



**PROMOTIONKAMPAGNE FÜR PFERDE
REINER SPANISCHER RASSE (PRE)
(DEUTSCHLAND)**

**BRIEFING/VERTRAGSBEDINGUNGEN
AUFFORDERUNG ZUR ANGEBOOTSABGABE
AGENTURAUSSCHREIBUNG
18.03 2024**

**ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES, E. P. E.
SPANISCHE WIRTSCHAFTS- UND HANDELSABTEILUNG, DEUTSCHLAND**



INHALTSVERZEICHNIS

1.	HINTERGRUNDINFORMATIONEN UND AUFGABENSTELLUNG.....	3
2.	VERTRAGSGEGENSTAND	4
3.	VERTRAGSINHALT UND GERICHTSBARKEIT	5
4.	VERTRAGSLAUFZEIT	5
5.	VERTRAGSBUDGET.....	5
6.	ZAHLUNGEN UND RECHNUNGSSTELLUNGEN	6
7.	AGENTURPROFIL UND ANFORDERUNGEN	7
8.	INHALT DER VORSCHLÄGE	9
9.	PRÄSENTATION DER VORSCHLÄGE	11
10.	BEWERTUNGSKRITERIEN.....	14
11.	PFLICHTEN	17
12.	ANNULIERUNGEN	20
13.	INSTITUTIONEN.....	20



ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. (im Folgenden **ICEX**), vertreten durch die Spanische Wirtschafts- und Handelsabteilung in Deutschland, lädt Kommunikations- und Marketingagenturen zur Einreichung ihrer Vorschläge für die Gestaltung, Entwicklung und Umsetzung der Promotionskampagne für Pferde *Reiner Spanischer Rasse (PRE – Pura Raza Española)* für den deutschen Markt im Jahr 2024.

ICEX beabsichtigt, eine **Marketing- und Kommunikationsagentur** (im Folgenden **die Agentur**) mit der Durchführung der Kampagne zu beauftragen. Die Agentur wird für die Umsetzung der im Folgenden vorgeschlagenen Aktionen verantwortlich sein.

1. HINTERGRUNDINFORMATIONEN UND AUFGABENSTELLUNG

- **El Caballo de Pura Raza Española (PRE)** - Pferde *Reiner Spanischer Rasse (im Folgenden PREs (bzw. PRE Pferde genannt))*

Diese Pferderasse entstand im 16. Jahrhundert, in der Mitte des Goldenen Zeitalters Spaniens, und zeichnet sich durch ihre Schönheit und Eleganz aus, die das Ergebnis von Sorgfalt und Respekt für die Erhaltung der Rassenreinheit sind, ohne Kreuzungen und mit einer genetischen Qualität, die von Generation zu Generation weitergegeben wird. Eine der am meisten geschätzten Tugenden des Pura Raza Española Pferdes (PRE Pferdes) ist seine Vielseitigkeit: seine psychische Ausgeglichenheit, die Harmonie seiner Formen, sein Arbeitswille und seine Intelligenz.

<https://www.ancce.es/en/contenido/el-caballo-espanol>

Derzeit befinden sich 78 % des weltweiten PRE-Bestandes in Spanien und in 70 Ländern werden PRE Pferde gezüchtet.

- Die Königliche Nationale Vereinigung der Spanischen Pferdezüchter (ANCCE)
Die größte Spanische Züchtervereinigung (ANCCE)

Die Königliche Nationale Vereinigung der Züchter reinrassiger spanischer Pferde (ANCCE) ist der Dachverband des reinrassigen spanischen Pferdes (PRE) (Dachverband der PRE Pferde weltweit) weltweit und der einzige, der vom spanischen Landwirtschaftsministerium offiziell anerkannt ist, um das Zuchtbuch zu führen und die Reinheit dieser tausendjährigen Rasse zu gewährleisten.

Ihm gehören derzeit 704 Züchter aus der ganzen Welt an, 276 sympathisierende Mitglieder und 33 Verbände wie die der Vereinigten Staaten, Deutschlands (Verein der Freunde und Züchter des Pferdes Reiner Spanischer Rasse, VFZPRE e.V.), des Vereinigten Königreichs, Australiens, Frankreichs, Italiens, Mexikos, Nicaraguas, Guatemalas, Hollands, der Tschechischen Republik, Schwedens usw. an. <https://www.ancce.es/en/contenido/que-es-ancce> (About us)



ZIELE UND STRATEGIE DER WERBEKAMPAGNE 2024 – PRE Pferde

Die vorrangigen Ziele, die mit der Umsetzung der Werbekampagne für das PRE Pferd in Deutschland erreicht werden sollen, sind die folgenden:

- Die Verbesserung der Positionierung auf dem deutschen Markt als hochwertiges Rasse-Pferd, das aufgrund seiner guten Charaktereigenschaften, seiner Leichttrittigkeit und Ausbildung, seiner Schönheit und seiner sportlichen Qualitäten den Bedürfnissen der Endverbraucher entspricht.
- Vertiefung der Kenntnisse über das PRE Pferd durch Influencer, Soziale Medien und Fachmedien

Zielgruppe:

Potenzielle Käufer von PRE-Pferden, insbesondere das Segment der jungen, kaufkräftigen Frauen, die Dressur- und Arbeitspferde reiten / trainieren. Diese potenziellen Käuferinnen kaufen ihre Pferde auf Empfehlung ihres Ausbilders. Sie können auch direkt nach Spanien reisen und dort kaufen.

Werbemaßnahmen:

Die Vorschläge der Agentur sollten sich auf die folgenden digitalen Marketingaktivitäten konzentrieren:

- Werbekampagnen in Fachmedien (Mitteilungen, Werbebeilagen, Werbebanner etc.).
- Kampagnen mit Pferdesport-Influencer*innen.
- Entwicklung einer deutschsprachigen Landingpage zur Information der Zielgruppen über das PRE-Pferd, El Caballo de Pura Raza Española.

