

Vergabe der Leistung

Rahmenvereinbarung

Gestaltung & Hosting eines

Gäste- und Partnerweb

- Los 1: Gestaltung, technische Umsetzung & Services**
- Los 2: Hosting**

**Angebots-, Vergabe- und Vertragsbedingungen
inkl. Leistungsverzeichnis zur Ausschreibung des
Tourismus Oberbayern München e.V. (TOM e.V.)**

INHALTSVERZEICHNIS

1. ANGEBOTS-, VERGABE- UND VERTRAGSBEDINGUNGEN	4
1.1 Allgemeiner Teil	4
1.1.1 Auftraggeber	4
1.1.2 Hintergrund	4
1.1.3 Angaben zu den Leistungen	5
2. ZIELSETZUNG DER AUSGESCHRIEBENEN LEISTUNG	6
2.1. status quo oberbayern.de	6
2.2. Umgestaltung	6
2.3. Der Zukunfts-Anspruch des neuen Oberbayern Gästeweb umfasst folgende Punkte:	8
2.4. Das soll oberbayern.de können:	8
2.5. Evaluation und Reporting	10
3. Leistungsverzeichnis und Projektbestandteile	11
3.1. Los 1 Konzeption, Gestaltung & technische Umsetzung	11
3.1.1. Titel 1: Design- und Kreation in der Setupphase	10
3.1.2. Titel 2: Technische Umsetzung	12
3.1.2.1. Funktionsumfang an nachfolgenden Browsern	12
3.1.2.2. Implementierung CMS – Wordpress	13
3.1.2.3. Betreuung des Newsletters	15
3.1.2.4. Umzug der Inhalte von Typo3 zu Wordpress	16
3.1.2.4. Templates	16
3.1.2.5. Features Funktionen	17

3.1.2.6. Integration Kartentool	18
3.1.2.7. Performance	20
3.1.2.8. Volltextsuche	20
3.1.2.9. Mehrsprachigkeit	21
3.1.2.10. Social Media Integration	22
3.1.2.11. Partnerweb-Funktion (top.oberbayern.de)	22
3.1.2.12. Bilddatenbank (bilder.oberbayern.de)	23
3.1.2.13. SEO	23
3.1.2.14. Web-Analytics	24
3.1.3. Titel 3: Service und laufende Betreuung	25
3.1.4. Titel 4: Schulung & Dokumentation	26
4. KOSTENBLATT	28
5. Verfahrensbedingungen	30
5.1. Fragen zum Vergabeverfahren und zu den Vergabeunterlagen	30
5.2. <i>Vollständigkeits-/Unklarheiten</i>	30
5.3. <i>Angebotsabgabe</i>	30
5.4. <i>Form des Angebotes</i>	31
5.5. <i>Unterschriften</i>	31
5.6. <i>Bestimmungen über nicht berücksichtigte Angebote</i>	31
5.7. <i>Datenschutzklausel</i>	32
5.8. <i>Verschwiegenheit</i>	32
5.9. <i>Vergütung</i>	32
5.10. <i>Hinweis wenn kein Angebot abgegeben wird</i>	32
5.12. <i>Ausschreibungsfremde Bedingungen</i>	33
5.13. <i>Copyright und Schutzrechte</i>	33
5.14. <i>Vertragsbestandteile/einzureichende Angebotsunterlagen</i>	33
5.15. <i>Zahlungsbedingungen</i>	35
5.15.2. <i>Rechnungstellung</i>	35
5.16. <i>Sonstiges</i>	36
4. ANLAGEN	37

1. Angebots-, Vergabe- und Vertragsbedingungen

1.1 Allgemeiner Teil

1.1.1 Auftraggeber

Auftraggeber (AG) für die ausgeschriebene Leistung ist:

Tourismus Oberbayern München e.V.
Geschäftsführung Oswald Pehel
Balanstraße 57
81541 München

1.1.2 Hintergrund

Der Tourismus Oberbayern München e.V. ist die regionale touristische Dachorganisation der angeschlossenen Tourismusdestinationen und -partner im Regierungsbezirk Oberbayern. Zu den Kernleistungsfeldern gehört die politische Interessensvertretung für den Tourismusstandort, die Qualitätsentwicklung und das gebündelte Marketing für alle Mitglieder. Die digitalen Medien spielen in der B2C- als auch in der B2B- Kommunikation eine wichtige Rolle.

Die nachfolgend ausgeschriebene Gestaltung eines Gästewebs und Übernahme eines bestehenden Partnerwebs umfasst beide Bereiche. Mit der Umgestaltung sollen die Aufgaben und Funktionen des Oberbayern Tourismus innerhalb der digitalen Medien Rechnung getragen werden. Die wesentlichen Eckpfeiler hierzu wurden in einer Digitalen Strategie erarbeitet und dokumentiert.

Während der Oberbayern Tourismus im B2C Bereich eine stark inspirative Funktion im Entscheidungsprozess des Users und potenziellen Gastes einnimmt, erhält das Partnerweb die Kernfunktion des digitalen Wissensmanagements und Netzwerkplattform für den TOM e.V. und seine Unternehmenspartner. Um beiden Kernfunktionen optimal entsprechen zu können, sind die Vorgaben der Digitalstrategie über entsprechende Tools optimal und in enger Abstimmung mit der Geschäftsstelle des TOM e.V. zu entwickeln und zu implementieren.

Nach Fertigstellung und Onlinegang unterstützt das Bieter-/Vertragsunternehmen den TOM e.V. weiter bei der Betreuung und Fortentwicklung beider Säulen, bzw. fungiert auch als Impulsgeber für innovative und nutzenstiftende digitale Lösungen im Umfeld des Webauftritts.

1.1.3 Angaben zu den Leistungen

Bezeichnung der Ausschreibung:

Rahmenvereinbarung
Gestaltung & Hosting eines Gäste- und Partnerweb

Der Leistungsort ist

München

Der Vertragsbeginn ist der

01.10.2018

Projekttermine

08.10. – 14.12.2018 Setupphase
15.12.2018 - 14.12.2021 Betriebsphase

✚ Die Leistung ist strukturiert in zwei Losen:

- Los 1: Konzeption, Gestaltung & technische Umsetzung
- Los 2: Hosting

✚ Es wird eine Rahmenvereinbarung mit maximal zwei Wirtschaftsteilnehmenden ausgeschrieben. Es besteht keine Beauftragungspflicht oder Beauftragungsmenge seitens des Auftraggebers.

✚ Die Vereinbarung endet am 14.09.2021 ohne, dass es einer separaten Kündigung bedarf. Die Rahmenvereinbarung kann einmalig um 12 Monate verlängert werden. Sofern der Tourismus Oberbayern München e.V. das Optionsrecht in Anspruch nimmt, endet der Vertrag am 14.09.2022 ohne dass es einer Kündigung bedarf.

Es besteht keine Verpflichtung zur Inanspruchnahme der Verlängerungsoption durch Tourismus Oberbayern München e.V.

Die Vergabe der Leistungen erfolgt in einem Öffentlichen Verfahrens gem. § 8 Abs. 1 UVgO veröffentlicht im Bundesanzeiger vom 02.02.2017.

2. Zielsetzung der ausgeschriebenen Leistung

2.1. Status quo oberbayern.de

Die Funktion und Rolle des Oberbayern Tourismus in den digitalen Medien ist die 2015 erarbeitete und anschließend von den einschlägigen Gremien verabschiedete „Digitale Strategie“. Zudem wurde 2017 ein neues Gäste-web (oberbayern.de) anhand der Digitalen Strategie und des Corporate Designs ins Leben gerufen. Die Plattform dient als Inspiration für die definierte Zielgruppe.

Für oberbayern.de liegt derzeit und soll auch weiterhin der Schwerpunkt auf den vier definierten Kernthemen: Radln, Kultur, Wandern, Winter und deren Leitprodukte (soweit vorhanden) liegen.

Ein wesentlicher Bestandteil ist der Veranstaltungskalender. Auch hier werden die Veranstaltungen nach den Kernthemen geclustert. Die Veranstaltungen werden vom TOM e.V. ausgewählt und händisch jedes Jahr eingepflegt. Eine Schnittstelle wird hierfür nicht benötigt. Hinzu kommt die Darstellung der Ferienregionen Oberbayerns.

Das Leitprodukt zum Thema Radln, „WasserRadlWege Oberbayern“ spielt seit dem Frühjahr 2018 eine zentrale Rolle auf oberbayern.de. Das Produkt besteht aus drei themenbezogenen Schleifen (Kunst, Salz und Hopfen) mit ausgewählten POIs (Bett&Bike, themenbezogene POIs, Tourist-Infos, Bahnhöfen, etc.). Die POIs werden durch bestimmte Piktogramme auf der Karte ausgespielt. Die Pflege der gpx-Daten sowie der POIs wird derzeit vom TOM e.V. übernommen.

