

472912-2026 - Zadávání

Německo – Reklamní a marketingové služby – Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“
OJ S 130/2026 09/07/2026

Oznámení o zahájení zadávacího nebo koncesního řízení – standardní režim - Oznámení oprav Služby

1. Kupující

1.1. Kupující

Oficiální název: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

E-mail: info@polaris.law

Právní forma kupujícího: Veřejný podnik ovládaný regionálním orgánem

Činnost veřejného zadavatele: Rekreační, kultura a náboženství

2. Řízení

2.1. Řízení

Název: Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Popis: Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Identifikátor řízení: 019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f

Interní identifikátor: POL-2026-06-05-B

Typ řízení: Jednací řízení s uveřejněním / jednací řízení

Řízení se zrychlí: ne

2.1.1. Účel

Charakter smlouvy: Služby

Hlavní klasifikace (cpv): 79340000 Reklamní a marketingové služby

2.1.2. Místo plnění

Poštovní adresa: Ostseerallee 19

Obec: Ostseebad Kühlungsborn

PSČ: 18225

Nižší územní jednotka země (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Země: Německo

2.1.3. Hodnota

Odhadovaná hodnota bez DPH: 350 000,00 EUR

Maximální hodnota rámcové dohody: 350 000,00 EUR

2.1.4. Obecné informace

Právní základ:

Směrnice 2014/24/EU

v gv -

Použitelné přeshraniční právo: nicht einschlägig

2.1.6. Důvody pro vyloučení

Zdroje důvodů pro vyloučení: Oznámení

5. Část

5.1. Část: LOT-0001

Název: Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH

Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Popis: 1. Zielsetzung Die Tourismus, Freizeit und Kultur GmbH Kühlungsborn (TFK) beabsichtigt, eine externe Kreativagentur als Leadagentur für die strategische Weiterentwicklung der touristischen Marke Kühlungsborn zu beauftragen. Ziel ist die Entwicklung einer klaren, konsistenten und zukunftsfähigen Marken- und Kommunikationsstrategie sowie die Konzeption und Umsetzung einer integrierten, kanalübergreifenden Kampagne zur Stärkung der Markenbekanntheit und Markenpositionierung. Die Zusammenarbeit erfolgt im Rahmen eines mehrjährigen Rahmenvertrages mit projektbezogenen Einzelabrufen. Die Vergütung richtet sich nach den im Preisblatt angegebenen und bezuschlagten Preisen. Der Leistungsbedarf verteilt sich über die gesamte Vertragslaufzeit von drei Jahren. Im ersten Vertragsjahr liegt der Schwerpunkt auf strategischen und konzeptionellen Leistungen sowie der Entwicklung zentraler Kampagnenansätze. In den Folgejahren erfolgt die Umsetzung, Weiterentwicklung und Anpassung der erarbeiteten Maßnahmen. 2. Kommunikationsziele Ziel der Beauftragung ist die Entwicklung einer konsistenten, hochwertigen und differenzierenden Markenkommunikation für die Destination Kühlungsborn. Die Kommunikation soll Kühlungsborn als moderne, hochwertige und emotional aufgeladene Urlaubsdestination positionieren und die Markenbekanntheit in relevanten nationalen und internationalen Märkten nachhaltig stärken. Im Fokus steht die zielgerichtete Ansprache zentraler Zielgruppen, insbesondere anspruchsvoller Urlaubsgäste, Best Ager, Familien sowie urbaner Kurzurlauber. Darüber hinaus sollen zusätzliche Potenziale in den Bereichen Bleisure, Tagungen und Corporate Events erschlossen werden. Die Kommunikationsstrategie soll eine klare Positionierung im Wettbewerbsumfeld ermöglichen, ein einheitliches Markenbild sicherstellen und die Grundlage für eine langfristig wirksame, kanalübergreifende Kampagnenführung bilden. 3. Nachgefragte Leistungen; Leistungsbereiche Die nachgefragten Leistungen werden zum Teil fest beauftragt (vgl 3.1 bis 3.6). Darüber hinaus wird eine Rahmenvereinbarung zum Abruf von Einzelaufträgen ausgeschrieben (vgl 3.7 bis 3.9). Für alle Leistungen (3.1 bis 3.9) gelten die Maßgaben in 3.10. 3.1. Strategische Analyse und Markenentwicklung 3.2. Entwicklung einer Marken- und Kampagnenstrategie 3.3. Corporate Design der Marke Kühlungsborn 3.4. Kreative Kampagnenentwicklung 3.5. Entwicklung einer Bildwelt 3.6. Social-Media-Konzeption 3.7. Konzeption und Produktion von Werbemitteln 3.8. Reinzeichnung und Assetbereitstellung 3.9. Konzeption von Veranstaltungen, Messeauftritten und Marktforschungsmaßnahmen 3.10. Projektmanagement und Abstimmung 4. Ausführungszeiträume Mit den mit dem Zuschlag fest beauftragten Leistungen (vgl 3.1 bis 3.6) soll unmittelbar nach Beauftragung begonnen werden. 5. Rahmenvereinbarung Für die im Wege der Rahmenvereinbarung zu vergebenden Leistungen (vgl 3.7 bis 3.9) gilt: Der Auftraggeber beabsichtigt, mit maximal einem Wirtschaftsteilnehmer eine Rahmenvereinbarung abzuschließen. Ob, wann und in welchem Umfang diese Leistungen abgerufen werden, lässt sich zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses und aufgrund der Natur der Sache nicht zuverlässig prognostizieren. Für die Planung und Budgetierung inkl. Agenturhonorar wie folgt veranschlagt — Budget im ersten Vertragsjahr (netto): ca 100.000 € bis 150.000 € — Budget im zweiten Vertragsjahr (netto): ca 100.000 € — Budget im dritten Vertragsjahr (netto): ca 100.000 € Der angegebenen Höchstwerte stellen keine