2. VERTRAGSGEGENSTAND

Vertragsgegenstand ist die Durchführung der Promotionskampagne 2024 für Pferde *Reiner Spanischer Rasse*



3. VERTRAGSINHALT UND GERICHTSBARKEIT

- a. **Kampagnenvertrag:** Nach Auswahl der Agentur unterzeichnen **ICEX und die Agentur einen Vertrag** (im Folgenden: der Vertrag) mit den Inhalten: urheberrechtliche Fragen, durchzuführende Aktivitäten, Zahlungsbedingungen und andere Bestandteile
- b. **Anwendbares Recht und Konfliktlösung:** Für den Inhalt dieser Ausschreibung gilt materielles deutsches Recht.

Alle Streitigkeiten aus dem Vertrag, auch über seine Gültigkeit, werden von einem Schiedsgericht nach der Rechtsordnung der Deutschen Institution für Schiedsgerichtsbarkeit (DIS) unter Ausschluss des ordentlichen Rechtswegs entschieden. Das Schiedsgericht entscheidet auch über die Gültigkeit dieser Schieds- und Schlichtungsklausel, und im Falle ihrer Nichtigkeit findet § 139 BGB keine Anwendung. Ort des Schiedsverfahrens ist Düsseldorf und die Sprache des Schiedsverfahrens ist Deutsch.

4. VERTRAGSLAUFEIT

LAUFEIT UND VERLÄNGERUNGEN DES VERTRAGS.

Der Vertrag tritt in Kraft ab dem Datum der Unterzeichnung und besteht fort bis zum 31. Dezember 2024

Gemäß den für die Auftragsvergabe im Ausland geltenden Regeln kann der Vertrag für die nachfolgenden Kampagnen verlängert werden, Die Agentur, die für das Jahr 2024 unter Vertrag genommen wird, kann eine Verlängerung bis zum Jahr 2025 vorgenommen werden können, sofern die Rahmenvereinbarung fortbesteht.

5. VERTRAGSBUDGET

- a. **Maximales Budget für diese Ausschreibung:** Das maximal für die Promotionskampagne 2024 Pferde Reiner Spanischer Rasse zur Verfügung stehende Budget und Maßgabe für alle eingereichten Vorschläge beläuft sich auf 40.000 EUR. Dieses Gesamtbudget schließt die Agenturhonorare und Fremdkosten ein; Ausgaben für Zahlbarkeiten von Steuern sind ausgeschlossen, unabhängig davon ob diese anfallen oder nicht. Das Vertragsbudget darf unter keinen Umständen überschritten werden.
- b. **Budget möglicher Vertragsverlängerungen:** Bei möglicher Vertragsverlängerung beträgt das Gesamtbudget für die Kampagne 40.000 EUR, Steuern exklusive.



- c. **Geschätzter Auftragswert der Kampagne:** Der geschätzte Auftragswert beträgt 80.000 EUR, Steuern ausgenommen. Dieser Wert entspricht der Prognose einer Vertragslaufzeit von 1 Jahr, d.h. dem Initialvertrag plus eine Verlängerung.

6. ZAHLUNGEN UND RECHNUNGSSTELLUNGEN

- a. **Vertragssumme.** Nur die im Vertrag enthaltenen Aktivitäten, Budgets und Vorgehensweisen sind für die Vertragspartner bindend. Die Agentur darf vor dem Datum der Unterzeichnung des entsprechenden Vertrages und der vorherigen Genehmigung von ICEX, vertreten durch die Spanische Wirtschafts- und Handelsabteilung in Düsseldorf, keine Ausgaben im Namen von ICEX tätigen,
- b. **Rechnungen.** ICEX erwartet den Eingang der entsprechenden Rechnungen, sobald die jeweilige Kommunikations- und Werbemaßnahme beauftragt, durchgeführt, abgeschlossen und von ICEX genehmigt wurde.

1. **Rechnungsstellung.** Alle an ICEX adressierten Rechnungen sind wie folgt auszustellen:

ICEX España Exportación e Inversiones. E.P.E.

CIF: Q 2891001 F
Paseo de la Castellana, 278
VAT number: ESQ - 2891001F (ICEX is VAT registered in Spain)

Und zu senden an:

Spanische Wirtschafts- und Handelsabteilung
Abteilung Lebensmittel
Jägerhofstr. 32
40479 Düsseldorf

2. Alle Kosten werden mit einer Firmenrechnung in Rechnung gestellt, mit folgenden Angaben: (a) vollständiger Firmenname, (b) Firmenbriefkopf und / oder Firmenlogo, (c) Anschrift des Unternehmens, (d) Rechnungsdatum, (e) Rechnungsnummer, (f) Umsatzsteuer- Identifikationsnummer (USt-ID), (g) Gegenstand der Rechnung, Preisangabe und MwSt. bzw. Angabe zur MwSt-Steuerbefreiung, (i) zu zahlender Gesamtbetrag der Rechnung.



3. Alle Ausgaben werden gemäß den Vertragsbedingungen überprüft. Zur Erleichterung der Nachverfolgung und Rechnungsprüfung durch ICEX wird von der Agentur erwartet, dass sie alle Materialien und Unterlagen in der Reihenfolge konform zu den Rechnungen bereitstellt.
4. Alle Zahlungen an Lieferanten oder Dritte außerhalb der Agentur müssen mit **Kopie der Originalrechnung des Lieferanten** belegt werden und können zur Genehmigung einer Zahlungsüberprüfung unterzogen werden. ICEX behält sich das Recht vor, die Überprüfung durch unabhängige Wirtschaftsprüfer durchführen zu lassen, um die Richtigkeit der durchgeführten Maßnahmen und erworbenen Leistungen zu überprüfen.
5. **Nicht ausgeführte Aktivitäten.** ICEX zahlt nur für die ausgeführten Aktivitäten. Für den Fall, dass eine Kommunikationsmaßnahme nicht ausgeführt wird, wird diese nicht bezahlt und die entsprechenden Agenturhonorare einbehalte
6. **Änderungen und Modifikationen.** Die Änderungen und Modifikationen des eingereichten Kommunikationsplans, die während der Ausführungsphase vorgenommen werden, bedürfen vorab ausdrücklich der Genehmigung durch ICEX. Jede Aktivität, die eine Änderung des vorgeschlagenen Medienplans beinhaltet und ohne ausdrückliche Genehmigung durch ICEX ausgeführt wird, wird nicht vergütet.

c. **Abtretung des Vertrages.** Eine Abtretung des Vertrages ist nicht zulässig.