2.2. Umgestaltung

Die Grundarchitektur des Gäste- und Partnerwebs soll erhalten bleiben. Allerdings besteht der Bedarf, den Aufbau und die Präsentation von Contentelementen neu zu gliedern und zu optimieren. Ebenso soll auf ein einheitliches CMS umgestellt werden. Die bestehende Grundarchitektur wird in der nachfolgenden Darstellung unter Punkt 2.3. möglichst detailliert beschrieben um eine solide Angebotserstellung zu ermöglichen. Für die Umgestaltung der Webseite möchte der TOM e.V. seine Kernthemen und deren Leitprodukte noch mehr ins Schaufenster stellen. Der Gast soll schon auf der Startseite einen Überblick über die vier Kernthemen bekommen und sich durch maximal zwei Clicks zu den Leitprodukten führen lassen. Round-Ups sollen eine sehr geringe bis gar keine Rolle mehr spielen. Jedoch können die Kernthemen durch spezielle Highlights angereichert werden. Bei dem Thema Wandern, wo noch kein Leitprodukt vorhanden ist, werden Leuchtturmprojekte wie beispielsweise die Bergsteigerdörfer oder den Salzalpensteig ins Schaufenster gestellt.

Es ist ausdrücklich nicht Ziel, die Gesamtheit an touristischen Informationen – etwa in Form von Datenbanken oder umfassenden POI-Erhebungen in Kartensystemen zu präsentieren. Der TOM e.V. stellt im Gästeweb sein eigenes Inventar. Schwerpunkt der digitalen Kommunikation für Oberbayern liegt weiterhin in der Inspiration und der Vertrieb spielt keine Rolle auf oberbayern.de.

Der TOM e.V. sieht oberbayern.de als Präsentationsfläche für seine eigenen Produkte, bei denen durch gezielte Darstellung von POIs auf die Ferienregionen in Oberbayern aufmerksam gemacht wird.

Beispiel WasserRadlWege Oberbayern:

Der neukonzipierte Fernradweg führt durch ganz Oberbayern entlang an interessanten POIs der einzelnen Regionen. Der Radweg ist ein eigenes TOM-Produkt, die POIs jedoch kommen aus den Partnerregionen. Bei der Erwähnung/Darstellung der POIs wird direkt auf die entsprechende Webseite weitergeleitet. Somit wollen wir doppelt gepflegte Inhalte und mögliche Unstimmigkeiten bei der Information vermeiden.

Das Gästeweb erhält auch eine gewisse Informations- bzw. Verteilerfunktion zu den Tourismusregionen Oberbayerns. Wichtig ist in diesem Zusammenhang das optimale digitale Ineinandergreifen der Tourismusebene Oberbayern sowie die der Destinationen und Orte. Während der Schwerpunkt Oberbayerns bei der Inspirationswirkung, weniger bei Präsentation und Information liegt, greift diese Betrachtung in umgekehrter Weise bei den Destinationen und Orten, wo der Informationsaspekt klar im Fokus steht, dafür weniger der Aspekt der Inspiration:

Diese Tourismusregionen sind aktuell:

- Alpenregion Tegernsee Schliersee
- Ammersee-Lech
- Berchtesgadener Land
- Chiemgau
- Chiemsee-Alpenland
- Ebersberger Grünes Land
- Inn-Salzach
- Landeshauptstadt München
- Münchener Umland
- Hopfenland Hallertau
- Pfaffenwinkel

- StarnbergerAmmersee
- Tölzer Land
- Zugspitz-Region.

2.3. Der Zukunfts-Anspruch des neuen Oberbayern Gästewebs umfasst folgende Punkte:

- **Mobile first**
- Oberbayern.de ist der **inspirativste Reiseführer für Oberbayern**
- Der TOM e.V. stellt die **Leitprodukte** ins Schaufenster (Inspiration)
- **Stetige Weiterentwicklung** und Anpassung der Seite an Neuerungen
- **Keine Konkurrenz** und **Benutzung** von Partnerregionen

2.4. Das soll oberbayern.de können:

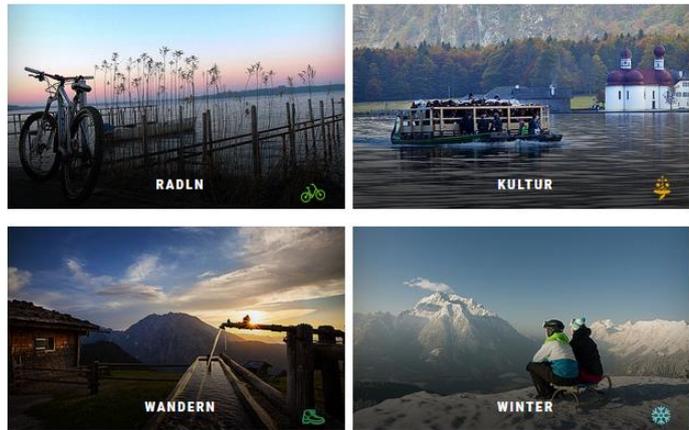
- Anlehnung an bisherige Gestaltungselemente
- Raute im Headerbild – anders Positionieren, da die Bilderauswahl eingeschränkt ist



- Herz als Trenner



- Einbindung der Piktogramme



- Navigation

- Benchmark: Zürich: <https://www.zuerich.com/de>
- Dauerhaft eingblendete Navigation auf farbigem Balken
- Mögliche Anordnung: Logo, 4 Kernthemen, Ferienregionen, Wetter, Service
- Bei anklicken von einem Kernthema in Ebene 1, fährt die Navigation nach unten aus und es erscheint rechts oder links eine Bild mit Hinweis auf unser thematisch passendes Leitprodukt.



- Magazinartiger Aufbau – Inspirativ durch (Bewegt-)Bild
- Startseite
 - Darstellung der vier Kernthemen
 - Darstellung der Rubrik Veranstaltungen und Ferienregionen
 - Einbindung eines Social Hubs (Integration der Social Media Kanäle der Partner)
- Veranstaltungen mit Georeferenzierung, Filterung nach Datum, Kategorie (4 Kernthemen), Ort
- Ausspielen der getaggten Veranstaltung auf allen Seiten (Bsp. Radln → Alle getaggten Radlevents)

2.5. Evaluation und Reporting

Die Evaluation und das Reporting orientieren sich an messbaren Größen, welche sich wie folgt darstellen:

Das Tracking der Webseiten-Besucher erfolgt mittels Google Analytics innerhalb des Google Tag-Managers. Neben den oben erwähnten Standard-KPIs sollen nachfolgende Aktivitäten gemessen werden:

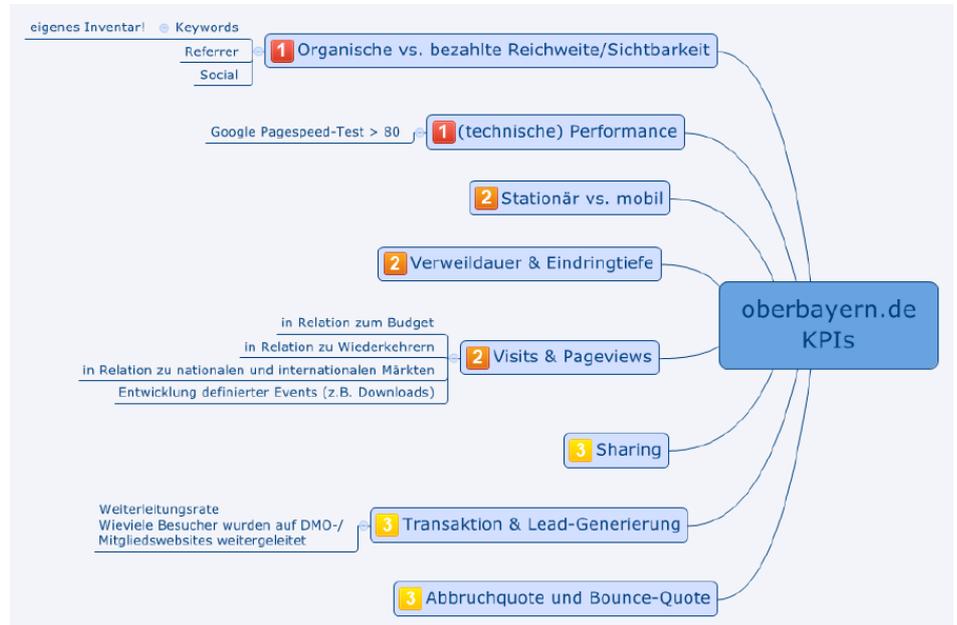
- Beim Reporting ist dem TOM e.V.

wichtig, dass alle Verlinkungen auf der Seite getrackt werden können. Da oberbayern.de eine Verteilerfunktion einnimmt, möchte der TOM e.V. seinen Partnern ein Feedback über den weitergeleiteten Traffic bieten.

