungen

Der Leistungserbringer stellt einen Projektleiter mit einer gleichwertigen Stellvertretung (optional) sowie eine technische Fachperson, welche sehr eng mit der Kommunikationsagentur und dem BFE zusammenarbeiten, zur Verfügung. Je nach Tätigkeiten kann der Dienstleister in Absprache mit dem Auftraggeber weitere Fachkräfte beiziehen.

3.2.2 Grundleistung

Der Anbieter übernimmt folgende Funktionen innerhalb der Kampagne:

Paket A (GL01): Fachwissen und technische Kommunikation

Aufgabe	Profil / Stunden (vorgesehen)	Beschreibung der dazugehörigen Arbeiten
Fachwissen	Technische Fachperson 1 Std./Woche	<ul style="list-style-type: none">Gute Kenntnisse zum Markt für Fernsteuerungssysteme: Hersteller, Vertrieb (Installateur oder Fachmarkt), Installation (durch den Installateur oder durch den Benutzer)Technische Expertise zur Heizungsfernsteuerung (Übertragungstechnologien, Funktionalitäten, Anwendung, Einschränkungen, Neuheiten usw.)Kenntnisse über die Gesetzgebung in Bezug auf die Produkte
Erstellung von Inhalten	Technische Fachperson	<ul style="list-style-type: none">Verfassen und/oder Validierung von technischen Inhalten: Newsletter, Medienartikel,

	2 Std./Woche	<p>Informationsblätter usw.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition oder Anpassung der Webinstrumente der Kampagne (Fragebögen, Rechner, andere) • Erstellung der Spezifikationen für die Web-Agentur und Validierung der Umsetzung. Die Implementierungskosten gehen zu Lasten des F&R-Budgets.
Kommunikation	<p>Technische Fachperson</p> <p>1 Std./Woche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verbindung/Beziehung zwischen Partnern und F&R: Definition neuer Marketinginstrumente (Kampagnentools) für die technischen Partner. Die Erstellungskosten gehen zu Lasten des F&R-Budgets. • F&R mit technischen sowie Marktkennntnissen ausstatten und sich an der Definition von Marketingaktivitäten und -instrumenten beteiligen, welche den Verbrauchern "technisches Wissen" vermitteln sollen.

Tabelle 3: Übersicht Paket A (GL01)

Paket B (GL02): Partnermanagement der bestehenden Partner

Aufgabe	Profil / Stunden (vorgesehen)	Beschreibung der dazugehörigen Arbeiten
Hauptanlaufstelle für alle Partner	<p>Projektleiter</p> <p>4 Std./Woche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktpflege: EIT.Swiss, Suissetec, Kantone (Energiefachstellen der neun Partnerkantone), Swisscom. Sicherlich ein Treffen pro Jahr vorsehen. • Kantone: Förderung der Entwicklung von Massnahmen zur Sensibilisierung und Durchsetzung der Gesetzgebung in Bezug auf Zweitwohnungen. • Motivation bestimmter bestehender Partner zur aktiven Beteiligung an der Kampagne. Die Prioritäten werden im Rahmen der OG festgelegt. • Koordination der Aktivitäten der verschiedenen Partner in Bezug auf die Kampagne.
Lieferanten-Management	<p>Technische Fachperson</p> <p>1 Std./Woche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Genehmigung von Anmeldungen/Löschungen von Kampagnenpartner • Hauptansprechpartner für Lieferanten für alle Fragen zur Kampagne • Verwaltung von Lieferantenkontakten: Eine aktuelle Mailingliste wird verwaltet und gepflegt. • Zusammenstellung und Verwaltung der Produktdatenbank (Aktualisierung mind. 2 x jährlich) • Schriftlicher oder telefonischer Austausch in Bezug auf die Kampagne. Insbesondere: Anforderung Verkaufszahlen 1 x jährlich, technische Abklärungen zu den Produkten. • Motivation der Lieferanten zu einer aktiveren Beteiligung an der Kampagne (Teilnahme an Kursen; Sensibilisierung ihrer Installateure; Bereitstellung