7. AGENTURPROFIL UND ANFORDERUNGEN

- a. **Agenturprofil.** ICEX sucht eine Agentur für integriertes Marketing und Kommunikation mit nachgewiesener Erfahrung in digitalen Marketingkampagnen mit Online-Werbeinhalten, in sozialen Netzwerken und in der Zusammenarbeit mit Influencern. Es ist nicht notwendig Erfahrungen im Pferdesektor vorzuweisen, aber es wird in dem technischen Vorschlag entsprechend ihrer Kenntnis des Marktes bewertet werden. Die Agentur muss über ausreichende personelle und materielle Ressourcen verfügen, um die Kampagne, die Gegenstand dieses Briefings ist, erfolgreich durchzuführen.



- i. **Sitzungen.** Die Agentur muss in der Lage sein, mit ICEX, vertreten durch die Spanische Wirtschafts- und Handelsabteilung in Düsseldorf, regelmäßige und außerordentliche Sitzungen abzuhalten. Im Rahmen der Pandemie können diese per Videokonferenz stattfinden, falls erforderlich.
- ii. **Kommunikationssprache.** Der Kampagnenvorschlag wird in Englisch verfasst. Die Kommunikation zwischen ICEX und der Agentur erfolgt in Deutsch oder Englisch.
- b. **Administrative Anforderungen an die Agentur: Projektreferenzen.** Um die Fähigkeit zur Durchführung der Kampagne zu bewerten, muss die Agentur zusammen mit dem Vorschlag auch vergleichbare Projektreferenzen (ähnlicher Leistungsumfang & Volumen) aus den letzten drei (3) Jahren aufzeigen; Mit den vorgelegten Referenzen müssen der Zeitraum und die Kurzbeschreibung der Agenturtätigkeiten angegeben werden.

Der erfolgreiche Bieter muss in der Lage sein, die genannten Aktivitäten effektiv zu organisieren und dabei Marketingtechniken anzuwenden, die ihre Wirkung maximieren.
- c. **Administrative Anforderungen an die Agentur: Projektressourcen.** Die Agentur muss den Besitz materieller und immaterieller Ressourcen nachweisen, die für die erfolgreiche Durchführung der in diesem Dokument beschriebenen Kampagne erforderlich sind.
- d. **Administrative Anforderungen an die Agentur: Zahlungsfähigkeit.** Alle teilnehmenden Agenturen müssen Jahresabschlüsse vorlegen, den besten aus den drei (3) letzten Geschäftsjahren. Bedingung ist ein Jahresumsatz von mindestens 40.000 EUR im besten der letzten drei (3) Geschäftsjahre (2021, 2022 und 2023 bzw. 2020, 2021 und 2022 sollte das Jahresabschluss für 2023 nicht vorliegen).
- e. **Nichterfüllung.** Die Nichteinhaltung einer der in diesem Abschnitt festgelegten Anforderungen führt zur Disqualifikation der betreffenden Agentur. ICEX räumt den teilnehmenden Agenturen das Recht ein, die in diesem Dokument festgelegten Anforderungen durch Unterauftragsvergabe, Gründung eines Joint Ventures oder durch andere geschäftliche Kooperationsvereinbarungen zu erfüllen. In diesem Fall müssen die teilnehmenden Agenturen in ihrem Angebot eindeutig darauf hinweisen, ob sie eine dieser Möglichkeiten nutzen, um die Anforderungen dieser Ausschreibung zu erfüllen. Der Umfang und die Seriosität der Geschäftsbeziehungen der beteiligten Unternehmen untereinander muss rechtlich belegt und dokumentiert werden.



8. INHALT DER VORSCHLÄGE

- a. **Inhalt des Vorschlags.** Die teilnehmenden Agenturen müssen einen Vorschlag einreichen, der, wie nachstehend ausgeführt, **drei (3) Einzeldokumente** enthalten muss (Administrative Anforderungen, Technischer Vorschlag und Finanzieller Vorschlag). Vorschläge, die nicht alle Dokumente enthalten, gelten als unvollständig und werden ausgeschlossen.
- b. **Dokument 1: Administrative Anforderungen an die Agentur (PDF-Datei).** Alle teilnehmenden Agenturen müssen eine elektronische Datei im PDF-Format einreichen, die folgende Dokumente enthält
- **Projektreferenzen.** Das Dossier muss Angaben zu Promotionsprojekten ähnlicher Größe und ähnlichen Umfangs enthalten, siehe Klausel **7.b**.
 - **Projektressourcen.** In dem Dossier muss angegeben werden, welche Ressourcen für das Projekt zur Verfügung stehen, siehe Klausel **7.c**.
1. **Projektteam.** Die Agentur muss in ihrem Vorschlag Angaben zu dem für das Vertragsprojekt zuständigen Mitarbeiterteam machen (im Folgenden „das Team“), die berufliche Qualifikation sowie frühere Projekte der Teammitglieder erläutern und die Funktionen und Aufgaben, für die sie zuständig sein werden, beschreiben, sodass sichergestellt ist, dass das Team ausreichend und in der Lage ist, die für die Kampagne erforderlichen Aufgaben durchzuführen.
- 1.1. Die in diesem Abschnitt genannten Anforderungen sind verpflichtend. Agenturen, die in ihrem Vorschlag kein Team präsentieren, das alle Anforderungen erfüllt, werden ausgeschlossen. Die Agentur kann zwar die in diesem Schreiben genannten Anforderungen durch die Vergabe von Unteraufträgen, Joint Ventures oder andere Kooperationsabkommen erfüllen, muss dann allerdings in ihrem Vorschlag klarstellen, welche Funktionen durch Vergabe von Unteraufträgen erfüllt werden. ICEX erwartet, dass alle wichtigen Teammitglieder, die von der Agentur für das Vertragsprojekt abgestellt werden, über die gesamte Laufzeit für die Kampagne arbeiten werden.