- Individuelle Ereignisse wie Button-Klicks, Bilder öffnen, Scroll-Down, etc. sowie das Absenden von Formularen, individuellen Events (Menü geöffnet) als auch Kombinationen aus mehreren Interaktionen sollen gemessen werden können.
- Bestimmter URL auf den Broschüren um herauszufinden, wer durch unsere Printmedien auf oberbayern.de stößt. Bsp. Radlbroschüre wird mit dem Link oberbayer.de/radln versehen
- Onlinewerbung, wer und wie viele kommen durch die Anzeige XY auf oberbayern.de?

Gefordert wird eine Mitarbeiterschulung zum Thema Google Analytics um die wichtigsten Daten filtern zu können. Zudem wird eine halbjährliche Analyse aus Google Analytics und SearchConsol vom Auftragnehmer gefordert.

Der Auftragnehmer wird die Einrichtung des Google Analytics Kontos vornehmen.



3. Leistungsverzeichnis und Projektbestandteile

TOM e.V. geht von folgenden Leistungsbausteinen im Losverfahren aus. Eine losweise Vergabe ist möglich.

3.1. Los 1 Konzeption, Gestaltung & technische Umsetzung

3.1.1. Titel 1: Design- und Kreation in der Setupphase

Der nachfolgende Bedarf wurde nach dem Wissensstand zum Zeitpunkt der Ausschreibung abgeschätzt, Abweichungen sind je nach Projektverlauf möglich.

- Erstellung eines neuen, innovativen Screendesigns auf Basis der Customer Journey und des Corporate Design und in Anlehnung an die derzeitige Webseite für eine exzellente User-Experience auf allen Geräten mit Berücksichtigung der definierten Zielgruppen
 - Startseite Mobil
 - Startseite Desktop
 - Kartenapplikation anhand der WasserRadlWege Oberbayern
 - Detailseite anhand der WasserRadlWege Oberbayern
 - Inhaltseite anhand der WasserRadlWege Oberbayern
 - Detailseite anhand der Ferienregionen
 - Inhaltseite anhand der Ferienregionen
 - Detailseite anhand der Veranstaltungen
 - Detailseite anhand der Veranstaltungen
 - Kartenapplikation anhand der Veranstaltungen
- Logische Nutzerführung
- Nutzerorientiertes und gelerntes Bedienkonzept
- Suchmaschinenoptimiert
- Berücksichtigung des Mobile Touch/ Mobile-First Ansatzes (responsive Darstellung)
 - Fließende Übergänge
 - Keine Breakpoints
 - Ähnlicher Aufbau auf allen Endgeräten
- Erstellung modularer Templates
- Templates müssen sich an den Besonderheiten verschiedener Eingabegeräte zur späteren Bedienung der Internetseite (Maus/Tastatur/Touchscreen) orientieren

- Vorschläge zur Integration und Darstellung von technischen Features soweit möglich und soweit sinnvoll
- Vorschläge zur Einbindung und Darstellung eines Kartentools soweit möglich
- Einbindung des Kartentools naturtrip.org
- Vorschläge zur optimalen Integration der Destinationen und Partner (Ferienregionen)
- Durchführung eines Vorort Kickoff-Workshops (1 Tag) mit TOM e.V.
- Vorstellung und Abstimmung der Screendesign-Entwürfe entsprechend CD-Vorgaben und anhand des bisherigen Webauftritts mit 5 inkludierten Korrekturschleifen
- Absprache mit Web-Agentur während und nach dem Layoutprozess eigenständig durchführen um die Umsetzbarkeit der grafischen Elemente sicherzustellen

3.1.2. Titel 2: Technische Umsetzung

Der nachfolgende Bedarf wurde nach dem Wissensstand zum Zeitpunkt der Ausschreibung abgeschätzt, Abweichungen sind je nach Projektverlauf möglich.

Die Internetpräsenz soll mit einer leistungsfähigen, wordpress basierten CMS-Lösung umgesetzt werden, welches mehrsprachig zur Verfügung gestellt wird. Es dürfen keine weiteren Lizenzkosten und zusätzliche Installationen von Programmen auf den TOM e.V. zukommen.

Der Auftragnehmer bietet dem Auftraggeber eine eintägige Einführung in das CMS System. Zudem wird eine Anleitung vom Auftragnehmer bereitgestellt.

Im Backend werden Benutzer, Benutzerrollen und Zugangsberechtigungen verwaltet. So lassen sich einfach weitere Benutzer und Extranet-Zugänge mit verschiedenen Berechtigungen anlegen. Das zeitabhängige ausspielen von Inhalten wird vorausgesetzt.

3.1.2.1. Funktionsumfang an nachfolgenden Browsern

Die Umsetzung ist komplett auf Basis aktueller Web-Standards, HTML5, inklusive semantisches Markup und responsiv abzustellen. Microsoft Edge Browser müssen in vollem Funktionsumfang bespielt werden können:

Unter Windows 7 und 8:

- Microsoft Internet Explorer 11 und neuer

- Mozilla Firefox 40 und neuer
- Google Chrome 40 und neuer
- Opera 26 und neuer

Unter Mac OS X 10.9 und neuer

- Safari 6 und neuer
- Mozilla Firefox 40 und neuer
- Google Chrome 30 und neuer
- Opera 26 und neuer

Mobile Geräte und mobile Browserversionen:

- Apple iPad 3 und neuer
- Google Nexus 4, 5, 7 und 10
- Apple iPhone 4S und neuer
- Apple-Geräte mit iOS 6 und neuer
- Android-Geräte mit Android-Version 4 und neuer

Das Responsive Webdesign soll eine optimale Darstellung der Webseite auf allen Endgeräten unabhängig der eingesetzten Displaygröße ermöglichen. Das Design passt sich der Displaygröße an und arrangiert die Inhalte zur optimalen Lesbarkeit.

3.1.2.2. Implementierung CMS – Wordpress

Der Auftraggeber erwartet ein Open Source-Lösung mit **Wordpress**.

Das CMS muss über eine **Workflow-Unterstützung** verfügen und damit eine langfristige Planung der Redaktion, Freigabe und Veröffentlichung von Artikeln (Gültigkeits- und Veröffentlichungs-Zeiträume) ermöglichen.

Das CMS muss insbesondere einen **hohen Unterstützungsgrad** im **Bereich SEO** aufweisen; dabei müssen insbesondere Title, Description und sprechende URL unabhängig vom eigentlichen redaktionellen Inhalt vom Online-Redakteur gepflegt werden können. Saubere, aussagekräftige sprechende URLs ohne unnötige URL- Parameter und IDs werden dabei selbstverständlich vorausgesetzt. Die SEO-Funktionalitäten müssen nicht nur auf Deutsch, sondern in allen unterstützten Sprachen gegeben sein.

Nicht publizierte Inhalte müssen über eine **Vorschaufunktion** angezeigt werden können. Es wird eine **komfortable Medienverwaltung** und Distribution redaktioneller Contents, Bilder, Medien, Geodaten/POIs innerhalb des CMS erwartet. Darüber hinaus ist die Verwendung von Tagging/Profiling zwingend erforderlich (insbesondere für Blog-ähnliche Bereiche).

Jedes Informationsobjekt im CMS muss außerdem mit **geographischen Informationen** (Geo-Koordinaten, Regionszuordnung etc.) verknüpft werden können.

Nachdem nur eigens kreierter Content eingepflegt wird, ist im Rahmen der Vertragslaufzeit vorgesehen, dass seitens des Auftragnehmers Schnittstellen zur Verfügung gestellt werden, um diesen Content als Open Data auch über Endgeräteapplikationen wie Siri und Alexa nutzbar zu machen.

Die **Bildbearbeitung- und verwaltung** soll komfortabel gestaltet sein. Darunter versteht der Auftraggeber u.a.:

- eigener Medienbereich, der mit Ordnern und Suchfunktionen schnell und einfach sortiert werden kann
- Bilder werden automatisch optimiert und in der Auflösung reduziert damit die Ladegeschwindigkeit nicht beeinträchtigt ist
- Pflegbare Titel, Alt-Texte, Beschreibung, Tags etc. in mehreren Sprachen
- Umbenennung der Bilder im CMS – Bilder gehen im Frontend dadurch nicht verloren
- Betitelung der Bilder in Deutsch und Englisch im Bildverwaltungstool → Bilder müssen nicht bei jedem mal, wo man sie benutzt benannt werden
- Auspielung des Bildtitels, wenn man mit der Mouse über ein Bild fährt
- Copyright Hinweis sichtbar im Backend des Wartungsbereiches sowie im Frontend der Plattform.
- Bilddaten in Google-Bildersuche einschließen
- Upload von mehreren Dateien gleichzeitig
- Zusätzlich ist ein hoher Unterstützungsgrad im Bereich Bildbearbeitung gewünscht:
 - Skalierung der Bilder für verschiedene Bildtypen (Manual Image Crop)
 - Bildfokus ist frei wählbar
 - Stichwort: responsive Umsetzung

Die gesamte Webseite muss durchgängig **deeplinkfähig** sein, d.h. Filterzustände müssen über eine eigene URL erreichbar sein. In den Publikationen der TOM e.V. werden Kurz-URLs zur Bewerbung von Contents verwendet (Bsp. raldn.oberbayern.de). Die selbstständige Pflege und Verwaltung von Kurzlinks muss über das CMS gewährleistet werden.