		guter Beispiele; Landing Page für die Kampagne).
Management der Installateure	Technische Fachperson 1 Std./Woche	<ul style="list-style-type: none"> • Genehmigung der Registrierungen von Kampagnenpartnern • Austausch über die Kampagne (Antworten auf ihre Fragen, Feedback zur Kampagne) • Motivation der Installateure, sich aktiver an der Kampagne zu beteiligen.
Zusammenarbeit mit regionalen Installateurverbänden	Technische Fachperson 2 Std./Woche	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation und Durchführung von Schulungskursen für Installateure. Maximal 4 Ausbildungen pro Jahr. • Maßnahmen zur Motivation ihrer Mitglieder • Budget für die Zusammenarbeit mit Verbänden CHF 20'000.00 pro Jahr (zusätzlich zu den Honoraren)
Administration	Technische Fachperson 1 Std./Woche	<ul style="list-style-type: none"> • Verwaltung der Mailbox info@makeheatsimple.ch • Diverse administrative Aufgaben

Tabelle 4: Übersicht Paket B (GL02)

Paket C (GL03): Entwicklung neuer Partnerschaften

Aufgabe	Profil / Stunden (vorgesehen)	Beschreibung der dazugehörigen Arbeiten
Neue Partnerschaften	Projektleiter 4 Std./Woche	<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung des Netzwerks von Installations-Partnern (Elektriker und Heizungsbauer) • Entwicklung weiterer Partnerschaften entsprechend den im Rahmen der OG festgelegten Zielen. z. B. Kantone, Gemeinden, Eigentümergemeinschaften von Zweitwohnungen, Vereinigungen von Hausverwaltungen usw. • Kontakte, Arbeitstreffen, Definition des Rahmens der Zusammenarbeit. Definition von Aktivitäten mit Partnern. Wenn Aktivitäten mit Partnern eine Finanzierung durch die Kampagne erfordern, muss dies im Rahmen der OG diskutiert und genehmigt werden. Die OG muss auch entscheiden, ob die Kosten dem Budget des Projektleiters und/oder der Kommunikationsagentur angelastet werden. • Budget für Partnerschaftsentwicklung CHF 20'000.00 pro Jahr (zusätzlich zu den Honoraren).

Tabelle 5: Übersicht Paket C (GL03)

Paket D (GL04): Technische Projektleitung

Aufgabe	Profil / Stunden (vorgesehen)	Beschreibung der dazugehörigen Arbeiten
Strategische Aspekte	Projektleiter 1 Std./Woche	<ul style="list-style-type: none"> Beteiligung an der Festlegung der Strategie im Rahmen der OG (Jahresziele, Aktivitäten, Verantwortlichkeiten, Budget, Zeitplanung). Aktualisierung und Präsentation des Ergebniscockpits auf der Grundlage der von den verschiedenen Interessengruppen bereitgestellten Informationen (6 x jährlich). Teilnahme an der Auswertung der Jahresergebnisse Erstellung eines Kurzberichts über die jährlichen Aktivitäten und Ergebnisse der Kampagne für das BFE
Operative Projektleitung	Projektleiter 4 Std./Woche	<ul style="list-style-type: none"> Vorbereitung, Durchführung und Dokumentation der OG-Sitzungen Verwaltung des Projektzeitplans. Die Planung der Kommunikationsaktivitäten wird von F&R bereitgestellt. Planung und Überwachung der Partneraktivitäten und Berichterstattung an die OG. Follow-up der in der Planung vorgesehenen Aktivitäten (Termine und Ergebnisse). Überwachung der Einhaltung des Budgets für die verschiedenen Aktivitäten, deren Kosten dem Budget des Projektleiters angelastet werden. In gleicher Weise sind F&R für das Kommunikationsbudget verantwortlich.

