

Auftragsbekanntmachung & Leistungsanforderungen für einen Dienstleistungsvertrag Native Content Tool zur Bewerbung der themenspezifischen Webseiten der MV Tourismus GmbH

Abgabetermin: 10. Februar 2026 | 12:00 Uhr

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen weiblich, männlich und divers (w/m/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Aufforderung zur Abgabe eines Teilnahmeantrages (zum Verbleib beim Bieter/Auftragnehmer (AN) bestimmt):

Sehr geehrte Damen und Herren,

die MV Tourismus GmbH (MV-T) beabsichtigt, die unter Punkt 3 beschriebene Leistung zu vergeben. Sie werden gebeten, ein entsprechenden Teilnahmeantrag abzugeben.

1. Basisinformationen

1.1 Auftraggeber

Die MV-T, im Folgenden auch als Auftraggeber (AG) bezeichnet, ist eine Gesellschaft des privaten Rechts und als solche beim Amtsgericht Rostock als eingetragene Gesellschaft registriert. Die Geschäftsstelle befindet sich in Rostock.

Haus- und Postadresse: MV Tourismus GmbH
Konrad-Zuse-Str. 2
18057 Rostock

<https://www.mv-t.de>

Geschäftsführer: Herr Peter Kranz

1.2 Kontaktstelle beim Auftraggeber

Steve Kaufmann & Sebastian Hugo Scholz-Witzel

Telefon: 0381 4030 628

E-Mail: s.kaufmann@auf-nach-mv.de & s.scholz-witzel@auf-nach-mv.de

2. Termine, Fristen & Verfahrensweise

2.1 Art der Vergabe

Die Vergabe erfolgt im Rahmen einer beschränkten Ausschreibung mit Teilnahmewettbewerb gemäß den geltenden Vergaberichtlinien § 8 UVgO, in Verbindung mit den Wertgrenzeregelungen Mecklenburg-Vorpommern.

Jeder „Einzelabruf“ bleibt unter 40.000,- Euro netto.

Die drei passendsten Bieter, die eine Eignung bestätigen können, werden eine Testkampagne durchlaufen mit den gleichen Einstellungen, Inhalten und Ausrichtungen, sowie Budgets, für die Wahl des besten Anbieters.

2.2 Teilnahme- & Bindefrist

Teilnahmeanträge sind mithilfe elektronischer Mittel in Textform bis zum nachfolgend genannten Termin einzureichen:

Dienstag, den 10. Februar 2026, 12:00 Uhr

Nicht fristgerecht eingereichte Teilnahmeanträge werden nicht berücksichtigt.

Die Einreichung des Teilnahmeantrages erfolgt per Mail an die unter 1.2. angegebene Kontaktadresse. Bitte verwenden Sie folgenden Betreff für die E-Mail: „Teilnahmeantrag Native Ads“.

Der Teilnahmeantrag sowie alle notwendigen Formblätter und Anlagen sind als Anhang oder via Downloadlink zu übersenden und dürfen nicht im regulären E-Mail-Text enthalten sein. Im Falle eines Downloadlinks ist die Verfügbarkeit bis zum 27. Februar 2026 sicherzustellen.

Der Bieter erklärt mit Abgabe seines Teilnahmeantrages, sich an diesen bis zum 11. März 2026 gebunden zu halten.

2.3 Änderungen, Ergänzungen & Erläuterungen

Soweit Erläuterungen zur besseren Beurteilung des Teilnahmeantrages erforderlich erscheinen, können sie dem Teilnahmeantrages auf gesonderter Anlage beigelegt werden. Änderungen des Bieters an seinen Unterlagen müssen zweifelsfrei sein.