- 1.2. Die Agentur muss in ihrem Vorschlag die Rolle der einzelnen Teammitglieder, die den unterschiedlichen Programmbereichen zugeordnet sind, erläutern. Zudem muss der Vorschlag ausführliche Lebensläufe der Teammitglieder nach dem Muster in Anlage I (MS Excel-Datei) enthalten.
- 1.3. **Teamleiter.** Die Agentur muss ein Senior-Mitglied des Teams als Verantwortlichen für die Gesamtplanung, Organisation und Umsetzung der Kampagne benennen. Dieses Teammitglied muss über mindestens fünf (5) Jahre Erfahrung in der Werbe- und Kommunikationsbranche verfügen.
- 1.4. **Account-Chef des Teams.** Die Agentur muss ein Teammitglied benennen, das für die gesamte Berichterstattung und die Buchführung zuständig ist, sodass die zeitliche und formgemäße Erfüllung garantiert ist. Dieses Mitglied kann auch der Teamleiter sein (siehe 1.3.) und muss über mindestens zwei (2) Jahre Erfahrung in diesem Tätigkeitsbereich verfügen.
- 1.5. **Ansprechpartner im Team.** Die Agentur muss eine einzige Kontaktperson benennen, die über alle Aspekte des Vertragsprojekts – einschließlich der administrativen – informiert ist und direkt mit ICEX, vertreten durch die spanische Wirtschafts- und Handelsabteilung in Düsseldorf – kommuniziert. Dieses Mitglied, das auch eine der in den Absätzen 1.3 und 1.4 genannten Personen sein kann, muss nachweislich über mindestens drei (3) Jahre Erfahrung mit ähnlichen Kampagnen verfügen.
- 1.6. **Zahlungsfähigkeit.** Alle teilnehmenden Agenturen müssen ihre Jahresabschlüsse für das beste der drei (3) letzten Rechnungsjahre (2023, 2022 und 2021) vorlegen, siehe Klausel 7.e.
- c. **Dokument 2: Technischer Vorschlag der Agentur (PDF-Datei).** Alle teilnehmenden Agenturen müssen einen detaillierten Vorschlag, und zwar ohne Nennung von Preisen, und einen Arbeitsplan präsentieren, der den aufgeführten Zielen und der Strategie entspricht. Vorschläge, die einen Hinweis auf das Projekthonorar beinhalten, werden nicht berücksichtigt. Die Agentur muss Lösungen für die Bereitstellung von Promotions- und Infomaterial für Seminare und die Präsenz auf Messen vorschlagen.
1. **Der Arbeitsplan des Projekts.** Die Agentur wird einen detaillierten Arbeitsvorschlag für die Kampagne für „Pferde Reiner Spanischer Rasse“ mit einem Zeitplan für die Aktivitäten vorlegen.



- d. **Dokument 3: Finanzieller Vorschlag der Agentur (MS Excel-Datei).** Alle teilnehmenden Agenturen müssen einen finanziellen Vorschlag vorlegen, der einen detaillierten Budgetplan für die Kampagne sowie einen Vorschlag mit der Aufschlüsselung sämtlicher Kosten gemäß der Tabelle in Anlage II (Excel-Datei) dieses Briefings beinhaltet. Die Agenturhonorare sind getrennt auszuweisen, wobei ihr Anteil an den Kosten der Kampagne anzugeben ist. Eventuell anfallende Steuern sind in einem gesonderten Abschnitt des Angebots anzugeben. Vorschläge, die – ohne Einbeziehung von Steuern - das maximal zur Verfügung stehende Budget übersteigen, werden nicht berücksichtigt, siehe Klausel 5.a.
- **Agenturhonorare.** Die Agenturen müssen die internen Kosten, die Fremdkosten und ihre Honorare angeben. ICEX behält sich das Recht vor zu prüfen, ob auch Beträge, die nicht im Honorar enthalten sind, als solche anzusehen wären.

Das Honorar ist als die Provision zu verstehen, die die Agentur für die verschiedenen im Umfang enthaltenen Werbemaßnahmen (Platzierung in den Medien, Anwerbung von Influencern usw.) berechnet.

- **Steuern.** ICEX wird den finanziellen Vorschlag, u.a. auf der Grundlage des Verhältnisses zwischen dem angebotenen Gesamtpreis und dem prozentualen Anteil der Agenturhonorare – **ohne Einbeziehung von Steuern** – bewerten. Die Vorschläge müssen daher eine Aufschlüsselung des angebotenen Preises enthalten, bei der die Steuern klar getrennt sind.

9. PRÄSENTATION DER VORSCHLÄGE

- a. **Bewerbungsaufforderung zur Ausschreibung.** ICEX, vertreten durch die Wirtschafts- und Handelsabteilung in Düsseldorf, wird dieses Briefing an verschiedene Marketing- und Kommunikationsagenturen senden. Ebenso wird dieses Briefing auf der Website der Handelsabteilung veröffentlicht werden.
- b. **Übersendung der Vorschläge.** Die Agenturen, die an der Ausschreibung teilnehmen möchten, schicken die Dokumentation, die im folgenden näher detailliert wird, ausschließlich in digitalem Format (PDF) und **AUSSCHLIESSLICH an die email-Adresse: tenders@icex.es, bis zum 26 April 2024 um 23.59 Uhr, Ortszeit Düsseldorf.** Vorschläge, die nicht innerhalb der vorgegebenen Frist geschickt werden, werden automatisch ausgeschlossen.