Da bestehende Anwendungen, wie das **Zutrittssystem, Wetterdaten, Schneehöhen** etc. in das neue Portal ebenfalls übernommen und integriert werden sollen, ist eine technische Verknüpfung der Inhalte zwingend erforderlich (bspw. über Suchkontexte). Dies sollte ohne technische Umbrüche geschehen. Contents müssen flexibel kontextbezogen über das CMS an unterschiedlichen Stellen ausgespielt werden können (z.B. Startseite, Kampagnenseiten oder Suchkontexte). Beispiele: Outdooraktive, naturtrips.org, googlemaps, etc.

Die Pflege der **mehrsprachigen Contents** muss ebenfalls über das CMS gewährleistet werden. Zudem ist auch geplant, per Lokalisierung Contents spezifisch sowie teilweise regional/auf Märkte bzw. im Partnerweb begrenzt auszuspielen. Im Zusammenhang mit der Mehrsprachigkeit weist der Auftraggeber darauf hin, dass damit nicht einfach das Kopieren und Übersetzen von Objekten gemeint ist, sondern eine echte Mehrsprachigkeit auf Objektebene. Von jeder Seite und von jedem Beitrag wird die entsprechende Übersetzung unmittelbar durch Klick auf das Sprachsymbol aufgerufen. Somit führt der Klick auf das Sprachsymbol stets auf die Übersetzung der geöffneten Seite bzw. des geöffneten Beitrags.

Die gesamte Website soll nach den Richtlinien [WCAG 2.0 \(AAA\)](#) barrierefrei gestaltet werden.
Die Realisierung der Website muss die technischen Anforderungen der DSGVO erfüllen.

Die Webseite sollte in einer Entwicklungsumgebung geschaffen werden, damit die jetzigen Webseiten weiterhin online erreichbar sind.

3.1.2.3. Betreuung des Newsletters

Seit zwei Jahren arbeiten wir mit dem Newslettertool CleverReach um unsere Partner über Neuigkeiten zu informieren. Die Inhalte für den Newsletter speisen wir aus dem [Partnerweb \(TOP\)](#) und verlinken auch vom Newsletter in die entsprechenden Beiträge im TOP. Die Schnittstelle zu CleverReach muss implementiert werden, zudem sollten

Vorerst ist ein B2C-Newsletter nicht angedacht. Dies kann sich jedoch im Projektverlauf noch ändern. Die Schnittstelle zu CleverReach muss implementiert werden, zudem soll das Template für den B2B-Newsletter angepasst und für den B2C-Newsletter ggfs. neu erstellt werden. Eine Betreuung durch gezielte Analysemaßnahmen und Optimierungen werden vom Auftragnehmer erwartet.

3.1.2.4. Umzug der Inhalte von Typo3 zu Wordpress

Die Inhalte der bestehenden Typo3 Websites sollen durch Migrationstools für die neue Website übernommen werden, um die manuelle Übernahme der Inhalte zu vermeiden.

Templates, Features & Funktionen

Das Projekt beinhaltet die Erstellung der notwendigen Templates für das Portal durch den Auftragnehmer. Die Festlegung der Anzahl und Inhalte der Templates und einzelnen Features & Funktionen erfolgt im Kickoff-Workshop mit dem Auftragnehmer nach Auftragsvergabe. Für die Festlegung der Template-Designs sind fünf Korrekturstufen vorgesehen. Grundsätzlich ist eine möglichst **flexible Templatestruktur** erwünscht, der Auftraggeber kann die Inhalte flexibel und selbstständig anpassen. Nach Projektabschluss übergibt der Auftragnehmer sämtliche Rechte zur Weiterverarbeitung, Veränderung und Nutzung der gesamten Anwendung an den Auftraggeber.

3.1.2.4. Templates

Nachfolgende Templates sollten mit Absprache durch den Auftraggeber und der entwickelten Grafiken umgesetzt werden:

- Teaserboxen mit integrierten Piktogrammen
- Herz als Trenner
- Bei gewissen Elementen darf mit der Naht gespielt werden (siehe Checkboxes)
- Raute als Wiedererkennung
- Dauerhafte Navigation (Stationär: ähnlich wie bei Zürich, Mobil: Buser-Menü)
- Bild-Text-Boxen mit eigenen TOM-farben (Primär-/Sekundärfarbe pro Thema)
 - Bild klickbar gestalten
 - Bildtitel integrieren
 - Link in Textbox integrieren
 - Wahlweise Bild oben, unten, links oder rechts

- Beliebige Anzahl an Wörtern ohne, dass es zu einer fehlerhaften Darstellung kommt



- Checkboxes möglichst flexibel halten (Überschrift frei wählbar, auch nur die Darstellung einer Box möglich, beliebige Anzahl an Stichpunkten, Verlinkungen einbauen)
- Farbkodierung nach TOM-Farben und Kernthema (Winter = blau, Radln = grün, etc.)



3.1.2.5. Features | Funktionen

- Integration eines Kartentools (Drittanbieter oder Wordpress Kartentool)
- Veranstaltungskalender
 - Suchfunktion (Wörter, Zeitpunkt, Ort, Thema)
 - Events können getaggt werden (4 Kernthemen + Ferienregion) → Veranstaltungen können auf Unterseiten zu Kernthema oder Region ausgespielt werden
 - Georeferenzierung – Veranstaltungslocation wird in einem Kartentool eingeblendet
 - Möglichkeit der Darstellung des Veranstalters
 - Möglichkeit der Darstellung auf die entsprechende Ferienregion
 - Bildergalerie einbinden

- Animierte Kartenlösungen
 - Illustrierte Oberbayernkarte klickbar gestalten (Bsp. Gast klickt auf Starnberg → automatische Weiterleitung auf entsprechende Unterseite oder sogar direkt zur Regionsseite)
 - Illustrierte Kartenausschnitte als Orientierungshilfe einbauen
- Wetter-PlugIn
 - Auf Basis eines lizenzfreien Wetterdienstes
 - Darstellung des aktuellen Wetters als Widget innerhalb der Contentseite
 - Darstellung des aktuellen Wetter aus einer interaktiven Karte
 - Ausgabe eines Forecasts innerhalb der Webseite
 - Ausspielung von wetterabhängigen Tipps (Alle Inhaltstypen)
- Datensatz PlugIn
 - Datumsabhängige Veröffentlichung und Archivierung
 - Anlegen einer Veranstalter-Kartei bei Veranstaltungen
 - Anlegen einer Veranstaltungsort-Kartei bei Veranstaltungen
 - Darstellen einer Galerie
 - Bereitstellen von PDF-Datei
 - Zeitplanung/Abfolge innerhalb einer Veranstaltung
 - Erstellen von individuellen Kategorien
 - Geo-Coding inkl. intuitiver Karte im Backend
 - Konfiguration von preisstaffeln
 - Verknüpfung an Tag2Hashtag-Technologie
 - Komfortable Konfiguration von Öffnungszeiten
 - Darstellung als Teaser oder Listenansicht
 - Freikonfigurierbarer Filter
 - Eigene Sitemap.xml Generierung
 - Verknüpfbar an Schnittstellen

3.1.2.6. Integration Kartentool

Geografische Informationen und eine geografische Navigation sind heute wesentlicher Bestandteil zeitgemäßer Tourismuswebsites. Der TOM e.V. erwartet daher bei der Konzeption des neuen Portals die

Integration eines Kartentools als wesentliches Element, wo es sinnvoll erscheint. Derzeit haben wir ein Leitprodukt, die WasserRadlWege Oberbayern, wo ein Kartentool unabdingbar ist.

Für die Integration des Kartentools gelten folgende Rahmenbedingungen/Anforderungen:

- Integration von Google Maps gemäß aktuellster API-Dokumentation
- Nutzbarkeit über alle Geräte hinweg: Desktop, Tablet, Smartphone.
- Die Kartenlösung sollte optional die Möglichkeit bieten, auch andere (kommerzielle) Kartenlayer bzw. eine andere Kartographie zu nutzen.
- Folgende Datentypen müssen über die CMS-Umgebung gepflegt und in der Karte abgebildet werden können:
 - POIs inkl. Profilinginformationen/Tagging sowohl aus der zu liefernden CMS-Umgebung Touren /Strecken (die Pflege der Touren inkl. GPX/KML-Daten ist über die CMS-Umgebung zu ermöglichen)
 - Darstellung der POIs durch Piktogramme in der Karte
 - Darstellung der Details (Webseite, Telefonnummer, Name, Adresse) eines POIs inklusive Bild
 - Externe Dienste für Wetter und Webcams
 - Die Kartenintegration muss kontextbezogen erfolgen und auch parametrisiert ansteuerbar sein; so sollen z.B. im redaktionellen Kontext eines strategischen Leitproduktes (Rad – Oberbayerische Radrunde) die Wasser-Erlebnispunkte in der Karte vorausgewählt sein.
- Die Pflege des Kartentools sollte auch für Leyen möglich sein
- Das Kartentool sollte dem User ermöglichen, sich die Strecke von einem beliebigen Startpunkt zu einem beliebigen Endpunkt anzeigen zu lassen. Informationen zum Höhenprofil, Kilometeranzahl und Dauer sollten gegeben sein
- GPX-Daten sollten sich für den User einfach herunterladen lassen und auf jeglichen Endgeräten ausgespielt werden können

Der Austausch über die Integration des Kartentools erfolgt in einem Kickoff- Workshop nach Auftragsvergabe.