2.4 Voraussichtlicher Ablauf der Vergabe

Folgender Ablauf ist vorgesehen:

Teilnahmeantragsfrist:	10. Februar 2026 bis 12:00 Uhr
Bindefrist:	11. März 2026
Zuschlagserteilung:	vgl. 27. Februar 2026
Auftragsbeginn:	vgl. 27. Februar 2026

Die hier aufgeführten Termine für den Zuschlag und den Auftragsbeginn sind voraussichtliche Termine, auf deren Einhaltung durch die MV-T kein Anspruch durch den Bieter besteht. Die MV-T behält sich vor, den Auftrag aufgrund nicht vorhersehbarer Sachverhalte bzw. bei Nichteignung der eingehenden Teilnahmeanträge nicht zu vergeben.

2.5 Bieteranfragen

Bestehen nach Auffassung eines Bieters in der Bekanntmachung und/oder den von der MV-T bereitgestellten Unterlagen Unklarheiten, Lücken, Widersprüche oder sonstige Bedenken, so sind diese der MV-T, z. Hd. der angegebenen Kontaktstelle, unverzüglich, spätestens jedoch **bis zum 4. Februar 2026 bis 12:00 Uhr, in Textform mitzuteilen**. Die MV-T wird Bieteranfragen per E-Mail beantworten und sofern die Antwort für alle angefragten Unternehmen relevant ist, ihnen diese zur Verfügung stellen. Antworten auf Bieterfragen, die einen Einfluss auf die unter Punkt 3 gemachten Angaben haben, werden Vertragsbestandteil.

2.6 Bietergemeinschaft

Im Rahmen dieses Vergabeverfahrens wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Bietergemeinschaften ausgeschlossen sind. Die Bewerbung sowie die Abgabe eines Angebots dürfen ausschließlich durch einzelne Unternehmen erfolgen. Ziel ist es, eine klare Verantwortungsstruktur zu gewährleisten und die Durchführung des Projekts zu vereinfachen. Angebote von Bietergemeinschaften werden daher nicht berücksichtigt.

3. Leistungsbeschreibung und Auftragsausführung

3.1 Ausgangslage

Die MV Tourismus GmbH (MV-T) verfolgt das Ziel, die vielfältigen touristischen Angebote und einzigartigen Erlebnisse der Region zielgerichtet zu kommunizieren und potenzielle Gäste zu inspirieren. Dabei steht die Ansprache von individuellen Zielgruppen mit ihren spezifischen Interessen und Bedürfnissen im Vordergrund.

Der Content (Text, Foto, Video) wird digital auf den Webseiten der MV-T dargestellt, um zukünftige Besucher zu animieren Mecklenburg-Vorpommern zu bereisen.

Zur Erhöhung von Reichweite, Traffic und internationalen Sichtbarkeiten sollen Native-Ads-Kampagnen flexibel und skalierbar umgesetzt werden.

Der Auftragnehmer stellt hierfür ein Native-Ads-Tool und entsprechende, unten aufgelistete Dienstleistungen zur Verfügung.

3.2 Leistungsverzeichnis, Ausführungsbedingungen, Dienstleistungen – Voraussetzungen

Um die Native Ads Kampagnen der MV Tourismus GmbH (MV-T) erfolgreich umzusetzen, werden folgende Leistungsanforderungen an den Anbieter gestellt:

1. Mindestbuchungs-Budget

- Das Native Ads Tool muss eine flexible Budgetplanung ermöglichen, wobei das Mindestbuchungs-Budget pro Kampagne (Einzelabruf) nicht höher als 700,- Euro (netto) sein darf. (Dies darf nicht auf einen Zeitraum eingeschränkt sein.)
Bestenfalls gibt es kein Mindestbuchungsbudget.
- Es muss sichergestellt sein, dass sowohl kleinere Kampagnen mit einem geringen Budget ab 700,- Euro (netto), als auch groß angelegte Marketingaktionen möglich sind.