Abnahmeverpflichtung des Auftraggebers dar, sondern dienen ausschließlich der vergaberechtlich erforderlichen Begrenzung des Rahmenvertrages. Die Leistung des Auftragnehmers wird durch den Auftraggeber in Form von Einzelaufträgen abgerufen. Für jeden Einzelauftrag ist die vorliegende Rahmenvereinbarung zugrunde zu legen. Die Bedingungen gelten auch dann, wenn im Einzelauftrag nicht ausdrücklich darauf Bezug genommen wird. Bei der Vergabe der auf dieser Rahmenvereinbarung beruhenden Einzelaufträge dürfen keine substantziellen Änderungen an den Bedingungen der Rahmenvereinbarung vorgenommen werden. Der Auftragnehmer hat keinen Anspruch auf Erteilung bestimmter Aufträge oder einer bestimmten Anzahl von Aufträgen. Es besteht keine Abnahmeverpflichtung seitens des Auftraggebers.

Interní identifikátor: LOT-0001

5.1.1. Účel

Charakter smlouvy: Služby

Hlavní klasifikace (cpv): 79340000 Reklamní a marketingové služby

5.1.2. Místo plnění

Poštovní adresa: Ostseelallee 19

Obec: Ostseebad Kühlungsborn

PSČ: 18225

Nižší územní jednotka země (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Země: Německo

5.1.3. Odhadovaná doba trvání

Doba trvání: 3 Roky

5.1.5. Hodnota

Odhadovaná hodnota bez DPH: 350 000,00 EUR

Maximální hodnota rámcové dohody: 350 000,00 EUR

5.1.6. Obecné informace

Vyhrazená účast:

Účast není vyhrazena.

Musí být uvedena jména a příslušná odborná kvalifikace pracovníků pověřených realizací zakázky: Vyžaduje se v žádosti o účast

Projekt veřejných zakázek, který není financován z prostředků EU

Na zakázku se vztahuje Dohoda o vládních zakázkách: ne

Tato zakázka je vhodná i pro malé a střední podniky: ne

5.1.7. Strategické zadávání zakázek

Cíl strategického zadávání zakázek: Žádné strategické zadávání veřejných zakázek

5.1.9. Kritéria pro výběr

Zdroje výběrových kritérií: Oznámení

Kritérium: Relevantní vzdělání a profesní kvalifikace

Popis výběrového kritéria: Es sind die Mitglieder des Projektteams namentlich zu benennen.