3.1.2.7. Performance

Das Thema „Performance“ nimmt im Rahmen des Projektes eine zentrale Rolle ein. Performance ist heute der entscheidende Akzeptanzparameter nicht nur für eine exzellente User-Experience an allen Endgeräten, sondern auch ein immer maßgeblicherer Erfolgsfaktor für das Ranking bei Google.

Daher hat der Auftragnehmer die gesamte Konzeption unter der Maßgabe „Performance First“ (siehe Strategische Eckpunkte) auszurichten.

Aus technischer Sicht sind dabei neben einer exzellenten Backendperformance folgende Maßnahmen zu treffen:

- Generierung von validem Code (HTML 5, CSS 3)
- Serverseitige Komprimierung des HTML-/CSS-/JS-Codes vor Auslieferung
- Verwendung von Google mod_pagespeed auf dem Webserver (<http://code.google.com/p/modpagespeed>)
- Verwendung von Varnish als Forward-Cache (<https://www.varnish-cache.org>)
- CSS-Sprites einsetzen (z.B. per <http://csssprites.org>)
- Cache-Expires setzen
- Im Zuge der responsiven Umsetzung: Nutzung von gerätespezifischen Bildern in der jeweils richtigen Größe, adaptive Bildauslieferung
- Die statischen Ressourcen über ein CDN oder zumindest eigene Subdomain ausliefern lassen.

Für die Abnahme des Projektes ist ein optimales Test-/Validierungsergebnis im Google Pagespeed-Test unter <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/> zwingend; der Auftraggeber erwartet hier ein Testergebnis von > 75 Punkten, sowohl für die Desktop wie für die mobile Version.

Ein Bestehen des Google Mobile-friendly-Tests ist ebenfalls obligatorisch: <https://www.google.de/webmasters/tools/mobile-friendly/>

3.1.2.8. Volltextsuche

Der Auftraggeber erwartet im Rahmen des Projektes die Bereitstellung einer intelligenten Volltextsuchlösung mit folgenden wesentlichen Leistungsmerkmalen:

- Integration aller relevanten Contentquellen und Contenttypen
- Bewertung der Relevanz der Treffer

- Auto-Suggest, Did-you-mean-Funktion (Suche funktioniert auch mit Rechtschreibfehlern ohne eine Zulieferung des Auftraggebers von mögliche Fehlerquellen bei bestimmten Wörtern)
- Mehrsprachigkeit
- Semantische Interpretation
- Autovervollständigung bei Eingabe in Echtzeit
- Suchergebnisse werden mit Bild und Infotext ausgegeben
- Darstellung von Live-Meta-Informationen wie z.B. „Jetzt öffnen“-Anzeige bei entsprechenden Datensätzen oder Wetter-Information
- Filterung nach Inhaltstypen (Veranstaltungen, POIs, Angebote, Seiten, Regionen, Orte)
- Filterung nach Themen möglich
- Darstellung von geobasierten Einträgen auf einer separaten Karte
- Vergabe von Gewichtung möglich
- Synonym- und Stammwort-Erkennung
- Unterstützung von Mehrsprachigkeit
- Freie Darstellungsarten (Kachel, Liste, Teaser)
- Freie Wahl der indizierten Inhalte und Teil-Inhalte

3.1.2.9. Mehrsprachigkeit

Im Rahmen des Projektes sollen alle Contents internationalisiert werden können. Dazu gehört zunächst die Aufbereitung der Contents für die Sprachen DE und EN.

Alle Portalfunktionalitäten und statischen Elemente (Formulare, Labels, automatische Mailtexte etc.) müssen ebenfalls für die Mehrsprachigkeit in mindestens den zwei genannten Sprachen vorbereitet sein. Außerdem müssen die gängigen Internationalisierungslogiken (z.B. Datumsformate, unterschiedliche Lauflängen von Texten je nach Sprache etc.) berücksichtigt werden.

Das Portal muss jedoch grundsätzlich mehrsprachig ausgelegt sein, so dass eine spätere Implementierung weiterer Sprachen problemlos und mit geringem Aufwand möglich ist.

Der User soll die Möglichkeit bekommen, bei jeder Unterseite auf einen Button „EN“ zu klicken und sofort auf der entsprechenden englischen Unterseite landen – nicht auf der Startseite.

3.1.2.10. Social Media Integration

Der TOM e.V. erwartet eine zeitgemäße, innovative Integration von Social-Media-Kanälen und -Features, die Nutzen stiften und im SEO-Ranking Vorteile bringen. Im Fokus stehen hierbei Facebook, Youtube, Pinterest und Instagram. Aber auch Google+, Twitter, Flickr, Podcasts und Blog-Beiträge sollen ausgespielt werden können. Die Kanäle können durch den Content-Manager ausgewählt werden. Eine flexible Filterung nach Regionen und/oder Themen erlauben dem Nutzer eine Fokussierung der Nachrichten nach eigenen Bedürfnissen. Die moderierten Einstiegsseiten erlaubt die redaktionelle Auswahl von Highlights, um wichtige News aus den sozialen Medien fest verankern zu können. Der Einsatz von datenschutzkonformen Social Media Integrationsbutton müssen angeboten werden.

Die Integration dieser Kanäle soll dabei nicht (nur) über die Standard-Widgets erfolgen, sondern über die jeweilige API. Der Auftraggeber geht davon aus, dass sich der Auftragnehmer im Zuge der Angebotslegung selbstständig über den Funktionsumfang der APIs über die öffentlich zugänglichen Online-Dokumentationen auf den jeweiligen Plattformen informiert und im Angebot/Konzept eine aus seiner Sicht sinnvolle Implementierung vorschlägt.

Als Basis-Funktionalität müssen auf allen Seiten Open-Graph-Tags integriert werden. Social Media-Aktivitäten erfolgen in erster Linie in der Interpretation von vorhandenen Social Media-Contents im Web, auch eigene Aktivitäten sind künftig denkbar.

Die Integration eines Social Media Hubs mit chronologisch sortierten Nachrichten Stream ist Voraussetzung.

3.1.2.11. Partnerweb-Funktion (top.oberbayern.de)

Das derzeitige Tourismus Oberbayern Partnernetz, kurz TOP, basiert bereits auf Wordpress. Das System würden wir gerne so wie es ist übernehmen und an der ein oder anderen Stelle anpassen.

Mögliche Anpassungen:

- Integration von Push-Nachrichten
 - o Pushen von neuen Beiträgen und Veranstaltungen
 - o Individuelle Push-Nachrichten
 - o Tracking über Google Analytics
 - o Änderung der Navigation
- Ausbau des geschlossenen Bereichs
 - o Abrufbarkeit von Webinaren

- Vereinfachung der Darstellung und Anwendung in Anlehnung an gelerntes Verhalten durch Social Media Kanäle
- Veröffentlichte Beiträge auf der Startseite sollen durch einen gesetzten Hacken im Backend auch automatisch auf einer möglichen B2B-Oberbayern-Facebook-Seite ausgespielt werden können
- Integration eines Partner-Newsletter-Tools

Weitere Entwicklungen und Anpassungen können sich im Projektverlauf ergeben.

3.1.2.12. Bilddatenbank (bilder.oberbayern.de)

Derzeit arbeiten wir mit einer ausgelagerten Bilddatenbank. Diese ist hauptsächlich für Presseanfragen gedacht und wird durch unser eigenes Bildmaterial gefüttert. Auf Dauer hätten wir die Bilddatenbank gerne auf oberbayern.de in der sogenannten Medienecke integriert. Das bedeutet, wir wollen zu den entsprechenden Pressemeldungen Bilder hochladen, die in hoher Auflösung dort von Journalisten heruntergeladen werden können. Zudem soll es in der Medienecke auch eine Möglichkeit geben Bilder hochzuladen, die dann von Usern nach Themen und Region gefiltert werden können. Es ist erwünscht, dass die Bilddatenbank eine Passwortschnittstelle zum Download bereitstellt.

3.1.2.13. SEO

Im Rahmen des Projektes müssen folgende Anforderungen an optimale SEO-Rahmenbedingungen erfüllt sein:

- Title und Description müssen unabhängig von anderen Bearbeitungsmöglichkeiten verändert werden können.
- Komplette pflegbare Navigation mit ALT-Texten je Link in der Navigation
- Umsetzung einer korrekten Headline-Hierarchie (h1 bis h3) im Inhalt
- keine Generierung von doppelten Inhalten
- Korrekte Auszeichnung der Inhalte durch Meta-Tags für index/noindex bzw. follow/nofollow sowie NOODP.
- Möglichst performante Umsetzung aller Seiten und Anwendungen, dabei Nutzung von CSS-Sprites, validem HTML-Code, komprimierte Auslieferung von CSS-/JS-Code, ggf. asynchrones Nachladen von Bildern und Inhaltselementen etc.