2. Kampagnenziele

- Das Tool zur Kampagnen- / Anzeigenerstellung muss die Definition und Messung von spezifischen Kampagnenzielen unterstützen, wie z. B.:
 - Erhöhung der Markenbekanntheit (... für das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern)
 - Traffic-Generierung (für themenbezogene Landingpages z. B. Aktivurlaub, Familienurlaub)
 - Conversion-Steigerung, (z. B. Kontaktanfragen oder Newsletteranmeldungen)
- Es muss möglich sein, diese Ziele datenbasiert zu tracken und Reportings bereitzustellen mit den marktüblichen Kennzahlen (Reichweite, Impressionen, Linkclicks, CPC, CTR, CPM, Conversions, Budget, Laufzeit, Format)

3. Anzahl Publisher

- Das Tool muss reichweitenstarke Publisher-Plattformen abdecken, die für die von der MV-T definierten Zielgruppen relevant sind (z. B. reichweitenstarke Reise- und Freizeitportale, regionale Medien oder themenspezifische Webseiten).
- Eine breite Auswahl an hochwertigen Publishern ist erforderlich, um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen.

4. Auslands Publisher

- Es muss die Möglichkeit bestehen, Native Ads in Auslandsmärkten zu schalten - explizit in den europäischen Ländern (Auslandsmärkten) Polen, Niederlande, Österreich, Schweiz, Dänemark, Schweden und Norwegen. Dies bezieht sich auf die internationale Marktstrategie der MV-T.

5. Intuitives eigenes Frontend

- Das Tool muss ein eigenes, nutzerfreundliches Frontend bereitstellen, dass der MV-T eine eigene Erstellung, Steuerung, Analyse und Optimierung der Kampagnen ermöglicht.
- Die Benutzeroberfläche muss intuitive Dashboards und Echtzeit-Reporting enthalten für aufschlussreiche Auswertungen.
- Das Einstellen, Bearbeiten und Kontrollieren der Anzeigen muss durch die MV-T eigenständig abgewickelt werden können ohne Agenturunterstützung.
- Ein Werbekonto pro Quellmarktausrichtung für die optimierte Aussteuerung und Analyse muss bereitgestellt werden.

6. Anzahl Werbeformate

- Das Native Ads Tool muss verschiedene Werbeformate unterstützen, darunter:
Text-Bild-Kombinationen | Video-Ads | Carousel-Formate
- Mindestens diese 3 unterschiedlichen Formate müssen verfügbar sein, um flexibel auf die Kampagnenziele eingehen zu können.

7. Rechnung

- Die Abrechnung muss transparent und nachvollziehbar sein.
- Es wird erwartet, dass eine monatliche Sammelrechnung bereitgestellt wird, die die Kampagnenausgaben nach Zeitraum aufschlüsselt.
- Rechnungen sollen elektronisch im gängigen Format (z. B. PDF) übermittelt werden.
- Die Abrechnung darf nicht mit Vorkasse erfolgen.
- Die Abrechnung erfolgt mit Überweisung oder Bankeinzug. Sie kann nicht mit Kreditkarte beglichen werden.

8. Zusätzliche Dienstleistungen

- Der AN muss verfügbar sein, für die Erklärung und bei Fragen des eigenen Frontend-Tools
- Der AN sollte den AG über Neuerungen und Updates auf dem Laufenden halten

Diese Leistungsanforderungen bilden die Grundlage und Voraussetzung für die Vergabe und sichern eine effiziente und zielgerichtete Nutzung von Native Ads für die Kommunikationsziele der MV-T.

3.3 Vertragslaufzeit & Abruflogik

Unbefristeter Vertrag

Der Vertrag wird auf unbestimmte Zeit geschlossen.

Kündigung

Der Vertrag kann von beiden Parteien mit einer Frist von einem Monat zum Monatsende ordentlich gekündigt werden, wenn eine offizielle Kündigung nötig ist.

Budget | Abrufe

- Es existiert keine feste Vertragslaufzeit und keine Mindestabnahme.
- Leistungen werden kampagnenbezogen abgerufen.
- Kein Einzelabruf überschreitet 40.000,- Euro (netto).
- Der voraussichtliche Jahresbedarf des AG beträgt ca. 30.000,- Euro bis 80.000,- Euro (netto).
- Abrufe erfolgen direkt über die Kampagnenerstellung in dem eigenen Frontend-Tool des ANs.