- i. **Elektronische Archive.** Das Angebot soll drei elektronische Dateien umfassen mit den Inhalten, die in diesen Allgemeinen Bedingungen erläutert werden. Alle Dateien AUSSCHLIESSLICH in digitalem Format (PDF und MS Excel). Weder die emails noch die mitgesendeten individuellen Dateien als Anlage dürfen 4 MB überschreiten. Für den Fall, dass die Dateien größer sein sollten, müssen die Agenturen einen Dienstleister für den Datentransfer nutzen, den sie vorab verifiziert haben (z. B. WeTransfer, Dropbox o.ä.). Die Öffnung der Dateien erfolgt hintereinander in Folge.
 - ii. **Kosten.** Alle Kosten, die den konkurrierenden Agenturen für die Vorbereitung der Vorschläge, Präsentationen und Budgets entstehen, gehen zu Lasten dieser Agenturen. Durch die Präsentation der Angebote entstehen weder Honoraransprüche noch wird eine Rückvergütung irgendwelcher Kosten durch ICEX erfolgen.
 - iii. **Sprache.** Der Vorschlag wird auf Englisch verfasst und auf Englisch präsentiert.
 - iv. **Annahme der Bedingungen.** Die Präsentation eines Vorschlags und die Teilnahme an dieser Ausschreibung beinhaltet die ausdrückliche Annahme aller Klauseln dieser Ausschreibung durch die teilnehmenden Agenturen.
- c. **Änderungen der Vorschläge.** Sobald die an der Ausschreibung teilnehmenden Agenturen ihre Vorschläge präsentiert haben, akzeptiert ICEX keine Änderungen, Erweiterungen oder Korrekturen, es sei denn, diese sind Gegenstand einer durch ICEX angeforderten Erklärung.
 - d. **Klärung der Vorschläge.** Die konkurrierenden Agenturen, die die administrativen Anforderungen der vorliegenden Ausschreibung erfüllen, können von ICEX dazu aufgefordert werden, konkrete Aspekte ihrer technischen und finanziellen Vorschläge zu klären. Dies wird schriftlich erfolgen.
 - e. **Konformität der Vorschläge.** Alle an der Ausschreibung teilnehmenden Agenturen, die einen Vorschlag präsentieren, müssen wissen, dass die Rechtsabteilung von ICEX die präsentierten Dokumente jeder Agentur prüft, um die Erfüllung aller in dieser Ausschreibung aufgestellten Anforderungen sicher zu stellen. Die Nichterfüllung jedweder in dieser Ausschreibung aufgestellten Anforderung, führt zur automatischen Disqualifikation der betroffenen Agentur.



- f. **Bewertung der Vorschläge.** Das Dokument 1 (Administrative Anforderungen) wird das erste Dokument sein, das geöffnet und bewertet wird. Nach Feststellung der Erfüllung aller in dieser Ausschreibung aufgestellten Anforderungen der an der Ausschreibung teilnehmenden Agentur wird das Dokument 2 (Technischer Vorschlag) geöffnet, bewertet, und ihm wird ein Punktesystem zur Bewertung zugewiesen. In einem letzten Schritt wird das Dokument 3 (Finanzieller Vorschlag) geöffnet, bewertet und ausgewertet. In diesem Sinne, wird der im finanziellen Angebot enthaltene Preis erst zu diesem Zeitpunkt bekannt sein.
- g. **Auswahl der Agentur.** Die Entscheidung wird so schnell wie möglich getroffen ab dem Zeitpunkt der Einreichung des veröffentlichten Vorschlags. Die Entscheidung wird allen konkurrierenden Agenturen per email mitgeteilt und auf der Website der Handelsabteilung veröffentlicht, damit die ausgewählte Agentur zeitnah mit der Arbeit beginnen kann.
- h. **Kontaktpersonen.** Fragen in Bezug auf diese Ausschreibung können nur schriftlich gestellt werden bis zum **19 abril 2024 , 23:59 Uhr Ortszeit Düsseldorf** an die email-Adresse tenders@icex.es. Im Sinne der Fairness können die Fragen der konkurrierenden Agenturen und die entsprechenden Antworten von ICEX mit allen anderen Agenturen geteilt werden.



10. BEWERTUNGSKRITERIEN

Die Bewertung der Angebote und die Vergabe des Vertrags wird auf Grundlage der folgenden Tabelle durchgeführt.

Bewertungskriterien	Punkte (Max.)
I. Finanzieller Vorschlag	30
<p>- ICEX wird das finanzielle Angebot auf der Grundlage der folgenden zwei Kriterien bewerten:</p> <p>I.1. die Kosten für die Ausarbeitung einer Landing Page (siehe Punkt 1.). Maximale Punktzahl von 15 Punkten.</p> <p>Für die Bewertung der Ausarbeitung der Landing Page* wird eine Formel angewandt, die sich umgekehrt proportional zu den Kosten verhält. Das Angebot mit den niedrigsten Kosten wird die höchste Punktzahl erhalten.</p> <p>* SEHR WICHTIG: Der nicht für die Entwicklung der Landing Page bereitgestellte Betrag wird für die übrigen Aktionen verwendet, und das maximal verfügbare Budget (40.000 Euro) muss durch die übrigen Aktionen vollständig ausgeschöpft werden.</p> <p>I.2. - Das niedrigste Verhältnis der Honorare** zu den Gesamtbeträgen (ohne Steuern) für die übrigen vorgeschlagenen Aktivitäten (Werbemaßnahmen und Zusammenarbeit mit Influencern). Das Angebot mit dem niedrigsten Verhältnis erhält die höchste Punktzahl (maximal 15 Punkte).</p> <p>** Als Honorare wird ICEX, falls nötig, nicht nur die von der Agentur als solche deklarierten Beträge einstufen, sondern auch andere Beträge, die von der Agentur einzelnen Aktivitäten zugeordnet wurden, aber als Honorare anzusehen sind.</p> <p>- Die Finanziellen Vorschläge müssen das maximal verfügbare Budget ausschöpfen (Steuern exklusive), ohne dieses zu übersteigen. Finanzielle Vorschläge, die das maximal verfügbare Budget für den Vertrag übersteigen (Steuern exklusive), werden nicht berücksichtigt.</p>	
II. Technischer Vorschlag	70
<p>-ICEX bewertet die Qualität des vorgeschlagenen Aktionsplans und das Maß, in dem dieser den Zielen der Kampagne am effizientesten entspricht. Jedem Bestandteil des technischen Vorschlags werden von ICEX Punkte zugeordnet wie im Folgenden beschrieben.</p>	