- Korrekte semantische Auszeichnung aller geeigneten Inhaltstypen gemäß Microformats, vgl. <http://microformats.org/> und schema.org, vgl. <http://schema.org/docs/schemas.html>
- Generierung einer korrekten sitemap.xml für Google für alle Inhaltselemente des neuen Portals; Eintragung in Google Webmaster-Tools; Einrichtung robots.txt und Registrierung in Google Webmaster-Tools
- Korrekte 301er-Weiterleitungen für die wichtigsten 50 eingehenden Link-URLs des bestehenden Portals auf die jeweils neue URL
- Alle Seiten und Anwendungen müssen zustandslos (stateless) umgesetzt werden, kein Einsatz von Session-IDs/Cookies
- individuelle Benennung von Bildern inkl. ALT- und Title-Tag
- URL-Ausgabe in Textform ohne Parameter und Zahlen (lesbare, saubere URLs); URLs müssen redaktionell pflegbar sein.
- Eindeutige Startseiten URL für (www.)oberbayern.de (mit und ohne www.)
- Korrekte Fehlerseiten für die http-Status 404, 403 und 500.
- Fallbackregel für die Generierung von Title und Meta-Tags (Title und Description), sofern nicht vom Redakteur gepflegt.

3.1.2.14. Web-Analytics

Für die Erfolgskontrolle des Portals ist ein durchgängiges Tracking-Konzept notwendig. Als Trackinginstrumente soll Google Analytics verwendet werden.

Die Übersicht der Key Performance Indikatoren zur Erfolgsmessung der digitalen Kommunikation des TOM e.V. wurden bereits fixiert, bedürfen aber einer weiteren Detaillierung nach Auftragsvergabe. Diese Überlegungen bilden den strategischen Unterbau für ein umfassendes Web-Controlling-Konzept. Der Auftragnehmer soll gemeinsam mit dem Auftraggeber ein weiterführendes Detailkonzept erarbeiten, in dem ergänzend auch Aspekte wie die Struktur und der Aufbau eines monatlichen/jährlichen Reportings, Interpretation und mögliche Schlussfolgerungen für die Weiterentwicklung und Optimierung, Frequenz der Auswertung beleuchtet werden sollen.

Der Auftraggeber erwartet dabei mindestens die Nutzung und Implementierung folgender Funktionalitäten:

- Kampagnen und Besucherquellen
- Seitentracking

- Ereignistracking
- Benutzerdefinierte Dimensionen und Messwerte
- Soziale Interaktionen
- Definition von Bereichen (Produktmarken)

Die Implementierung des Codes muss datenschutzkonform nach deutschem Recht erfolgen.

Der nachfolgende Zeitbedarf wurde nach dem Wissensstand zum Zeitpunkt der Ausschreibung abgeschätzt, Abweichungen sind je nach Projektverlauf möglich.

- Durchführung eines Kickoff-Workshops (1 Tag)
- Vorstellung und Abstimmung der Screendesign-Entwürfe
- Schulungstermin für die Online-Redaktion inklusive Google Analytics und SEO (2 Tage)
- Weitere Vor-Ort-Termine nach vorheriger Abstimmung und Bedarf
- Unterstützung beim Tracking von Kampagnen

3.1.3. Titel 3: Service und laufende Betreuung

Laut Projektplanung erfolgt der Onlinegang für das Gästeweb bis zum 14.12.2018. Da die digitale Bewirtschaftung laut Punkt 4.) nicht nach Abschluss dieser Realisierungsphase endet, sondern als fortlaufender Prozess zu sehen ist, erfolgt eine weiterführende Betreuung des Auftraggebers bis 14.12.2021 durch den Auftragnehmer in nachfolgenden Punkten:

- Beseitigung von Fehlfunktionen und Störungen innerhalb des Webauftrittes
- Regelmäßige Performance-Kontrolle und ggfs. Durchführung von Optimierungen im Fall von Performance-Problemen
- Innovationsmanagement (aktive Beratung des Auftraggebers zur innovativen Fortentwicklung des Portals)
- Reporting in 1-2 Gremiensitzungen pro Jahr

3.1.4. Partner-Framework

Es soll die Möglichkeit geben, dass Partner des TOM e.V., sich an den Gästewebauftritt anlehnen (ist nicht Teil der notwendigen Angebotsabgabe, soll aber von Anfang an mitgedacht werden).

3.1.4. Titel 4: Schulung & Dokumentation

Im Rahmen des Projektes sind alle Funktionen für die Online-Redakteure zu dokumentieren; die Dokumentation muss in Verbindung mit einer Vor-Ort- Schulung für bis zu fünf Online-Redakteure beim Auftraggeber vor Ort in München übergeben werden.

Die Dokumentation muss darüber hinaus in einem offenen Dateiformat, z.B. Microsoft Word, an den Auftraggeber übergeben werden, damit dieser die Dokumentation bei Bedarf selbstständig erweitert und aktualisieren kann.

Der Auftraggeber rechnet damit, dass insgesamt zwei Schulungstage notwendig sein werden.

Die Schulung soll dabei nicht nur die technischen Fertigkeiten vermitteln, wie mit dem angebotenen CMS umgegangen wird und wie alle bereitgestellten Funktionalitäten redaktionell zu beeinflussen sind, sondern den Online- Redakteuren auch fachliche Hinweise und Tipps für die Bereiche SEO und Google Analytics sowie SearchConsol geben.

3.2. Los 2 Hosting

Im Rahmen dieser Ausschreibung sollen auch die Hosting- und Servermanagement-Leistungen angeboten werden für das Hosting aller Websites und Dienste sowie das Servermanagement, das Monitoring und alle damit verbundenen Leistungen.

Die folgenden Anforderungen sind im Gesamtkontext des Betriebs der Portal-Infrastruktur zu verstehen; der Auftragnehmer ist für ausreichende (Hardware-)Ressourcen für den performanten Betrieb des von ihm angebotenen Gesamtsystems verantwortlich. Die Gesamtverantwortung für den performanten und sicheren Betrieb der Portal-Infrastruktur liegt beim Auftragnehmer, unabhängig davon, ob es Website, Standardsoftware, individuell entwickelte Softwarekomponenten, Hardware oder Netzanbindung betrifft.

Durch den Vertragspartner/Anbieter sind folgende Rahmenbedingungen für das Hosting zu erfüllen:

- Serverstandort muss in Deutschland sein, alle Vertragsbeziehungen unterliegen deutschem Recht.
- Garantiertes Service-Level-Agreement mit einer Gesamtverfügbarkeit aller Dienste von mindestens 99,50% im Jahresmittel.
- Traffic inklusive
- Systemüberwachung/Monitoring 24 Stunden am Tag, 7 Tage pro Woche; das Monitoring muss sowohl die Verfügbarkeit des Systems an sich als auch die Verfügbarkeit einzelner zu definierender

Dienste überwachen (z.B. über Ping auf Services). Proaktive Information bei Ausfall von Diensten, Hardware- oder Netzproblemen.

- Servermanagement: Installation und Konfiguration der Software, regelmäßige Updates, Hot-Fixes und sicherheitsrelevante Patches, Bereitstellung einer Hotline für 2nd- und 3rd-Level-Support
- Backup: Sicherstellung eines täglichen Backups; das Backup kann dabei inkrementell erfolgen. Es muss sichergestellt sein, dass die Daten für bis zu acht Tage zurück wiederhergestellt werden können.
- Bereitstellung und Management einer Firewall-Lösung; dabei müssen auch fortlaufende Updates der Firewall-Lösung sichergestellt werden.