3.4 Allgemeine Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen

Die UVgO in der jeweils gültigen Fassung wird Bestandteil des Vertrages. Anderslautende AGB des AN gelten nicht.

Der Auftraggeber behält sich vor, innerhalb einer Kampagne der Bewerbungslaufzeit notwendige Anpassungen vorzunehmen, um auf aktuelle Marktanforderungen und strategische Ziele flexibel reagieren zu können.

4. Eignungsanforderungen

Der AG erwartet von dem AN zur zielführenden und wirtschaftlichen Zusammenarbeit, umfassende Fachkunde zu den unter Punkt 3 aufgeführten Leistungen zu haben. Nicht geeignete Bieter werden ausgeschlossen. Geeignet ist, wer die erforderliche Leistungsfähigkeit unter Punkt 3 aufweist und diese schriftlich bestätigen kann.

5. Teilnahmeanforderungen

5.1 Ablauf der Teilnahmewertung

Die Teilnahmeanträge werden anhand der Vergabekriterien bewertet. Der Zuschlag wird dem leistungsfähigsten und am besten optimierten Bieter tool erteilt. Die Bewertung erfolgt anhand der unter Punkt 5.2 dargestellten Punkte.

Die maximal besten drei Anbieter durchlaufen eine Testkampagne, welche in Punkt 5.2 weiter definiert ist. Findet sich nur ein Anbieter, der die gewünschten Anforderungen erfüllt, erhält dieser den Zuschlag und es wird keine Testkampagne durchgeführt.

5.2 Teilnahmewertung

Im ersten Schritt werden die unter Punkt 3.2 aufgeführten Leistungen geprüft, ob diese erbracht werden können. Diese müssen durch den Anbieter bestätigt werden:

- Kein Mindestbuchungsbudget für Kampagnen
- Publisher im Ausland: Werden die geforderten internationalen Märkte abgedeckt?
- Eigenes Frontend: Bietet der Anbieter ein eigenes Frontend für die Buchung, Steuerung und Analyse der Kampagnen – so dass die MV-T - Mitarbeiter eigenständig alle Kampagnen anlegen und steuern können ohne Agenturhilfe
- Abrechnungsmodell (Rechnung)
- Dienstleistungsanforderungen an den Anbieter

Im zweiten Schritt wird nach den folgenden Kriterien entschieden, welcher Anbieter in die engere Auswahl kommt. Hierzu muss der Anbieter die geforderten Informationen mit einreichen:

- Anzahl der Publisher in Deutschland (Auflistung welche Publisher)
- Anzahl der Publisher international (Auflistung welche Publisher und welches Zielland)
- Anzahl der Werbeformate

Bei der Ermittlung des wirtschaftlichsten Teilnahmeantrages werden Kriterien und Gewichtungen nach der untenstehenden Bewertungsmatrix angewendet. Dabei werden am Ende die maximal drei besten Anbieter einem Testlauf unterzogen. Bei dem Testlauf werden die identischen Kampagneneinstellungen festgelegt.

1. Budget: 700,- Euro (netto)
2. Testlaufzeit: 10 Tage
3. Zielmarkt: Deutschland
4. Content: Display-Ad mit 2 Bildern, werden mit der gleichen Headline aufgesetzt
5. Ziel: Traffic auf die Startseite auf-nach-mv.de

Die Testkampagne wird durch den AG eigenständig aufgesetzt. Hierbei steht in einem gemeinsamen Termin der AN zur Verfügung, um das Native Ad Tool zu erklären und um eine reibungslose Umsetzung für den AG zu gewährleisten.

Nach Ablauf der Testlaufzeit werden folgende Ergebnisse/Daten ausgewertet und der Anbieter gewinnt mit ...