Tabelle 6: Übersicht Paket D (GL04)

Paket E (GL05): Übernahmearbeiten

Aufgabe	Beschreibung der dazugehörigen Arbeiten
Einarbeitung	<ul style="list-style-type: none"> Übernahme des technischen Dossiers (Partnerkontakte, Produktdatenbank, Webmail) von Planair / Winkler Ing. Erhalt Briefing über laufende Aktivitäten sowie Festlegung der Planung und dem Cockpit für das Jahr 2021 Einarbeitung in die Prozesse sowie in die Zuständigkeitsaufteilung mit F&R und dem BFE

Tabelle 7: Übersicht Paket E (GL05)

Die Aufwände für die Einarbeitung der fachlichen Unterstützung werden vergütet. Hierzu ist ein Kostendach von CHF 20'000.00 (exkl. MwSt.) vorgesehen.

Hinweis: Im Falle eines Zuschlags an den bisherigen Leistungserbringer der fachlichen Unterstützung kommt diese Position nicht zum Tragen (vgl. 3.4).

3.2.3 Zeitplanung Grundleistung

Projektstart:

- Das aktuelle Mandat des technischen Projektleiters MakeHeatSimple endet im Q4 2020
- Das neue Mandat des Projektleiters sowie der Technischen Fachperson startet zu Beginn des Q1 2021 und Endet im Q4 2023 (Grundauftrag von drei Jahren)

3.2.4 Option

- Option 1 „Verlängerung des Mandates des Projektleiters und der technischen Fachperson“ um ein Jahr (2024)
- Option 2 „Verlängerung des Mandates des Projektleiters und der technischen Fachperson “ um ein Jahr (2025)

3.2.5 Mengengerüst

Über die geplante Projektdauer von drei Jahren ist folgendes Mengengerüst für die Leistungen des Projektleiters und der technischen Fachperson vorgesehen:

	Periode	Grundleistung (GL)	Geschätzte Stunden*
Grundleistung 01 bis 05	Januar 2021 bis Dezember 2023	Projektleiter/in	1'950 Stunden (650 Stunden pro Jahr)
	Januar 2021 bis Dezember 2023	Technische Fachperson (Backoffice)	1'350 Stunden (450 Stunden pro Jahr)
	Periode	Optionale Leistung (OP)	Geschätzte Stunden
Option 01	Jahr 2024	Projektleiter/in	650
	Jahr 2024	Technische Fachperson (Backoffice)	450
	Jahr 2025	Projektleiter/in	650
	Jahr 2025	Technische Fachperson (Backoffice)	450

Tabelle 8: Übersicht Mengengerüst

* Die Jahresstunden wurden aus den geschätzten Wochenstunden in den Arbeitspaketen A-D und unter Berücksichtigung von 50 Arbeitswochen pro Jahr berechnet.

Die hier angegebenen Stunden basieren auf BFE-internen Schätzungen und Erfahrungswerten. Die Bedarfsstelle geht keine entsprechenden Abnahmeverpflichtungen ein und behält sich vor, das genannte Volumen ganz, teilweise oder gar nicht zu beschaffen.

3.3 Abgrenzungen

Die Aufgaben der Kommunikationsagentur für die Kampagne MakeHeatSimple ist nicht Teil dieser Ausschreibung (vgl. 3.1.5). Die Agentur wurde durch das BFE im Rahmen einer WTO-Ausschreibung bereits im Jahr 2018 beschafft.

3.4 Transparenz und Gleichbehandlung

Die Firmen Planair SA in Zusammenarbeit mit der Winkler Ingénieurs SA, welche den Zuschlag für das aktuelle Mandat des technischen Projektleiters im Jahr 2018 erhalten haben, war an der Ausgestaltung der vorliegenden Ausschreibungsunterlagen nicht beteiligt. Zudem wurde bei der Ausschreibungserstellung sorgfältig darauf geachtet, dass die Ausschreibung inklusive der definierten Kriterien für sämtliche Anbieter gleichbehandelnd ausgestaltet ist.

Planair wie auch Winkler Ingénieurs sind somit zur Angebotsabgabe zugelassen.