-Technische Vorschläge, die nicht mindestens 40 Punkte erhalten, werden automatisch ausgeschlossen.

ICEX beurteilt den Technischen Vorschlag auf folgende Weise:

Nicht konform. Der Vorschlag erfüllt nicht die grundsätzlichen Anforderungen und/oder es fehlen Informationen oder grundlegende Einzelheiten für eine angemessene Beurteilung.	0% der maximalen Punktzahl
Teilweise konform. Der Vorschlag zeigt, dass die Agentur einige der Anforderungen erfüllen kann, aber nicht alle, und/oder er enthält nicht genügend Informationen oder Einzelheiten, wie dies geschehen soll.	50% der maximalen Punktzahl
Vollkommen konform. Der Vorschlag bestätigt, dass die Agentur alle Anforderungen erfüllen kann, und enthält Informationen und Einzelheiten, wie dies geschehen soll.	75% der maximalen Punktzahl
Übersteigt die Anforderungen. Der Vorschlag beweist, dass die Agentur die Anforderungen erfüllen kann, enthält detaillierte Informationen, wie dies geschehen soll, und sticht durch die Präsentation wertiger Aktionen und Ausrichtungen hervor.	100% der maximalen Punktzahl

II.1.a. Technische Qualität des vorgeschlagenen Aktionsplanes

ICEX bewertet die Qualität des vorgeschlagenen Aktionsplans mit maximal 60 (sechzig) Punkten. ICEX bewertet die **Qualität und das Maß, in dem dieser den Zielen der Kampagne am effizientesten entspricht; die Qualität, Durchführbarkeit und die Reichweite der speziell vorgeschlagenen Aktivitäten**; sowie die **Medien**, um die gesteckten Ziele zu erreichen. ICEX vergibt für jedes Element die folgenden Punkte;

II.1.a.1 Die technische Qualität der eingereichten Massnahmen. Die Verfahren und Mittel, die zur Durchführung der vorgeschlagenen Aktivitäten eingesetzt werden, werden unter Berücksichtigung der Vorbereitung, Durchführung und Survey der Aktivitäten bewertet (Höchstpunktzahl: 5 Punkte).

II.1.a.2 Der eingereichte Medienplan (Anzeigen) wird auf der Grundlage der Positionierung der ausgewählten Medien unter Berücksichtigung der



<p>Ziele und der Zielgruppe der Kampagne bewertet (Höchstpunktzahl: 15 Punkte).</p> <p>II.1.a.3 Die vorgeschlagenen Blogger und Influencer werden nach der Anzahl ihrer Follower und ihrem Engagement für Reitsportinhalte bewertet, wobei die Ziele und die Zielgruppe der Kampagne berücksichtigt werden (Höchstpunktzahl: 15 Punkte).</p> <p>II.1.a.4 Die Landing Page wird auf der Grundlage ihrer Gestaltung und ihrer Eignung bewertet, die geeignetsten Inhalte zu vermitteln, um die gesetzten Ziele zu erreichen (Höchstpunktzahl: 20 Punkte).</p> <p>II.1.a.5. Bewertet wird auch, inwieweit der Vorschlag die Wahrnehmung des Pura-Raza-Pferdes positiv verstärkt, einschließlich eines Images von hoher Qualitäten, Tradition und Authentizität (Höchstpunktzahl 5).</p> <p>ICEX bewertet die Erfahrung des vorgeschlagenen Teams im Reitsportbereich mit maximal 10 Punkten:</p> <p>II.1.b. Arbeitsteam: ICEX bewertet die Entwicklung von Werbekampagnen im Zusammenhang mit dem Pferdesport, wobei Anzahl und Umfang dieser Kampagnen berücksichtigt werden. (Maximale Punktzahl 10 Punkte, die sich aus dem Durchschnitt der für jedes der vorgeschlagenen Profile vergebenen Punkte ergibt).</p>	
<p>GESAMT</p>	<p>100</p>

- a. **Abwegige Finanzielle Vorschläge.** Die Finanziellen Vorschläge werden bewertet, um zu bestimmen, ob man diese als unverhältnismäßig oder abwegig erachten kann. Als abwegig können solche Vorschläge angesehen werden, deren Budget (a) um 20% geringer ist als das maximal zur Verfügung stehende Budget, im Falle von weniger als drei Bietern, oder (b) deren Budget um 10% geringer ist als das arithmetische Mittel aller präsentierten Angebote, für den Fall, dass es 3 oder mehr Bieter gibt und dabei das teuerste Angebot für die Berechnung des arithmetischen Mittels ausgeschlossen wird. Wenn ein Angebot als abwegig betrachtet wird, wird das betreffende Unternehmen aufgefordert, innerhalb von zweiundsiebzig (72) Stunden nach der Mitteilung seinen Vorschlag und seine Konditionen zu begründen. Sobald die Darlegung erhalten wurde oder die Frist verstrichen ist, entscheidet ICEX nach technischer Beratung, sofern notwendig, ob das Angebot als abwegig betrachtet wird, was den Ausschluss des Angebots zur Folge hat.
- b. **Kriterien bei Punktgleichheit.** Sofern eine Punktgleichheit durch zwei oder mehr Bieter entsteht, wird diese durch die Anwendung der sozialen Kriterien gelöst, die im Anschluss genannt werden, und zwar in dieser Reihenfolge und nach Beendigung der Frist für die Präsentation der Vorschläge. Die Dokumentation zum Nachweis der Kriterien bei Punktgleichheit, um die es in dieser Klausel geht, wird



von den Bietern zur Verfügung gestellt, sobald eine Punktgleichheit entstanden ist, nicht vorher.