Sie haben folgende Qualifikationen aufzuweisen: • 1 Projektleitung mit mind. 5 Jahre

Berufserfahrung • 1 Strategieberater/in • 1 Kreativleitung / Art Direction • 1 Text / Konzeption •

1 Digital-/Online-Experte/in (Mindestanforderungen = K.O.-Kriterium)

Kritérium: Relevantní vzdělání a profesní kvalifikace

Popis výběrového kritéria: Weitere Qualifikationen Wünschenswert (aber nicht Mindestvoraussetzungen) sind besondere Qualifikationen des eingesetzten Personals, so insbesondere in den Bereichen • Digital-Marketing • UX (User Experience) • AI (Artificial Intelligence) • Marktforschung Diese Zusatzqualifikationen sind Auswahlkriterien gemäß Anlage A 3. Auswahlkriterien Teilnahmewettbewerb).

Kritéria budou použita k výběru uchazečů, kteří budou pozváni do druhé fáze řízení

Kritérium: Reference na určité služby

Popis výběrového kritéria: Anzugeben ist durch Eigenerklärung eine Liste geeigneter unternehmensbezogener Referenzen über die erbrachten Leistungen vergleichbarer Art mit Angabe der in dem Referenzbogen benannten Angaben. Unternehmensbezogene Referenzen sind solche, die dem Bewerber (sei er Einzelunternehmer, GmbH usw.) zuzuordnen sind, gleich welcher Architekt/Ingenieur persönlich in die damalige Auftragsausführung involviert war. Verlangt werden drei Kategorien von Referenzen als Mindestkriterium (sogleich unter 1. bis 3.): — Referenzen Typ A: Strategische Marken- und Kommunikationsentwicklung (vgl 1) — Referenzen Typ B: Corporate Design und Markenführung (vgl 2) — Referenzen Typ C: Integrierte Kampagnen (vgl 3) Zur Wertbarkeit der Referenzen (sowohl als Mindestanforderung als auch im Rahmen der Auswahlkriterien, vgl Anlage A 3. Auswahlkriterien Teilnahmewettbewerb): Referenzen, die die Anforderungen mehrerer oder aller Kategorien der Referenzen (also A+B, A+C, B+C oder A+B+C) — „Referenz A“ und — „Referenz B“ abdecken, werden in jeder Kategorie gewertet, deren Voraussetzungen sie erfüllen. Die Anzahl der in der jeweiligen Kategorie (A, B und C) wertbaren Referenzen ist Auswahlkriterium gemäß Anlage A 3. Auswahlkriterien Teilnahmewettbewerb). Zeitraum: Die Referenz-Leistungen müssen nach dem 30.06.2021 erbracht worden sein. Die Lead-Idee muss abgeschlossen und die Kampagne mindestens 1 Jahr on air sein. Je Referenz sind anzugeben: • Auftraggeber (inkl. Ansprechpartner) • Leistungszeitraum • Detaillierte Beschreibung der erbrachten Leistungen • Projektvolumen (netto) • Eigener Leistungsanteil 1. Referenz Typ A: Strategische Marken- und Kommunikationsentwicklung Die Referenzen sollen Leistungen betreffen, die die folgenden Kriterien kumulativ erfüllen: • Entwicklung einer übergeordneten Marken- und/oder Kommunikationsstrategie • Auftraggeber: öffentlicher Auftraggeber oder Unternehmen aus Tourismus oder vergleichbaren Branchen • Leistungsinhalte: mindestens zwei der folgenden: o Markenstrategie / Positionierung o Zielgruppenanalyse o Kampagnenkonzeption o Markenarchitektur • Projektvolumen für diese Leistungen: mindestens 50.000 € netto Mindestanforderung: mindestens fünf Referenzen 2. Referenz Typ B: Corporate Design und Markenführung Die Referenzen sollen Leistungen betreffen, die die folgenden Kriterien kumulativ erfüllen: • Entwicklung oder umfassende Weiterentwicklung eines Corporate Designs • Erstellung von Gestaltungsrichtlinien (CD-Manual) • Anwendung des CD in mindestens zwei Kommunikationskanälen • Projektvolumen für diese Leistungen: mindestens 50.000 € netto Mindestanforderung: mindestens vier Referenzen 3. Referenz Typ C: Integrierte Kampagnen Diese Referenzen sollen Leistungen betreffen, die folgende Kriterien kumulativ erfüllen: • Konzeption und Umsetzung von kanalübergreifenden Kommunikationskampagnen • Nutzung von mindestens drei Kanälen (z. B. Print, Online, Social Media, Out-of-Home) • Projektvolumen für diese Leistungen: mindestens 50.000 € netto Mindestanforderungen: mindestens fünf Referenzen