- ... den meisten Linkclicks
- ... dem geringsten CPC (Cost Per Click)

Sollten die Ergebnisse identisch sein, gewinnt der Anbieter mit den meisten Impressions. Die Auswertung sollte eigenständig durch den AG über das eigene Native Ad Tool des AN erfolgen. Voraussetzung dafür ist der freie Zugang (durch Log In) durch den AG.

Die Zuschlagskriterien für die Anbieter, die für eine Testkampagne in die engere Auswahl kommen, werden anhand von Wertungspunkten bewertet. Es werden 0 bis 5 Wertungspunkte (WP) je Kriterium vergeben. Die pro Zuschlagskriterium erreichten Wertungspunkte werden jeweils mit dem zugehörigen Gewichtungsfaktor multipliziert und die so ermittelten Produkte addiert, wobei insgesamt 500 Punkte erreicht werden können.

Bewertungsmatrix

Pos.	Zuschlagskriterium	Gewichtung	Erreichbare Wertungspunktzahl	Wertungspunkte Bewertet wird die Qualität der Leistungen entsprechend den nachfolgenden Kriterien, welche von dem Anbieter mit eingereicht werden.
1	Anzahl der Publisher in Deutschland	60 %	0-5	Das Tool sollte ein breites Spektrum an Publisher-Plattformen in Deutschland abdecken, die für die Zielgruppen der MV-T relevant sind (z. B. reichweitenstarke Reise- und Freizeitportale und regionale Medien). Eine breite Auswahl an Publishern ist erforderlich, um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen. Anbieter mit den meisten Publishern in Deutschland erhalten die höchste Punktezahl.
2	Anzahl an Publishern international	40 %	0-5	Das Tool sollte ein gutes Spektrum an Publisher-Plattformen in den gewünschten internationalen Märkten abdecken, die für die Zielgruppen der MV-T relevant sind (z. B. reichweitenstarke Reise- und Freizeitportale, regionale Medien). Eine breite Auswahl an Publishern ist erforderlich, um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen. Anbieter mit den meisten internationalen Publishern erhalten die höchste Punktezahl.

Die Zuschlagskriterien werden anhand von Wertungspunkten bewertet. Es werden 0 bis 5 Wertungspunkte (WP) je Kriterium vergeben. Die pro Zuschlagskriterium erreichten Wertungspunkte werden jeweils mit dem zugehörigen Gewichtungsfaktor multipliziert und die so ermittelten Produkte addiert, wobei insgesamt 100 Punkte erreicht werden können.

Die Wertungspunkte werden für jedes Zuschlagskriterium danach vergeben, inwieweit der jeweilige Teilnahmeantrag die jeweiligen Anforderungen an den Verwendungszweck der Leistung erfüllt. Hierbei gilt:

- 0 Punkte = Es liegen keine Publisher vor
- 1 Punkt = Es liegt 1 bis 30 Publisher vor
- 2 Punkte = Es liegen 31 bis 100 Publisher vor
- 3 Punkte = Es liegen 101 bis 300 Publisher vor
- 4 Punkte = Es liegen 301 bis 500 Publisher vor
- 5 Punkte = Es liegen mehr als 501 Publisher vor

6. Weitere Informationen

6.1 Kostenerstattung

Für den entstandenen Aufwand wird hinsichtlich der vollständig eingereichten Unterlagen keine Aufwandsentschädigung gezahlt.

6.2 Antikorruptionsrichtlinie

Gemäß der Richtlinie der Bundesregierung zur Korruptionsprävention in der Bundesverwaltung vom 30. Juli 2004 erklärt sich der Bieter bereit, seine Beschäftigten, die bei der Leistungserstellung mitwirken, nach dem Verpflichtungsgesetz auf die gewissenhafte Erfüllung ihrer Obliegenheiten aus dem Auftrag zu verpflichten.

6.3 Datenschutzklausel

Die von den Bietern erbetenen personenbezogenen Angaben werden im Rahmen des Vergabeverfahrens verarbeitet und gespeichert. Näheres zu der Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten finden Sie in unserer Datenschutzerklärung (<https://tourismus.mv/datenschutz>).