Im Falle eines Zuschlags an eine der Firmen Planair SA oder Winkler Ingénieurs SA entfällt die Einarbeitung, resp. die Firmen haben kein Anrecht auf die Vergütung der Einarbeitungsphase (siehe Kapitel 3.2.2, Paket E)

4 Anforderungen, Eignungskriterien und technische Spezifikationen

4.1 Anforderungen

Alle wirtschaftlich und technisch leistungsfähigen Unternehmen, die die nachfolgenden Eignungskriterien und die technischen Spezifikationen erfüllen, sind aufgerufen, ein Angebot in CHF zu unterbreiten.

4.2 Eignungskriterien

Die im Anhang 1 Kriterienkatalog aufgeführten Eignungskriterien müssen vollständig und ohne Einschränkung oder Modifikation mit der Unterbreitung des Angebotes erfüllt und nachgewiesen werden, ansonsten wird nicht auf das Angebot eingegangen.

4.3 Technische Spezifikationen

Die im Anhang 1 Kriterienkatalog aufgeführten Technischen Spezifikationen müssen vollständig und ohne Einschränkung oder Modifikation mit der Unterbreitung des Angebotes erfüllt und nachgewiesen werden, ansonsten wird nicht auf das Angebot eingegangen.

5 Zuschlagskriterien (ZK)

5.1 Übersicht

Anhand der Zuschlagskriterien findet eine detaillierte Punktbewertung der Angebote statt. Diese Punkte ergeben in der Endabrechnung die Schlussrangliste.

Nr.	Bezeichnung	Punkte	Gewichtung in %
ZK01	Fachkompetenzen und Erfahrungen der Schlüsselpersonen	3'000	30
ZK02	Umsetzungskonzept	4'000	40
ZK03	Angebotspreis	3'000	30
	Total der zu erreichenden Punkte	10'000	100

Tabelle 9: Übersicht ZKs

5.2 Erfüllung des Kriterienkataloges

Die im Anhang 1 Kriterienkatalog aufgeführten Anforderungen müssen vollständig, detailliert und klar verständlich formuliert und beantwortet sein. Wo verlangt, sind die entsprechenden Dokumente und Nachweise beizulegen. Allfällige Referenzierungen auf weiterführende Unterlagen sind erlaubt, müssen jedoch exakt auf die relevanten Textabschnitte / -stellen der Unterlagen verweisen. Ist eine Anforderung in Einzelpunkte untergliedert, muss auf all diese Einzelpunkte detailliert eingegangen werden. Die im Anhang 2 Preisblatt geforderten Angaben sind vollständig und nachvollziehbar auszufüllen.

Wichtig: Die Beschaffungsstelle behält sich vor, die von Seiten der Anbieter im Angebot aufgeführten Dokumentationen und / oder referenzierten Informationen inhaltlich zu verifizieren und bei Bedarf vom Anbieter dazu zusätzliche Informationen einzufordern. Sind die Antworten nicht nachvollziehbar oder unverständlich, die geforderten Angaben oder Unterlagen nicht vorhanden oder mangelhaft, so kann dies zu einer tieferen Bewertung der Antwort der Anbieterin führen.

6 Evaluation

6.1 Evaluationsphasen

Folgende Schritte erfolgen bis zum Zuschlagsentscheid:

Pos.	Beschreibung der Aktivität
1	Publikation der Ausschreibung auf der simap-Plattform
2	Fragerunde
3	Eingang der Angebote
4	Evaluation der eingegangenen Angebote - Prüfen der Formvorschriften / Teilnahmebedingungen - Prüfen der Eignungsnachweise - Evaluation der Zuschlagskriterien
6	Nachverhandlungen (sind vorbehalten; würden nach Massgabe von Ziff. 9.4.3 durchgeführt)
7	Evaluationsentscheid
8	Zuschlagspublikation auf der simap-Plattform

Tabelle 10: Übersicht Evaluationsphasen

6.2 Taxonomie

6.2.1 Taxonomie-Typen

Bezüglich Erfüllung der qualitativen Zuschlagskriterien kommen folgende Bewertungstypen zur Anwendung:

Taxonomie Typ A:

Note 3	Note 2	Note 1	Note 0
Volle Punktzahl	66,66 % der Punkte	33,33 % der Punkte	Keine Punkte

Tabelle 11: Taxonomie Typ A

Taxonomie Typ B:

Note 3	Note 1.5	Note 0
Volle Punktzahl	50% der Punkte	Keine Punkte

Tabelle 12: Taxonomie Typ B

Für alle Zuschlagskriterien, die von einer Jury bewertet werden, gilt:

Die Durchschnittsnoten der Juryteilnehmer werden gemittelt, auf zwei Kommastellen gerundet und fliessen so als Note in die Bewertung ein. Die detaillierte Beschreibung der Bewertung pro Zuschlagskriterium ist aus dem Kriterienkatalog Anhang 1 je Kriterium ersichtlich.

6.2.2 Bewertung der Preise und Kosten

Zuschlagskriterium Preis

Bewertet wird pro Angebot der massgebliche Gesamtpreis für die Punktevergabe. Dieser ergibt sich aus dem Preisblatt (Anhang 2) und wird wie folgt berechnet:

Massgeblicher Gesamtpreis für Bewertung =

Kosten des ausgeschriebenen Beschaffungsvolumens (Grundauftrag + Optionen)

Im Vergleich aller Anbieter erhält das jeweils tiefste Angebot die maximale Punktzahl. Die Punktevergabe erfolgt gemäss der folgenden Formel:

$$\text{Punktemaximum} \times \left(\frac{\text{Preis des günstigsten Angebotes}}{\text{Preis des Angebotes}} \right)^2$$

Berechnungsbeispiel

(wobei die zu vergebenden Punkte und die angegebenen Preise rein **fiktiv** sind und sich nicht auf die vorliegende Ausschreibung beziehen):

Das Punktemaximum beträgt 3000

- Anbieter A offeriert zum Preis von CHF 1'250'000
- Anbieter B offeriert zum Preis von CHF 1'320'000
- Anbieter C offeriert zum Preis von CHF 1'200'000

Daraus ergibt sich folgende Punktevergabe:

- Anbieter A erhält 2765 Punkte = $3000 \times (1'200'000/1'250'000)^2$
- Anbieter B erhält 2479 Punkte = $3000 \times (1'200'000/1'320'000)^2$
- Anbieter C erhält 3000 Punkte = $3000 \times (1'200'000/1'200'000)^2$

7 Strukturvorgabe und Inhalt des Angebots

7.1 Allgemeines

Im Interesse einer fairen und schnellen Evaluation hat sich der Anbieter zwingend an folgenden Aufbau seines Angebotes zu halten.

7.2 Gliederung des Angebotes

Kapitel Offerte	Bezeichnung	Inhalt
-	Deckblatt	Titel und Bezeichnung, welche Kandidaten angeboten werden.
1	Allgemeine Angaben	<ul style="list-style-type: none">Angaben zur Firma (Hauptsitz, Niederlassungen, Adressen, Rechtsform, Gründungsjahr, Umsatz- und Mitarbeiterentwicklung der letzten fünf Jahre, Marktstellung sowie Rolle im Rahmen der ausgeschriebenen Leistungen)
2	Management-Übersicht	Kurze Zusammenfassung des Angebots auf maximal zwei A4-Seiten
3	Kriterienkatalog und Preisblatt (Anhänge 1 und 2)	Der ausgefüllte Kriterienkatalog (Anhang 1) sowie das Preisblatt sind vom Anbieter vollständig auszufüllen. <u>Der vollständig ausgefüllte Katalog sowie das Preisblatt sind rechtsgültig unterschrieben in diesem Kapitel beizulegen.</u>
4	Beilagen und Nachweise zum Kriterienkatalog	Im Kriterienkatalog zu jeweiligen Einzelkriterien verwiesene Beilagen, Nachweise und / oder Dokumentationen sind in diesem Kapitel beizulegen

Tabelle 13: Angebotsübersicht

8 Besondere Bestimmungen

Mit der vorliegenden Ausschreibung erhält der Anbieter drei Excel-Files (Kriterienkatalog, Preisblatt und Formular Referenzen) zur Erfassung der geforderten Angaben. Dabei sind folgende Hinweise unbedingt zu beachten:

1. Softwareanforderungen: MS Excel 2003 (Excel von Office XP) bzw. spätere Versionen.
2. Vorgehen Datenerfassung: Das dem Anbieter zur Datenerfassung (Erfassung von Offerten, Beantwortung von Fragen) abgegebene Excel-File ist grundsätzlich mit einem Schreibschutz belegt. Es können nur die Antwort- (Zahl, vorgegebene Auswahlliste, Freitext usw.) sowie die Bemerkungsfelder ausgefüllt werden.

Wichtiger Hinweis: Die Struktur der auszufüllenden Kriterienkataloge (Excel-File) darf nicht verändert werden und darf **nicht** konvertiert (bspw. PDF) werden! Jegliche Mutationen der Struktur, z. B. das Kopieren des Kriterienkatalogs in ein anderes Blatt usw. können einen späteren Import in das Analysetool verunmöglichen.

9 Administratives

9.1 Auftraggeber

9.1.1 Offizieller Name und Adresse des Auftraggebers

Bedarfsstelle und Beschaffungsstelle:

Bundesamt für Energie
Mühlestrasse 4
3063 Ittigen

Organisator:

Bundesamt für Bauten und Logistik BBL
Fellerstrasse 21
CH-3003 Bern

9.1.2 Angebote sind an folgende Adresse zu schicken

Bundesamt für Bauten und Logistik BBL
Dienst öffentliche Ausschreibungen DöA
Projekt (20241) 805 Projektleiter MakeHeatSimple
Fellerstrasse 21
CH-3003 Bern
Fax: +41 58 463 26 98
E-Mail: beschaffung.wto@bbl.admin.ch

9.1.3 Gewünschter Termin für schriftliche Fragen

18.09.2020

Bemerkungen: Falls sich beim Erstellen des Angebotes Fragen ergeben, können Sie diese anonymisiert ins Frageforum auf www.simap.ch stellen.

Zu spät eingereichte Fragen können nicht mehr beantwortet werden.

Die Anbieter werden per E-Mail informiert, sobald die Antworten auf www.simap.ch publiziert sind.

9.1.4 Frist für die Einreichung des Angebotes

Datum: 23.10.2020

Formvorschriften:

Das vollständige Angebot (vgl. Vorgaben im Kapitel 7.2) ist bis spätestens 23.10.2020 in **2-facher Ausführung** (1-fach in Papierform und 1-fach in elektronischer Form auf einem Memory-Stick) dem BBL an die unter Ziffer 9.1.2. aufgeführte Adresse zuzustellen.

- a) Bei Abgabe an der Warenannahme des BBL (durch Anbieter oder Kurier):
Die Abgabe hat bis spätestens am oben erwähnten Abgabetermin, noch während den Öffnungszeiten der Warenannahme 08:00-12:00 und 13:00-16:00 Uhr gegen Ausstellung einer Empfangsbestätigung des BBL zu erfolgen.
- b) Bei Einreichung auf dem Postweg:
Massgeblich für die Fristwahrung ist der Poststempel oder Strichcodebeleg mit Möglichkeit der Sendungsverfolgung einer schweizerischen oder staatlich anerkannten

ausländischen Poststelle (Firmenfrankaturen gelten nicht als Poststempel). Bei Versand mit WebStamp Frankatur liegt die Beweislast für die fristgerechte Eingabe beim Anbieter.

- c) Bei Übergabe des Angebotes an eine diplomatische oder konsularische Vertretung der Schweiz im Ausland:
Ausländische Anbieter können ihr Angebot bis spätestens am oben erwähnten Abgabetermin, noch während den Öffnungszeiten gegen Ausstellung einer Empfangsbestätigung einer diplomatischen oder konsularischen Vertretung der Schweiz in ihrem Land übergeben. Sie sind dabei verpflichtet, die Empfangsbestätigung der entsprechenden Vertretung bis spätestens am Abgabetermin per Fax (siehe Ziff. 9.1.2) zu senden.