- Höherer Anteil von Angestellten in der Belegschaft mit Behinderung oder sozialer Benachteiligung in jeder der Firmen. Bei Gleichheit überwiegt ein höherer Anteil fest angestellter Mitarbeiter mit Behinderung in der Belegschaft oder ein höherer Anteil in der Belegschaft in Inklusion.
- Geringerer Anteil von Zeitarbeitsverträgen in der Belegschaft in jeder der Firmen.
- Höherer Anteil von Frauen in der Belegschaft in jeder der Firmen.
- Das Losverfahren, sollte die Anwendung der obigen Kriterien nicht zur Entscheidung geführt haben.

11. PFLICHTEN

Bei der Durchführung der Kampagne ist die Ansprechpartnerin für die Agentur die Spanische Wirtschafts- und Handelsabteilung in Düsseldorf, die für die Überwachung aller Aktivitäten zuständig ist. Bei der Rechnungsstellung ist besondere Sorgfalt auf das Budgetmanagement zu legen, indem die von ICEX vorgegebenen Richtlinien und die im Vertrag festgelegten Bedingungen befolgt werden. Für die Aktivitäten der Promotionskampagne werden keine Vorauszahlungen geleistet.

- a. **Technische Qualität.** Die Agentur haftet für die technische Qualität der Arbeiten und Leistungen, die Gegenstand dieses Vertrags sind. Desweiteren haftet sie für die Konsequenzen, die sich für ICEX oder für Dritte aus Irrtümern, Unterlassungen, ungeeigneten Verfahrensweisen oder falschen Schlussfolgerungen bei der Ausführung dieses Vertrags ergeben. Die Agentur haftet insbesondere für:
- Die Gewährleistung, dass sowohl die Entwicklung als auch das Ergebnis der beauftragten Dienstleistungen und Arbeiten den von ICEX geforderten Qualitätsanforderungen entsprechen.
 - Die Einhaltung der jeweils mit ICEX vereinbarten Fristen.
 - Die Auslassungen, Irrtümer, falschen Schlussfolgerungen oder unangemessene Verfahrensweisen, die sie während der Laufzeit dieses Vertrags empfiehlt und anwendet.



- Das Personal des Projektteams, das mit der Entwicklung und Ausführung des Vertrags betraut ist. Die Agentur trägt dabei in arbeitsrechtlicher Hinsicht die alleinige Verantwortung für das Verhalten und die Funktionsweise des genannten Teams.

- Die Verarbeitung der Informationen und Daten, die der Agentur zur Verfügung gestellt werden.

- b. **Zwischenberichte.** Die Agentur wird ICEX Zwischenberichte zur Verfügung stellen, in denen die im Rahmen der Kampagne durchgeführten Maßnahmen dokumentiert und bewertet werden und die eine Planung der noch ausstehenden Maßnahmen enthalten. In diesen Berichten wird die Agentur ebenfalls eine detaillierte Aktualisierung des laufenden Budgets und der Finanzsituation der Kampagne, einschließlich der Kosten und Zahlungsverpflichtungen, vorlegen.
- c. **Abschlussbericht.** Die Agentur wird ebenfalls am Ende der Kampagne einen Abschlussbericht vorlegen, der die folgenden Elemente umfasst: (i) eine Zusammenfassung; (ii) einen vollständigen Bericht über alle durchgeführten Aktivitäten und die in die Kampagne investierten Mittel, einschließlich der Bewertung der Aktionen und Verbesserungsvorschläge; (iii) eine Übersicht über alle Medien, die an den Aktionen der Kampagne teilgenommen haben; (iv) alle im Laufe der Kampagne entwickelten Inhalte. Der Abschlussbericht ist innerhalb von zehn (10) Tagen nach Beendigung der Kampagne vorzulegen.
- d. **Urheber- und Informationsrechte.** Die geistigen oder gewerblichen Eigentumsrechte an allen von der Agentur geschaffenen Werken sowie an allen von der Agentur im Auftrag von ICEX im Zusammenhang mit diesem Vertrag gesammelten Informationen gehören ICEX, ohne zusätzliche Kosten, nach Zahlung aller in diesem Vertrag vereinbarten Beratungsgebühren und Auslagen. Dies schließt das Recht auf Nutzung, Vervielfältigung, Änderung, öffentliche Verbreitung und die Veröffentlichung in Online-Medien ein. Diese Rechte gelten weltweit und für die maximale Dauer des Urheberrechtsschutzes, für alle Dateitypen, in allen Formaten und Sprachen und mit allen gesetzlich festgelegten Wirkungen.
- i. Alle produzierten Materialien sind Eigentum von ICEX, einschließlich des geistigen Eigentums, des gedruckten Materials, der Fotografie, der Websites, der Videos und anderer Offline- und Online-Veröffentlichungen.
- ii. Die Agentur stellt sicher, dass alle Vektordateien der erstellten Materialien, unabhängig von Medium oder Format, an ICEX übergeben werden. Dazu gehören alle originalen und bearbeiteten Foto-, Video- und Social-Media-Dateien, für die die



Agentur garantiert, dass sie für ICEX produziert wurden und nicht Eigentum Dritter sind.