6.4 Weitere Einzureichende und auszufüllende Formulare

Mit der Abgabe des Teilnahmeantrages und der Einreichung der geforderten Nachweise / Bestätigungen der Leistungen unter Punkt 5.2, sind weitere Formblätter auszufüllen und mit einzureichen:

- Formblatt 2 – Tariftreue
- Formblatt 3 – Mindestlohn
- Anlage 4 - Ausschlussgründe

Formblatt 2

Verpflichtungen des beauftragten Unternehmens nach dem Tariftreue- und Vergabegesetz Mecklenburg-Vorpommern (TVgG M-V)

Soweit das Unternehmen eine Erklärung zu Mindestarbeitsbedingungen im Sinne des § 14 Satz 1 TVgG M-V abgegeben hat, gelten mit dem Zuschlag folgende Bestimmungen:

- **nach Maßgabe von § 15 TVgG M-V (Kontrollen):**

Das Unternehmen verpflichtet sich, mit Nachunternehmen folgende Befugnisse und Pflichten zu vereinbaren:

- Das Unternehmen hat als prüfende Stelle die Befugnis, Kontrollen bei seinen Nachunternehmen durchzuführen, um die Einhaltung der Pflichten zu überprüfen, die nach Maßgabe der abgegebenen Erklärung zu Mindestarbeitsbedingungen bestehen.
- Für diese Kontrollen haben die Nachunternehmen vollständige und prüffähige Unterlagen bereitzuhalten und auf Verlangen der prüfenden Stelle vorzulegen oder elektronisch zu übermitteln; auf Befragen haben sie zu den Unterlagen Auskünfte zu erteilen. Dies umfasst insbesondere Entgelt- und Meldeunterlagen, Aufzeichnungen und andere Geschäftsunterlagen, aus denen Art, Umfang, Dauer und tatsächliche Entlohnung sowie Arbeitsbedingungen der Arbeitnehmenden hervorgehen oder abgeleitet werden können. Die Nachunternehmen haben personenbezogene Beschäftigtendaten in den Unterlagen zu anonymisieren; sie haben die Anonymisierung aufzuheben, soweit die prüfende Stelle konkrete Anhaltspunkte für einen Verstoß darlegt. Die Arbeitnehmenden sind von ihren Arbeitgebenden auf die Möglichkeit dieser Kontrollen hinzuweisen.
- Die Nachunternehmen treffen den vorstehenden Punkten entsprechende Vereinbarungen mit ihren eigenen Nachunternehmen. Sie verpflichten diese, ihrerseits entsprechende Vereinbarungen mit Nachunternehmen auf weiteren Stufen der Vertragshierarchie zu treffen.

Verleiher nach dem Arbeitnehmerüberlassungsgesetz und Werkvertragsunternehmen gelten als Nachunternehmen.

- **nach Maßgabe von § 16 TVgG M-V (Sanktionen):**

- Für jeden schuldhaften Verstoß gegen Pflichten, die nach der abgegebenen Erklärung zu Mindestarbeitsbedingungen bestehen, verwirkt das Unternehmen eine Vertragsstrafe in Höhe von

5 Prozent¹

der geschuldeten Vergütung (ohne Umsatzsteuer). Bei mehreren Verstößen darf die Summe der Vertragsstrafen

10 Prozent¹

der geschuldeten Vergütung (ohne Umsatzsteuer) erreichen. Übersteigt die geschuldete Vergütung (ohne Umsatzsteuer) den geschätzten Auftragswert, so tritt der geschätzte Auftragswert an deren Stelle.²

- Die schuldhafte Nichterfüllung der nach der abgegebenen Erklärung zu Mindestarbeitsbedingungen bestehenden Pflichten durch das Unternehmen berechtigt den Auftraggeber zur fristlosen Kündigung.