++++
++++
Wertungspunkte für die Anzahl der Referenzen: Es werden unterschiedlich viele Bewertungspunkte in Abhängigkeit von der Anzahl der Referenzen des jeweiligen Typs (A, B oder C) vergeben. Zusätzliche Wertungspunkte: Zudem werden zusätzliche Wertungspunkte

(„Zusatzpunkte“) für Referenzen aller drei Typen vergeben, wenn gewisse Anforderungen erfüllt werden. Die Punktvergabe erfolgt im Einzelnen wie folgt:

1. Unternehmensbezogene Referenz Typ A: 10 Referenzen Typ A = 80 Bewertungspunkte; 8 Referenzen Typ A = 60 Bewertungspunkte; 6 Referenzen Typ A = 40 Bewertungspunkte.
2. Unternehmensbezogene Referenz Typ B: 9 Referenzen Typ B = 80 Bewertungspunkte; 7 Referenzen Typ B = 60 Bewertungspunkte; 5 Referenzen Typ B = 40 Bewertungspunkte.
3. Unternehmensbezogene Referenz Typ C: 10 Referenzen Typ C = 80 Bewertungspunkte; 8 Referenzen Typ C = 60 Bewertungspunkte; 6 Referenzen Typ C = 40 Bewertungspunkte.
4. Zusätzliche Wertungspunkte („Zusatzpunkte“): Zusätzliche Wertungspunkte werden vergeben für:
 - Referenzen im Tourismusmarketing
 - strategische Tiefe
 - Innovationsgrad
 - Übertragbarkeit auf Kühlungsborn
 - Kreative Qualität

Bewertungsmaßstab: Die Referenz erfüllt die genannten Kriterien: 4 Punkte: sehr gut; 3 Punkte: gut; 2 Punkte: mit Abstrichen; 1 Punkt: genügend; 0 Punkt: nicht.

Kritéria budou použita k výběru uchazečů, kteří budou pozváni do druhé fáze řízení.

Kritérium: Specifický průměrný roční obrát

Popis výběrového kritéria: Durchschnittlicher Mindestjahresumsatz mit vergleichbaren

Leistungen: Anzugeben ist der Jahresumsatz (netto, in EUR) mit vergleichbaren Leistungen (nicht den Gesamtumsatz des Unternehmens) der letzten drei abgeschlossenen

Geschäftsjahre (2023 bis 2025).

Informace o druhé fázi dvoufázového řízení:

Minimální počet uchazečů, kteří budou pozváni do druhé fáze řízení: 3

Maximální počet uchazečů, kteří budou pozváni do druhé fáze řízení: 3

Řízení proběhne v několika na sebe navazujících fázích. V každé fázi mohou být určiti účastníci vyřazeni.

Kupující si vyhrazuje právo zadat zakázku na základě původních nabídek bez dalších jednání.

5.1.10. Kritéria pro zadání

Kritérium:

Typ: Kvalita

Jméno/název: Bewertung des Konzepts

Popis: Konzept - Bewertet wird die Darstellung folgender Inhalte:

- Konzeptskizze / strategischer Ansatz 15 % (Themen: 1. Nachvollziehbarkeit der Herleitung der Strategie, 2. Stringenz und Logik des konzeptionellen Ansatzes, 3. Zielgruppenbezug und Passfähigkeit, 4. Konsistenz zwischen Strategie und Maßnahmen) - Methodik / Vorgehen / Timing 6 % (Themen: 1. Struktur und Nachvollziehbarkeit des Vorgehens, 2. Realistische Zeit- und Ablaufplanung, 3. Praktische Umsetzbarkeit des Konzepts) - Kreativität / Leitidee 15 % (Themen: 1. Originalität und Eigenständigkeit der Leitidee, 2. gestalterische Qualität der Ansätze, 3. Wiedererkennbarkeit und Differenzierung) - Strategische Qualität 12 % (Themen: 1. inhaltliche Tiefe der Strategie, 2. Passfähigkeit zur Markenpositionierung, 3. langfristige Tragfähigkeit der Ansätze) - Passfähigkeit zur Marke Kühlungsborn 6 % (Themen: 1. Bezug zur Marke und Zielgruppen, 2. Authentizität und Glaubwürdigkeit, 3. Übereinstimmung mit den Zielen der TFK) - Präsentation des Projektteams 6 % (maßgeblich: 1. Verständlichkeit und Struktur der Präsentation, 2. Qualität der Darstellung, 3. Zusammenspiel und Auftreten des Teams)