- iii. Die Agentur wird die im Rahmen der Kampagne entwickelten Platzierungen in Echtzeit an ICEX übermitteln, damit sie in den globalen Konten von social media von ICEX (z. B. ICEX und ICEX Foods and Wines from Spain) referenziert werden können.
- iv. Bei jeder Klage oder Klageandrohung, die von Dritten gegen ICEX erhoben wird, übernimmt die Agentur auf eigene Kosten die Verteidigung, soweit diese Klage auf der Behauptung beruht, dass die von der Agentur im Rahmen dieses Vertrages durchgeführten Arbeiten geistige oder gewerbliche Eigentumsrechte Dritter verletzen oder eine widerrechtliche Aneignung von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen Dritter darstellen.
- e. **Vertraulichkeit.** Die Agentur ist zur Wahrung des Geschäftsgeheimnisses in Bezug auf die von ICEX für die Erbringung der Dienstleistungen zur Verfügung gestellten Informationen und Unterlagen verpflichtet. Diese Verpflichtung gilt sowohl während als auch nach Beendigung der vertraglichen Tätigkeiten, bis die Informationen öffentlich bekannt werden oder aus einem anderen berechtigten Grund ihren vertraulichen Charakter verlieren. Diese Klausel gilt nicht für Informationen, die (i) öffentlich zugänglich sind, (ii) der Partei, die sie erhält, bereits bekannt sind, (iii) aufgrund gerichtlicher Anordnungen oder gesetzlicher Verpflichtungen offengelegt werden.
 - i. Die Agentur gewährt nur denjenigen Personen Zugang zu vertraulichen Informationen, die diese kennen müssen, um die im Vertrag vorgesehenen Tätigkeiten und Dienstleistungen auszuführen. Die Agentur haftet für die Einhaltung der Geheimhaltungspflichten des in ihrem Dienst stehenden Personals und der Personen oder Einrichtungen, die mit der Agentur zusammenarbeiten oder von ihr unter Vertrag genommen wurden.
 - ii. Die Agentur verpflichtet sich ferner, vertrauliche Informationen von ICEX, zu denen sie Zugang hat, nicht für eigene oder private Zwecke oder für jedwede andere Zwecke zu verwenden.



- iii. Die Nichteinhaltung der oben genannten Verpflichtungen berechtigt ICEX, zivil- oder sogar strafrechtliche Schritte gegen die Agentur einzuleiten, für die Haftungsansprüche, die ihr entstehen könnten.

12. ANNULIERUNGEN

- a. **Rücktritt.** ICEX behält sich das Recht vor, den Vertrag einseitig zu kündigen, wenn die Dienstleistungen von der Agentur nicht gemäß den vom Kunden erhaltenen Anweisungen erbracht werden, wenn eine der für die Agentur geltenden Fristen nicht eingehalten wird oder wenn eine Verletzung der im Vertrag festgelegten Verpflichtungen vorliegt. Dies gilt unbeschadet etwaiger Schadensersatzansprüche.
- b. **Stornierung oder Verschiebung von Maßnahmen.** Wird eine Aktion nicht durchgeführt, trägt ICEX ausschließlich die Kosten, die der Agentur ab dem Datum des Vertragsabschlusses (und im Zusammenhang damit) bis zum Datum der formellen Kündigung durch ICEX entstanden sind. Für die Erstattung legt die Agentur alle Belege für die bis zu diesem Zeitpunkt entstandenen Kosten vor. Wird eine solche Maßnahme verschoben, bemühen sich die Parteien, nach Treu und Glauben eine Vereinbarung zu treffen, die ihren jeweiligen Interessen am besten gerecht wird.

13. INSTITUTIONEN

- a. **ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. ICEX** ist eine öffentliche Einrichtung, die dem spanischen Ministerium für Industrie, Handel und Tourismus untersteht. Sie ist in Deutschland durch die dortigen spanischen Wirtschafts- und Handelsabteilungen vertreten. Die Aufgabe von ICEX ist die Förderung spanischer Exporte, die Unterstützung der Internationalisierung spanischer Unternehmen und die Förderung ausländischer Investitionen in Spanien.
- b. **Die Spanische Wirtschafts- und Handelsabteilung in Düsseldorf** ist für die Förderung von Handel und Investitionen zwischen Spanien und Deutschland in ihrem Zuständigkeitsbereich verantwortlich.



c. **Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE).** Diese Kampagne kann über den Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung eine Förderfähigkeit aus Mitteln der Europäischen Union erhalten. Der erfolgreiche Bieter ist verpflichtet, die Informations- und Publizitätspflichten gemäß Anhang XII Absatz 2.2. der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 des Europäischen Parlaments und des Europarates vom 17. Dezember 2013 zu erfüllen, insbesondere die folgenden:

i. Das EU-Emblem ist auf den Arbeitsunterlagen sowie auf den Berichten und auf jeder Art von Medien, die bei den für den Vertragszweck erforderlichen Maßnahmen verwendet werden, deutlich und gut sichtbar anzubringen. Es ist dabei ausdrücklich auf die Europäische Union und den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung hinzuweisen.

ii. Bei jeder öffentlichen Verbreitung oder Bezugnahme auf die im Vertrag vorgesehenen Maßnahmen sind unabhängig von dem gewählten Medium (Broschüren, Plakate, etc.) folgende Elemente deutlich sichtbar anzubringen: das Emblem der Europäischen Union gemäß den festgelegten grafischen Normen sowie der Hinweis auf die Europäische Union und den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, einschließlich des Slogans "Ein Weg für Europa".

iii. Die eingereichten Angebote müssen in ihren technischen Angebotsunterlagen den Satz „Für diese Kampagne besteht über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung eine Förderfähigkeit aus Mitteln der Europäischen Union“ sowie das folgende Logo auf dem Deckblatt enthalten:



ICEX-Verwaltungsrat
Durch Delegation (Beschluss vom 30. September 2021) BOE (Spanischer
Staatsanzeiger)
vom 11. Oktober 2021

Manuel Ledesma Sánchez
Wirtschafts- und Handelsrat
SPANISCHE WIRTSCHAFTS- UND HANDELSABTEILUNG IN DÜSSELDORF

Düsseldorf, den 18.03.2024