4. Kostenblatt

Kostenübersicht Los 1	
Titel 1 Konzeption, Gestaltung & technische Umsetzung	_____ €
Titel 2 Technische Umsetzung <u>inkl.</u> folgender Leistungsteile	_____ €
• Funktionsumfang an Browsern	_____ €
• Implementierung CMS – Wordpress	_____ €
• Betreuung des Newsletters	_____ €
• Umzug der Inhalte von Typo3 zu Wordpress	_____ €
• Umsetzung Templates	_____ €
• Umsetzung Features Funktionen	_____ €
• Integration Kartentool	_____ €
• Performance	_____ €
• Volltextsuche	_____ €
• Mehrsprachigkeit	_____ €
• Social Media Integration	_____ €
• Übernahme Partnerweb-Funktion (top.oberbayern.de)	_____ €
• Bilddatenbank (bilder.oberbayern.de)	_____ €
• SEO	_____ €
• Web-Analytics	_____ €
Titel 3 Service und laufende Betreuung	_____ €
Titel 4 Schulung & Dokumentation	_____ €
Gesamtsumme Los 1 netto	_____ €
Nachlass in % ohne Bedingungen _____	_____ €

Zwischensumme netto	_____ €
Mehrwertsteuer 19 %	_____ €
Gesamtsumme Los 1 brutto	_____ €
Skonto auf sämtliche Angebotspreis Los 1 brutto bei Zahlung innerhalb von 18 Tagen (nicht vergabewirksam)	
Kostenübersicht Los 2	
Hosting 36 Monate Gesamtsumme Los 2	_____ €
Nachlass in % ohne Bedingungen _____	_____ €
Zwischensumme netto	_____ €
Mehrwertsteuer 19 %	_____ €
Gesamtsumme Los 2 brutto	_____ €
Skonto auf sämtliche Angebotspreis Los 2 brutto bei Zahlung innerhalb von 18 Tagen (nicht vergabewirksam)	

5. Verfahrensbedingungen

5.1. Fragen zum Vergabeverfahren und zu den Vergabeunterlagen

Mögliche Bieteranfragen zum Vergabeverfahren sind ausschließlich in deutscher Sprache an die folgende Mailadresse zu stellen: oswald.pehel@oberbayern.de

Für mögliche Bewerberrückfragen wird die Frist **16.08.2018 (14:00 Uhr)** angeboten. Zusätzlich wird zuvor die Frist 09.08.2018 (14:00 Uhr) angeboten. Fragen, die der oben genannten Stelle nicht bis zu diesen Fristen vorliegen, können nicht beantwortet werden. Bitte beachten Sie, dass die Bewerberrückfragen mit den entsprechenden Antworten anonymisiert beantwortet und unter dem mit der Einladung zum Verhandlungsverfahren versandten Downloadlink veröffentlicht werden.

Änderungen oder Ergänzungen an den Vergabeunterlagen werden ebenfalls über diesen Downloadlink bekannt gemacht. Alle Informationen (Fragen, Antworten, Änderungen oder Ergänzungen) die über den Downloadlink bekanntgemacht werden, sind für das Vergabeverfahren und die zu erbringenden Leistungen bindend.

Soweit erforderlich wird eine letzte Aktualisierung der Fragen und Antworten bzw. Änderungen und Ergänzungen am **17.08.2018** erfolgen. Es obliegt den Unternehmen, evtl. auftretende Störungen unter unverzüglich der ausschreibenden Stelle für Rückfragen zu melden und insbesondere am Folgetag der Frist zu möglichen Bewerberrückfragen unter dem Downloadlink den letzten Stand der Verfahrensinformationen zur Kenntnis zu nehmen. **Eine aktive Information durch die ausschreibende Stelle erfolgt nicht.**

5.2. Vollständigkeits | Unklarheiten

Die Ausschreibungsunterlagen sind kapitelweise mit fortlaufenden Seitenzahlen versehen. Das Unternehmen hat sich von der Vollständigkeit der ihm überlassenen Unterlagen zu überzeugen. Das Unternehmen hat bei Unvollständigkeit der Vergabeunterlagen unverzüglich die Vergabestelle schriftlich oder E-Mail hierüber zu unterrichten. Enthalten die Vergabeunterlagen nach Auffassung des Unternehmens Unklarheiten, so hat das Unternehmen den Auftraggeber vor Abgabe des Teilnahmeantrags **schriftlich** darauf hinzuweisen.

5.3. Angebotsabgabe

Das Angebot ist bis zum **24.08.2018, 11.00 Uhr** beim TOM e.V. einzureichen. Es besteht die Möglichkeit, die Angebote einzureichen per Briefpost oder persönlich beim TOM e.V. abzugeben. Sofern die Angebote per Briefpost eingereicht werden, muss dies in einem verschlossenen Umschlag geschehen.

Bitte den äußeren Umschlag wie folgt beschriften:

Tourismus Oberbayern München e.V. (TOM e.V.)
– Gäste- und Partnerweb -
z.H. Herr Oswald Pehel
Balanstraße 57
D-81541 München

Ein innerer Umschlag muss das Angebot und alle weiteren Unterlagen enthalten, verschlossen und wie folgt beschriftet sein:

Umschlag nicht öffnen!

Vergabe „Rahmenvereinbarung Gestaltung & Hosting Gäste- und Partnerweb“

Angebote, die nicht bis zu oben genannten Zeitpunkt vorliegen, können nicht berücksichtigt werden, es sei denn, das Bieterunternehmen hat die Verspätung nicht zu vertreten und kann dies nachweisen.

Unvollständige oder fehlende Unterlagen können zum Ausschluss des Antrages führen.

Mit der Angebotsabgabe sind zusätzlich sämtliche Unterlagen per Datenträger digital abzugeben.

5.4. Form des Angebotes

Die Angebote sind in allen ihren Bestandteilen, inklusive aller geforderten Nachweise und Erklärungen, in deutscher Sprache zu verfassen. Erforderlichenfalls ist neben dem Original auch eine deutsche Übersetzung der Nachweise und Erklärungen vorzulegen. Hierfür entstehende Kosten sind vom Bieterunternehmen zu tragen. Das Bieterunternehmen trägt die Verantwortung für die korrekte Übersetzung der eingereichten Nachweise und Erklärungen.

Die in den Verdingungsunterlagen zwingend formulierten („ist“, „muss“, „sind“, „hat zu“ etc.) Leistungs- und Qualitätsstandards sind Mindestanforderungen und für das Bieterunternehmen bindend. Angebote, die diese Vorgaben nicht einhalten, werden von der Wertung ausgeschlossen.

Für das Angebot sind die vom... vorgegebenen Vordrucke zu verwenden.

Unterlagen bzw. mögliche Aufklärungsantworten zum Angebot, die von der Vergabestelle nach Angebotsabgabe verlangt werden, sind zu dem von der Vergabestelle bestimmten Zeitpunkt einzureichen. Werden die Unterlagen nicht vollständig fristgerecht vorgelegt, wird das Angebot ausgeschlossen.

5.5. Unterschriften

Das Angebot ist in Textform gemäß § 126 b BGB zu unterzeichnen und mit dem Abdruck des Firmenstempels zu versehen. Nicht unterschriebene Unterlagen führen zum Ausschluss des Angebotes.

5.6. Bestimmungen über nicht berücksichtigte Angebote

Es erfolgt gemäß § 46 UVgO eine Unterrichtung der Bieterunternehmen.

5.7. Datenschutzklausel

Die von den Bieterunternehmen erbetenen personenbezogenen Angaben werden **nur** im Rahmen des Vergabeverfahrens verarbeitet und gespeichert. Eine anderweitige Weitergabe an unbeteiligte Dritte findet nicht statt. Die Angaben sind Voraussetzung für die Berücksichtigung des Angebotes.

5.8. Verschwiegenheit

Das Bieterunternehmen hat – auch nach Beendigung der Phase des Verhandlungsverfahrens – über die ihm im Zusammenhang mit der Ausschreibung bekannt gewordenen Angelegenheiten Verschwiegenheit zu bewahren. Es hat außerdem Unterlagen und Informationen nur zur Durchführung dieses Vertrages zu verwenden sowie die Datenschutzbestimmungen des Bundes (BDSG) und des Freistaates Bayern zu beachten. Insbesondere hat das spätere Vertragsunternehmen ihm zur Kenntnis kommende personenbezogene Daten sowie Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse vertraulich zu behandeln, d.h. Dritten nicht zugänglich zu machen.

5.9. Vergütung

Für die Erstellung des Angebotes und der Beteiligung am Verhandlungsverfahren wird keine Vergütung gewährt. Die Angebote gehen ohne Anspruch auf Vergütung in das Eigentum des TOM e.V. über.

5.10. Hinweis wenn kein Angebot abgegeben wird

Es steht Interessenten frei, auf die Aufforderung zur Angebotsabgabe kein Angebot abzugeben. Für diesen Fall wird um eine kurze schriftliche Mitteilung an die in 5.3. benannte Stelle gebeten.

5.11. Änderungen, Berichtigungen und Rücknahme des Angebotes

Änderungen und Ergänzungen an den Verdingungsunterlagen sind nicht zulässig und führen zwangsläufig zum Ausschluss vom Vergabeverfahren. Soweit Ergänzungen zur besseren Beurteilung des Angebotes erforderlich erscheinen, können sie dem Angebot auf besonderer Anlage beigefügt werden. Änderungen des Bieterunternehmens an seinen Eintragungen - z.B. bei Streichungen, der Nutzung von Blanko Fluid, Korrekturstiften, –bändern oder ähnlichen Mitteln - müssen zweifelsfrei und dokumentenecht vorgenommen werden, d. h. in der Regel mit Datum und Kürzel versehen sein.

Bis zum Ablauf der oben genannten Angebotsfrist können die bereits eingereichten Angebote schriftlich zurückgezogen werden. Sofern bei bereits eingereichten Angeboten Berichtigungen und/oder Ergänzungen erfolgen müssen, kann dies bis zum Ablauf der o. g. Angebotsfrist erfolgen. Die Berichtigung(en) und/oder Ergänzung(en) müssen in einem verschlossenen Umschlag mit folgendem Hinweis entweder per Post eingehen oder persönlich abgegeben werden:

Nicht öffnen!