Bewertungsmaßstab: Die Bewertung der einzelnen Unterkriterien der Präsentation erfolgt nach den folgenden Maßstäben:

- 4 Punkte: Es erfolgt eine Darstellung, diese ist in der Präsentation sehr gut strukturiert und inhaltlich vollständig nachvollziehbar, so dass anzunehmen ist, dass die angebotenen Leistungen den Ansprüchen sehr gut gerecht werden.
- 3 Punkte: Es erfolgt eine Darstellung, diese ist in der Präsentation gut strukturiert und weitgehend vollständig nachvollziehbar, so dass anzunehmen ist, dass die angebotenen

Leistungen den Ansprüchen gut gerecht werden. 2 Punkte: Es erfolgt eine Darstellung, diese ist jedoch in der Präsentation mit Ab-strichen strukturiert und inhaltlich weitgehend nachvollziehbar, so dass anzunehmen ist, dass die angebotenen Leistungen den Ansprüchen weitgehend gerecht werden. 1 Punkte: Es erfolgt eine Darstellung, diese ist jedoch in der Präsentation ungenügend strukturiert und inhaltlich nicht nachvollziehbar, so dass Zweifel bestehen, ob die angebotenen Leistungen den Ansprüchen gerecht werden. 0 Punkt: Es erfolgt keine Darstellung.

Kategorie kritéria pro zadání s váhou: Váha (procenta, přesně)

Číslo spojené s kritériem pro zadání zakázky: 60

Kritérium:

Typ: Cena

Jméno/název: Preis

Popis: Beim Angebotspreis werden folgende Preisbestandteile gesondert wie folgt gewertet: 1.

Summe der Pauschalen der fest beauftragten Leistungen gemäß Anlage B 1.

Leistungsbeschreibung Nrn. 3.1 bis 3.6, Preisblatt Nrn. 1 bis 3; Gewichtung 20 % 2. Summe der Tagessätze der Leistungen der Rahmenvereinbarung gemäß Anlage B 1.

Leistungsbeschreibung Nrn. 3.7 bis 3.9, Preisblatt Nrn. 4 bis 9; Gewichtung 10 % 3. Summe der Pauschalen der Leistungen der Rahmenvereinbarung gemäß Anlage B 1.

Leistungsbeschreibung Nrn. 3.7 bis 3.9, Preisblatt Nrn. 10 bis 15; Gewichtung 10 % Je Preisbestandteil wird der Quotient aus dem günstigsten und dem zu bewertenden Angebot gebildet und mit 100 multipliziert. Anschließend wird das Ergebnis auf die Gewichtung berechnet. Formel: Preispunkte = günstigster Angebotspreis geteilt durch zu bewertenden Preis multipliziert mit 100 multipliziert mit der Gewichtung in %.

Kategorie kritéria pro zadání s váhou: Váha (procenta, přesně)

Číslo spojené s kritériem pro zadání zakázky: 40

5.1.11. Zadávací dokumentace

Jazyky, v nichž je oficiálně k dispozici zadávací dokumentace: němčina

Adresa zadávací dokumentace: <https://www.evergabe.de/unterlagen/019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f/zustellweg-auswaehlen>

5.1.12. Podmínky zadávání zakázek

Podmínky řízení:

Předpokládané datum odeslání výzev k podávání nabídek: 16/07/2026

Podmínky podání:

Elektronické podání: Povolena

Adresa pro podání: <https://www.evergabe.de/unterlagen/019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f/zustellweg-auswaehlen>

Popis: nur elektronische Einzureichung

Jazyky, v nichž lze podávat nabídky nebo žádosti o účast: němčina

Elektronický katalog: Nepovolena

Varianty: Nepovolena

Uchazeči mohou podat více než jednu nabídku: Nepovolena

Lhůta pro doručení žádosti o účast: 10/07/2026 23:59:00 (UTC+02:00) východoevropský čas, středoevropský letní čas

Informace, které lze doplnit po uplynutí lhůty pro předkládání návrhů:

Podle uvážení kupujícího mohou být všechny chybějící dokumenty týkající se uchazeče předloženy později.