Der Anbieter hat in jedem Fall den Beweis für die Rechtzeitigkeit der Angebotseinreichung sicherzustellen.

Zu spät eingereichte Angebote können nicht mehr berücksichtigt werden. Sie werden an den Anbieter zurückgesandt.

9.1.5 Art des Auftraggebers

Bund

9.1.6 Verfahrensart

Offenes Verfahren

9.1.7 Auftragsart

Dienstleistungsauftrag

9.1.8 Gemäss GATT/WTO-Abkommen, resp. Staatsvertrag

Ja

9.2 Beschaffungsobjekt

9.2.1 Art des Dienstleistungsauftrages

90713000 Beratung in Umweltfragen
71314300 Beratung im Bereich Energieeinsparung
71314000 Dienstleistungen im Energiebereich

9.2.2 Ort der Dienstleistungserbringung

In den Räumlichkeiten des Zuschlagsempfängers sowie insbesondere in den Räumlichkeiten des BFE in Ittigen bei Bern.

9.2.3 Laufzeit des Vertrags

Q1 2021 – Q4 2023: 36 Monate für den Grundauftrag
Q1 2024 – Q4 2024: 12 Monate für die 1. optionale Verlängerung
Q1 2025 – Q4 2025: 12 Monate für die 2. optionale Verlängerung

9.2.4 Aufteilung in Lose

Nein

9.2.5 Werden Varianten zugelassen?

Nein

9.2.6 Werden Teilangebote zugelassen?

Nein

9.2.7 Ausführungstermin

Beginn: Q1 2021, Ende: Q4 2025 (Grundauftrag und Optionen)

9.3 Bedingungen

9.3.1 Kautionen / Sicherheiten

Keine

9.3.2 Zahlungsbedingungen

30 Tage nach Erhalt der Rechnung, netto in CHF, zuzüglich MwSt. Korrekte Rechnungsstellung mittels E-Rechnung vorausgesetzt.

Informationen der Bundesverwaltung zur E-Rechnung finden Sie auf folgender Webseite:
<http://www.e-rechnung.admin.ch/index.php>

9.3.3 Einzubeziehende Kosten

Alle Preisangaben sind in Schweizer Franken (CHF) und exkl. MwSt. auszuweisen. Der Preis exkl. MwSt. beinhaltet insbesondere Versicherung, Spesen, Sozialabgaben, etc.

9.3.4 Bietergemeinschaften

Nicht zugelassen.

9.3.5 Subunternehmer

Sind zugelassen. Zieht der Anbieter zur Leistungserfüllung Subunternehmer bei, übernimmt er die Gesamtverantwortung (Vertragsabschluss nur mit Hauptanbieter). Er führt alle beteiligten Subunternehmer mit den ihnen zugewiesenen Rollen auf.

9.3.6 Vergütung für die Offerte / Präsentation

Es wird keine Vergütung geleistet (es finden keine Präsentationen statt).

9.3.7 Sprachen für Angebote

Deutsch oder Französisch

9.3.8 Gültigkeit des Angebots

180 Tage ab Schlusstermin für den Eingang der Angebote.

9.3.9 Sprache der Ausschreibungsunterlagen

Ausschreibungsunterlagen sind in deutscher Sprache erhältlich.

9.4 Andere Informationen

9.4.1 Voraussetzung für nicht dem WTO-Abkommen angehörige Länder

Keine

9.4.2 Geschäftsbedingungen

Geschäftsabwicklung gemäss den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Bundes (AGB) für Dienstleistungsaufträge, Ausgabe September 2016, Stand September 2016.

Abrufbar unter <https://www.beschaffung.admin.ch/bpl/de/home/auftraege-bund/agb.html>

9.4.3 Verhandlungen

Bleiben vorbehalten. Die Bedarfsstelle führt nur dann Preisverhandlungen durch, wenn besondere Umstände wie die Klärung oder Konkretisierung der Anforderungen dies erfordern oder sie den Preis als unüblich erachtet.

