



Beratungsvorlage Nr.: BV/2021/004

Sitzung/Gremium

Bäderausschuss
Verwaltungsausschuss
Gemeinderat

Am:

04.03.2021
10.03.2021
18.03.2021

Status:

öffentlich
nicht öffentlich
öffentlich

Bezeichnung des Beratungsgegenstandes:

Vergabe Wettbewerb zur Erbringung von Planungsleistungen zur Marken- & Marketingstrategie der Nordseeinsel Juist und zum Organisationskonzept der Kurverwaltung Juist

Beschlussvorschlag:

Die Bietergemeinschaft „Freizeit und Tourismusberatung IFT und Saint Elmo's Tourismusmarketing erhält den Zuschlag zum Wettbewerb zur Erbringung von Planungsleistungen zur Marken- & Marketingstrategie der Nordseeinsel Juist und zum Organisationskonzept der Kurverwaltung Juist nach UVgO § 50 zum Gesamtpreis von 52.600,00 €.

Nach dem genehmigten Haushalt 2020 stehen für die Marken-/ Marketingstrategie 40.000,00 € zur Verfügung. Die restlichen 12.600,00 € werden aus der Position „Erneuerung der TI“ mit einem Budget von 100.000,00 € entnommen.

Sachverhalt/Stellungnahme der Verwaltung:

Die Entwicklung der Marken-/ und Marketingstrategie ohne Organisationsentwicklung kann ebenso wenig gelingen wie eine Organisationsentwicklung ohne klaren Bezug zu einer Markenstrategie gelingen kann. Hier gilt die Regel „die Struktur folgt der Strategie“. Aus diesem Grund sollen beide Prozesse parallel mit einem kurzen Vorlauf der Marken-/ und Marketingstrategie verlaufen, um diese Ergebnisse in die Organisationsentwicklung einzubringen. Die parallele Entwicklung einer Marken- & Marketingstrategie sowie eines Organisationskonzeptes ist somit extrem sinnvoll. Aufgrund dieser parallelen Entwicklung verzögert sich die Fertigstellung des Organisationskonzeptes nicht, sondern wird durch die Klärung entscheidender Fragen verbessert.

Den frühestmöglichen Fertigstellungstermin nannte Tourismuszukunft mit der KW 25. Auf Nachfrage erklärte Herr Kobernuß (IFT), dass dieser Termin bei guter Mitarbeit auf juister Seite ebenfalls möglich sei. Ebenso können Reisekosten gespart werden.

Die Leistungsträger auf der Insel (z.B. Dehoga, Einzelhandelsverband, Fährbetriebe)

unterstützen die Erstellung einer Marken- & Marketingstrategie der Nordseeinsel Juist und eines Organisationskonzept der Kurverwaltung Juist und haben ihre Mitarbeit zugesagt. Die Dehoga Juist betont in diesem Zusammenhang, dass sie konkrete Umsetzungspläne für zwingend notwendig halten.

Folgende Nachbarinseln haben in den letzten Jahren bereits einen Marken-/Marketingentwicklungsprozess oder Work-Shops durchlaufen:

- Borkum mit Saint Elmo's
- Langeoog mit Neuland Quartier (Vorgänger von LOTS)
- Spiekeroog mit IFT und Saint Elmo's in Form von Work-Shops
- Wangerooge mit Neuland Quartier (Vorgänger von LOTS) in Form eines Work-Shops.

Die oben genannten Inseln bestätigen, dass mit dem Marken-/Marketingentwicklungsprozess die Möglichkeiten zur Hebung des Potenzials der Produkte bzw. neuer Produkte deutlich gestiegen ist und die Inseln sich erheblich besser vermarkten konnten.

Die Kurverwaltung hat am 08.02.2021 einen Wettbewerb zur Erbringung von Planungsleistungen zur Marken- & Marketingstrategie der Nordseeinsel Juist und zum Organisationskonzept der Kurverwaltung Juist nach UVgO § 50 ausgeschrieben. Folgende Firmen wurden aufgefordert ein Angebot abzugeben:

Aufgeforderte Unternehmen	
1.	Futour Tourismusberatung, Dr. Peter Zimmer, Haus Neuilly, Sedanstr. 35, 50668 Köln
2.	Freizeit und Tourismusberatung IFT, Jan Kobernuß, Goltsteinstr. 87a, 50968 Köln
3.	Kohl & Partner GmbH, Gernot Memmer, Hans-Gasser-Platz 9, 9500 Villach, Österreich
4.	Lots* Gesellschaft für veränderte Kommunikation mbH Jörg Müller, Karl Heine Str. 62 HH, 04229 Leipzig
5.	NSI Consult Beratungs- und Servicegesellschaft mbH, Melanie Zurawski, Adolfstr. 17, 38102 Braunschweig
6.	Saint Elmo's Tourismusmarketing Team Tourismusmarketing GmbH, Martin Schober, Karolingerstr. 1 5020 Salzburg, Österreich
7.	Tourismuszukunft, Realizing Progress GmbH & Co. KG, Florian Bauhuber, Wallbergstr. 7, 85570 Markt Schwaben

Diese Firmen haben ein Angebot abgegeben:

aufgefordertes Unternehmen	
1.	Bietergemeinschaft: Freizeit und Tourismusberatung IFT & Saint Elmo's Tourismusmarketing
2.	Kohl & Partner GmbH mit Nachunternehmen BrandWorkstudios
3.	NSI Consult Beratungs- und Servicegesellschaft mbH
4.	Tourismuszukunft - Realizing Progress GmbH & Co. KG

Alle vier Anbieter konnten zur Prüfung der Angebote zugelassen werden. Nach der Prüfung der Kriterien (preisgünstigstes Angebot, Fertigstellungstermin, Qualität der Angebote, Projektteam und Referenzen – siehe Anlagen) sowie der damit

verbundenen Punktevergabe, gibt es folgendes Endergebnis:

	Bewerber	Preis	Fertigstellung	Qualität	Projektteam	Referenzen	Gesamt
1.	Bietergemeinschaft Freizeit und Tourismusberatung IF und Saint Elmo's Tourismusmarketing	350	0	140	70	100	660
2.	Kohl & Partner GmbH	175	90	210	70	100	645
3.	NSI Consult Beratungs- und Servicegesellschaft mbH	280	0	175	25	100	580
4.	Tourismuszukunft	210	100	175	50	100	635

Die Bietergemeinschaft Freizeit und Tourismusberatung IFT und Saint Elmo's Tourismusmarketing hat mit 660 Punkten das beste Ergebnis erzielt und erhält damit den Zuschlag. Der Gesamtpreis für die Erstellung der Marken-/ und Marketingstrategie für die Nordseeinsel Juist und das Organisationskonzept der Kurverwaltung beträgt 52.600,00 €. Insbesondere die Bietergemeinschaft Freizeit und Tourismusberatung IFT und Saint Elmo's Tourismusmarketing hat in dem vorgestellten Konzept auch die Entwicklung eines konkreten Umsetzungsplans vorgesehen.

Nach den Haushalt 2020 stehen für die Marken-/ Marketingstrategie 40.000,00 € zur Verfügung. Die restlichen 12.600,00 € werden aus der Position „Erneuerung der TI“ mit einem Budget von 100.000,00 € entnommen.

Finanzielle Auswirkungen:	
<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
Gesamtkosten der Maßnahme (Anschaffungskosten/Herstellungskosten): _____ 52.600 Euro	Jährliche Folgekosten: <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein _____ Euro
Finanzierung: Eigenanteil der Gemeinde (inkl. Kredite): _____ Euro	Objektbezogene Einnahmen (Zuschüsse, Spenden, Beiträge): _____ Euro
Veranschlagung:	
Gemeinde: <input type="checkbox"/> ErgebnisHH (lfd. Kosten) <input type="checkbox"/> FinanzHH (Investitionen)	<input type="checkbox"/> BAD <input type="checkbox"/> Wirtschaftsbetriebe <input type="checkbox"/> Erfolgsplan <input type="checkbox"/> Vermögensplan

Im Auftrage

(Vodde)

Im Auftrage

(Jansen)

Anlagen:

- 01 Dokumentation Wettbewerb
- 013 Stellungnahmen Borkum-OFI
- 02 unterzeichnete Niederschrift Submission
- 03 Angebot IFT + Saint Elmo
- 04 Angebot Kohl + Partner
- 05 Angebot NSI
- 06 Angebot Tourismuszukunft
- 07 Preisgünstigstes Angebot
- 08 Fertigstellung
- 09 Qualitaet Gesamt
- 10 Projektteam
- 11 Referenzen
- 12 Gesamtuebersicht Punkte
- 13 Stellungnahmen Borkum-OFI
- 14 Stellungnahme Einzelhandel
- 15 Stellungnahme Dehoga