Berichtigung/Ergänzung am Angebot zur Ausschreibung „Rahmenvereinbarung Gestaltung & Hosting Gäste- und Partnerweb“

Berichtigungen/Ergänzungen per E-Mail oder Fax sind nicht zugelassen.

5.12. Ausschreibungsfremde Bedingungen

Beiliegende AGB's des Bieterunternehmens und/oder der Hinweis des Unternehmens auf die Gültigkeit seiner AGB's stellen eine Änderung der Vergabeunterlagen dar und führen zwingend zum Ausschluss. Es wird zudem darauf hingewiesen, dass inhaltliche Änderungen an den Vergabeunterlagen durch die Bieterunternehmen ebenfalls zum Ausschluss führen.

5.13. Copyright und Schutzrechte

Die vorliegende Leistungsbeschreibung ist urheberrechtlich geschützt und darf nur zur Angebotserstellung verwendet werden. Eine Weitergabe und/oder Vervielfältigung ist ohne ausdrückliche schriftliche Einwilligung des TOM e.V. nicht gestattet.

Das Bieterunternehmen hat im Rahmen der finalen Angebotsabgabe zum Verhandlungsverfahren anzugeben, ob für den Gegenstand des Angebotes gewerbliche Schutzrechte bestehen oder von ihm oder einem anderen beantragt sind. Es hat weiterhin anzugeben, ob es erwägt, Angaben aus seinem Angebot für die Anmeldung eines gewerblichen Schutzrechtes zu verwenden.

5.14. Vertragsbestandteile |einzureichende Angebotsunterlagen

Die Vergabe der Leistungen erfolgt in einem Öffentlichen Verfahrens gem. § 8 Abs. 1 UVgO veröffentlicht im Bundesanzeiger vom 02.02.2017. Ergänzend zu den Verdingungsunterlagen gelten die deutschen Rechtsvorschriften. Im Falle eines Zuschlags werden folgende Bestimmungen Vertragsbestandteil:

1. Die Rahmenvereinbarung gem. Anlage 2
2. Die Bedingungen der Aufforderung zur Angebotsabgabe
3. Die allgemeinen Anforderungsbeschreibungen dieses Dokumentes
4. Die Leistungsbeschreibung und das Leistungsverzeichnis dieses Dokumentes
5. Das Angebot des Auftragnehmers sowie weitere diesbezügliche Erklärungen des Unternehmens inkl. Umsetzungskonzept
6. Der Teil B der Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen in der Fassung der Bekanntmachung vom 05.08.2003 (BAz. Nr. 178a)

Bei Widersprüchen gelten die Vertragsbestandteile in dieser Reihenfolge. Unter folgender Internet-Adresse können die gesetzlichen Grundlagen zur UVgO nachgelesen werden:

<http://www.bmwi.de/DE/Service/gesetze,did=191324.html>

Gerichtsstand ist München.

Es sind folgende Unterlagen abzugeben:

- A. Mit der Angebotsabgabe sind folgende Dokumente vorzulegen:
- das unterzeichnete Angebotsformblatt L213
 - sofern zutreffend: die Erklärungen und Bestätigungen zu möglichen Nachunternehmern
 - sämtliche Nachweise und Erklärungen zur Leistungsfähigkeit des Unternehmens gem. Anlage 1
 - das schriftliche Umsetzungskonzept
 - diese Verdingungsunterlagen inkl. der Preisangaben unter 4. Kostenblatt
- B. Zum Pitchtermin (Aufklärungsverfahren als Vor-Ort-Termin) ist das angebotene Umsetzungskonzept im Gespräch zu präsentieren [verbal und als Power-Point-Präsentation oder Tischvorlage]
- C. Im Pitchtermin werden 3-5 user journeys durch die ausschreibende Stelle vorgegeben und sind durch das Bieterunternehmen vorzustellen.

Den Zuschlag erhält – losweise - das wirtschaftlichste Angebot in Bezug auf die im Folgenden genannten Kriterien. Gehen zu Los 1 mehr als 4 Angebote ein, erfolgt auf der Basis der schriftlichen Angebote anhand der Zuschlagskriterien Angebotspreis und Qualität im Verhältnis 60:35 eine Selektion zur Entscheidung, welche Unternehmen zum Pitch eingeladen werden. Das Kriterium Qualität wird bewertet anhand der Unterkriterien Umsetzungskonzept 40 % und Bewertung Template-Gestaltung 60 %.

Kriterium	Gewichtung
Angebotspreise	60 %
Bewertung user journeys im Aufklärungsgespräch/ Pitch	15 %
Bewertung Qualität des vorzulegenden Dienstleistungskonzeptes	35 %
Innerhalb des Kriteriums Qualität	
a. Umsetzungskonzept	40 %
b. Bewertung Template-Gestaltung	60 %

Die Bewertung zu Los 2 erfolgt analog jener zu Los 1. Das Wertungsverhältnis von Angebotspreis und Qualität ist 60:40. Die Qualität hat als Bewertungskriterium das Umsetzungskonzept inkl. der vorzustellenden Rechenzentrums-Infrastruktur. Es entfällt ein Pitchtermin.

A. Bewertung Angebotspreis

Für die Vergabeentscheidung werden die Angebotspreise losweise wie in der Kostenübersicht 4 summiert und pro Los bewertet. Das Angebot mit dem niedrigsten Preis erhält als Punktwert den Wert 10, die doppelte Summe erhält als Punktwert den Wert 0. Alle anderen Angebote werden interpoliert nach der Formel:

$$\text{Punktwert} = -10 / (\text{niedrigste Kosten}) * \text{Kosten} + 20$$

Angebote mit negativem Ergebnis (mehr als die doppelte Summe) erhalten den Punktwert 0.

B. Bewertung Umsetzungskonzept

Es ist textlich ein Umsetzungskonzept zu erstellen zumindest in Stichworten. Die Punktwerte werden zu den unter 3.1.2. genannten Einzelkriterien (ohne 3.1.2.4.) vergeben. Die Punktevergabe pro Kriterium des Leistungsverzeichnisses richtet sich nach dem Grad der Erfüllung der Anforderungen an dieses Kriterium.

Mindestanforderungen nicht oder schlecht erfüllt: 1 Punkt

Mindestanforderungen sind zum Teil erfüllt: 5 Punkte

Mindestanforderungen voll erfüllt oder übertreffen die Anforderungen: 7 Punkte

Das Angebot mit der höchsten Summe der Leistungspunktzahlen erhält als Bewertungspunktwert den Wert 10, die Hälfte der Summe erhält als Bewertungspunktwert den Wert 0. Alle anderen Angebote werden interpoliert nach der Formel:

Bewertungspunktwert = $20 / (\text{höchste Summe der Leistungspunkte}) * (\text{Leistungspunkte des Angebots}) - 10$.
Negative Faktoren werden als 0 angegeben.

C. Bewertung Templates

Es erfolgt eine Bewertung der vorzustellenden Templatelösung anhand der Anforderungen gem. 3.1.2.4. Die Bewertung/Punktevergabe erfolgt wie beim Umsetzungskonzept **B**.

D. Bewertung user journeys | Pitch

Im Pitch sind seitens des TOM e.V. dann vorgegebene user journeys vorzustellen. Deren Bewertung erfolgt ebenfalls pro user journey mit 1, 5 oder 7 Punkten und wird im Wettbewerb gewichtet wie die Bewertung des Umsetzungskonzeptes.

5.15. Zahlungsbedingungen

5.15.1. Zahlungsfrist

Die Zahlung des durch die Ausschreibung ermittelten Preises erfolgt grundsätzlich nach vollständiger Ausführung der Leistung binnen 14 Tagen nach Rechnungstellung.

5.15.2. Rechnungstellung

Die Rechnungen sind an folgende Adresse zu stellen:

Tourismus Oberbayern München e.V. (TOM e.V.)
Herr Oswald Pehel
Balanstraße 57
D-81541 München

5.16. Sonstiges

5.16.1. Unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen

Angebote von Bietern, die sich im Zusammenhang mit diesem Vergabeverfahren an einer unzulässigen Wettbewerbsbeschränkung beteiligen (z. B. Preisabsprachen, Austausch von Angebotsteilen), werden ausgeschlossen. Zur Bekämpfung von Wettbewerbsbeschränkungen hat das Bieterunternehmen auf Verlangen Auskünfte darüber zu geben, ob und auf welche Art der Bieter wirtschaftlich und rechtlich mit Unternehmen verbunden ist.

4. Anlagen

- Anlage 1: **Nachweise und Erklärungen zur Eignung**
- Anlage 2: **Rahmenvereinbarung**
- Anlage 3: **Projektplan Bieterversion**
- Anlage 4: **Positionierung Oberbayern**
- Anlage 5: **Digitalisierungsstrategie Oberbayern**