9.4.4 Verfahrensgrundsätze

Der Auftraggeber vergibt öffentliche Aufträge für Leistungen in der Schweiz nur an Anbieter, welche die Einhaltung der Arbeitsschutzbestimmungen und der Arbeitsbedingungen für Arbeitnehmer sowie die Lohngleichheit für Mann und Frau gewährleisten.

Wird die Leistung im Ausland erbracht, so hat der Anbieter zumindest die Einhaltung der Kernübereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation nach Anhang 2a VöB zu gewährleisten.

Das Selbstdeklarationsblatt der Beschaffungskonferenz des Bundes (BKB) „Selbstdeklaration der Anbieterin bzw. des Anbieters betreffend die Einhaltung von sozialen Mindestvorschriften“ ist unterzeichnet dem Angebot beizulegen.

9.4.5 Geheimhaltung

Die Parteien behandeln alle Tatsachen und Informationen vertraulich, die weder offenkundig noch allgemein zugänglich sind. Im Zweifelsfall sind Tatsachen und Informationen vertraulich zu behandeln. Die Parteien verpflichten sich, alle wirtschaftlich zumutbaren sowie technisch und organisatorisch möglichen Vorkehrungen zu treffen, damit vertrauliche Tatsachen und Informationen gegen den Zugang und die Kenntnisnahme durch Unbefugte wirksam geschützt sind.

Keine Verletzung der Geheimhaltungspflicht liegt vor bei der Weitergabe vertraulicher Informationen durch die Auftraggeberin innerhalb des eigenen Konzerns (resp. innerhalb der Bundesverwaltung) oder an beigezogene Dritte. Für die Anbieterin gilt dies, soweit die Weitergabe für die Vertragserfüllung erforderlich ist oder Bestimmungen des Vertrages konzernintern weitergegeben werden.

Ohne schriftliche Einwilligung der Auftraggeberin darf die Anbieterin mit der Tatsache, dass eine Zusammenarbeit mit der Auftraggeberin besteht oder bestand, nicht werben und den Auftraggeber auch nicht als Referenz angeben.

Die Parteien überbinden die Geheimhaltungspflicht auf ihre Mitarbeitenden, Subunternehmer, Unterlieferanten sowie weitere beigezogene Dritte.

9.4.6 Integritätsklausel

Die Anbieterin und die Auftraggeberin verpflichten sich, alle erforderlichen Massnahmen zur Vermeidung von Korruption zu ergreifen, so dass insbesondere keine Zuwendungen oder andere Vorteile angeboten oder angenommen werden.

Bei Missachtung der Integritätsklausel hat die Anbieterin der Auftraggeberin eine Konventionalstrafe zu bezahlen. Diese beträgt 10 % der Vertragssumme, mindestens CHF 3'000.00 pro Verstoss.

Die Anbieterin nimmt zur Kenntnis, dass ein Verstoss gegen die Integritätsklausel in der Regel zur Aufhebung des Zuschlags sowie zu einer vorzeitigen Vertragsauflösung aus wichtigen Gründen durch die Auftraggeberin führt.

9.4.7 Sonstige Angaben

Vorbehalten bleiben die Beschaffungsreife des Projektes sowie die Verfügbarkeit der Kredite.

Der Auftraggeber behält sich vor, zugeschlagene Leistungen auch zugunsten weiterer Bedarfsstellen innerhalb der Bundesverwaltung erbringen zu lassen sowie die als Optionen definierten Leistungen ganz, teilweise oder gar nicht zu beziehen.

10 Anhänge

10.1 Referenzierte Anhänge

Nr.	Beschreibung	Vom Anbieter auszufüllen	Zur Information
1	Kriterienkatalog	X	
2	Preisblatt	X	
3	BKB Selbstdeklaration	X	
4	Formular Schlüsselpersonen	X	
5	Formular Referenzen	X	
6	Selbstdeklaration Urheberrecht	X	
7	Bewertungsbogen Umsetzungskonzept		X
8	Bereits umgesetzte Massnahmen MHS		X