¹ vom Auftraggeber einzutragen

² Erläuterung: Nach § 16 Absatz 1 Satz 1 TVgG M-V hat der öffentliche Auftraggeber mit dem Unternehmen für jeden schuldhaften Verstoß eine Vertragsstrafe in Höhe von bis zu fünf Prozent des Auftragswertes zu vereinbaren; bei mehreren Verstößen darf die Summe der Vertragsstrafen zehn Prozent des Auftragswertes nicht überschreiten. Das Gesetz meint den geschätzten Auftragswert. Aus dem Urteil des BGH vom 15.02.2024 (Az.: VII ZR 42/22) ergibt sich allerdings, dass auf den endgültigen Vergütungsanspruch (bei Bauleistungen: „Abrechnungssumme“) abzustellen ist. In diesem Sinne ist die vorstehende formularmäßige Erklärung zu verstehen. Dabei bildet der geschätzte Auftragswert nach § 16 Absatz 1 Satz 1 TVgG M-V die absolute Obergrenze.

Eigenhändige Unterzeichnung durch Namensunterschrift des Ausstellers

Bei elektronisch übermitteltem Angebot ist keine gesonderte Unterschrift erforderlich

Erklärungen des Unternehmens nach dem Tariftreue- und Vergabegesetz Mecklenburg-Vorpommern (TVgG M-V)

- ☐ **Erklärung nach § 5 Absatz 1 Satz 1 TVgG M-V (Mindestarbeitsbedingungen nach Maßgabe von repräsentativen Tarifverträgen) ¹**

Mein Unternehmen verpflichtet sich, den bei der Ausführung dieser Leistung beschäftigten Arbeitnehmenden die Arbeitsbedingungen des/der nachstehenden, in der Mindestarbeitsbedingungenverordnung (MinArbBV M-V) für repräsentativ erklärten Tarifvertrages/Tarifverträge zu gewähren:

(genaue Bezeichnung der Regelung[en] in der Rechtsverordnung einschließlich der Fundstelle[n] in der Anlage zur Rechtsverordnung)

- ☐ **Erklärung nach § 6 Absatz 1 Satz 1 TVgG M-V (Mindestarbeitsbedingungen nach Maßgabe von Branchentarifverträgen) ¹**

Mein Unternehmen verpflichtet sich, den Arbeitnehmenden bei der Ausführung der Leistung mindestens die Arbeitsbedingungen zu gewähren, die folgenden Vorgaben der MinArbBV M-V entsprechen:

(genaue Bezeichnung der Regelung[en] in der Rechtsverordnung einschließlich der Fundstelle[n] in der Anlage zur Rechtsverordnung)

- ☒ **Erklärung nach § 8 Absatz 1 Satz 1 TVgG M-V (Vergaberechtlicher Mindestlohn) ¹**

Weil oder soweit nach der MinArbBV M-V keine tarifvertraglich begründeten Pflichten bestehen, verpflichtet mein Unternehmen sich, den Arbeitnehmenden bei der Ausführung der Leistung einen Vergaberechtlichen Mindestlohn von 13,50 Euro (brutto) pro Stunde zu zahlen.

- ☐ **Erklärung nach § 9 Absatz 1 Satz 1 TVgG M-V (Nachunternehmen) ²**

Mein Unternehmen verpflichtet sich, dem/den Nachunternehmen die für das Unternehmen geltenden Pflichten aufzuerlegen und die Beachtung dieser Pflichten durch das/die Nachunternehmen zu überwachen.

¹ vom Auftraggeber anzukreuzen

² vom Bieter anzukreuzen

Eigenhändige Unterzeichnung durch Namensunterschrift des Ausstellers

Bei elektronisch übermitteltem Angebot ist keine gesonderte Unterschrift erforderlich

Anlage 4: Erklärung über das Vorliegen von Ausschlussgründen

Ich/wir erkläre(n), dass hinsichtlich keiner der nachfolgend aufgezählten Ausschlussgründe aus dem § 123 Abs. 1 GWB eine rechtskräftige Verurteilung vorliegt:

- § 123 Abs. 1 Nr. 1 GWB: §§ 129, 129a, 129b StGB (Bildung krimineller/terroristischer Vereinigungen/im Ausland)
- § 123 Abs. 1 Nr. 2 GWB: § 89c StGB bzw. entspr. Teilnahmetatbestände
- § 123 Abs. 1 Nr. 3 GWB: § 261 StGB (Geldwäsche)
- § 123 Abs. 1 Nr. 4 GWB: § 263 StGB (Betrug), soweit sich die Tat gegen den Haushalt der Europäischen Union oder gegen Haushalte richtet, die von der Europäischen Union oder in ihrem Auftrag verwaltet werden
- § 123 Abs. 1 Nr. 5 GWB: § 264 StGB (Subventionsbetrug), soweit sich die Tat gegen den Haushalt der Europäischen Union oder gegen Haushalte richtet, die von der Europäischen Union oder in ihrem Auftrag verwaltet werden
- § 123 Abs. 1 Nr. 6 GWB: § 299 StGB (Bestechlichkeit und Bestechung im geschäftlichen Verkehr)
- § 123 Abs. 1 Nr. 7 GWB: § 108e StGB (Bestechlichkeit und Bestechung von Mandatsträgern)
- § 123 Abs. 1 Nr. 8 GWB: §§ 333 und 334 StGB (Vorteilsgewährung und Bestechung), jeweils auch in Verbindung mit § 335a StGB (Ausländische und internationale Bedienstete)
- § 123 Abs. 1 Nr. 9 GWB: Art. 2 § 2 des Gesetzes zur Bekämpfung internationaler Bestechung (Bestechung ausländischer Abgeordneter im Zusammenhang mit internationalem Geschäftsverkehr)
- § 123 Abs. 1 Nr. 10 GWB: §§ 232 und 233 StGB (Menschenhandel) oder § 233a StGB (Förderung des Menschenhandels).

Ich / wir erkläre(n) ferner, dass

- eine rechtskräftige Gerichtsentscheidung oder bestandskräftige Verwaltungsentscheidung gegen mich/uns wegen Nichtzahlung von Steuern, Abgaben oder Sozialversicherungsbeiträgen nicht vorliegt (§ 123 Abs. 4 GWB),
- ich/wir in der Vergangenheit bei der Ausführung öffentlicher Aufträge nicht gegen geltende umwelt-, sozial- oder arbeitsrechtliche Verpflichtungen verstoßen haben,
- ich/wir nicht zahlungsunfähig ist/sind oder ein Insolvenzverfahren oder vergleichbares Verfahren beantragt oder eröffnet worden ist,
- ich/ wir keine schwere Verfehlung im Rahmen der beruflichen Tätigkeit begangen habe(n)/ hat, durch die die Integrität des Unternehmens in Frage gestellt wird,
- keine Absprachen oder sonstige (abgestimmte) Verhaltensweisen mit anderen Unternehmen bestehen, die eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken,
- kein Interessenkonflikt bei der Durchführung des Vergabeverfahrens besteht, der die Unparteilichkeit und Unabhängigkeit einer für den öffentlichen Auftraggeber tätigen Person bei

- der Durchführung des Vergabeverfahrens beeinträchtigen könnte und der durch andere, weniger einschneidende Maßnahmen nicht wirksam beseitigt werden kann,
- ich/wir nicht bereits in die Vorbereitung des Vergabeverfahrens einbezogen war(en).

Hinweis:

Sofern einer oder mehrere der vorliegend aufgezählten Punkte zutreffen sollte, ist/sind diese(r) durchzustreichen. Anderenfalls ist die Erklärung unterschrieben abzugeben. Auf die Möglichkeit einer Selbstreinigung nach § 125 GWB wird hingewiesen.

Ort, Datum

Unterschrift, Firmenstempel