Další informace: es gilt § 56 Abs 2, 3 VgV

Smluvní podmínky:

Plnění zakázky musí být provedeno v rámci programů chráněného zaměstnání: Ne
Požaduje se dohoda o zachování mlčenlivosti: ne
Elektronická fakturace: Povolena
Bude použito elektronické objednávání: ano
Bude použita elektronická platba: ano

5.1.15. Techniky

Rámcová dohoda:

Rámcová dohoda bez obnovení soutěže

Maximální počet účastníků: 3

Informace o dynamickém nákupním systému:

Žádný dynamický nákupní systém

5.1.16. Další informace, mediace a přezkum

Organizace příslušná pro přezkum: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Informace o lhůtách pro přezkum: Es gelten die Bestimmungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB). Hinsichtlich der Einleitung von Nachprüfungsverfahren wird auf § 160 GWB verwiesen. Dieser lautet: (1) Die Vergabekammer leitet ein Nachprüfungsverfahren nur auf Antrag ein. (2) Antragsbefugt ist jedes Unternehmen, das ein Interesse an dem öffentlichen Auftrag oder der Konzession hat und eine Verletzung in seinen Rechten nach § 97 Absatz 6 durch Nichtbeachtung von Vergabevorschriften geltend macht. Dabei ist darzulegen dass dem Unternehmen durch die behauptete Verletzung der Vergabevorschriften ein Schaden entstanden ist oder zu entstehen droht. (3) Der Antrag ist unzulässig, soweit 1. Der Antragsteller den geltend gemachten Verstoß gegen Vergabevorschriften vor Einreichen des Nachprüfungsantrags erkannt und gegenüber dem Auftraggeber nicht innerhalb einer Frist von zehn Kalendertagen gerügt hat; 2. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Auftraggeber gerügt werden, 3. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die erst in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Auftraggeber gerügt werden, 4. mehr als 15 Kalendertage nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind. Hinsichtlich der Information nicht berücksichtigter Bieter und Bewerber gelten die §§ 134, 135 GWB. Insbesondere gilt: Bieter deren Angebote für den Zuschlag nicht berücksichtigt werden sollen, werden vor dem Zuschlag gemäß § 134 GWB darüber informiert. Das gilt auch für Bewerber, denen keine Information über die Ablehnung ihrer Bewerbung zur Verfügung gestellt wurde, bevor die Mitteilung über die Zuschlagsentscheidung an die betroffenen Bieter ergangen ist. Ein Vertrag darf erst 15 Kalendertage nach Absendung dieser Information durch den Auftraggeber geschlossen werden; bei Übermittlung per Telefax oder auf elektronischem Wege beträgt diese Frist 10 Kalendertage.

Organizace poskytující další informace o zadávacím řízení: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Organizace poskytující přístup k zadávací dokumentaci v režimu offline: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Organizace poskytující další informace o podání návrhů na přezkum: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

8. Organizace

8.1. ORG-0001

Oficiální název: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Registrační číslo: USt-ID. DE321701079

Poštovní adresa: Ostseeallee 19

Obec: Ostseebad Kühlungsborn

PSČ: 18225

Nižší územní jednotka země (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Země: Německo

Kontaktní místo: POLARIS Rechtsanwälte Rode Schulz und Partner mbB

E-mail: info@polaris.law

Telefon: +49381491440

Internetová adresa: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>

Profil kupujícího: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>

Úlohy této organizace:

Kupující

Organizace poskytující další informace o zadávacím řízení

Organizace poskytující přístup k zadávací dokumentaci v režimu offline

8.1. ORG-0002

Oficiální název: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Registrační číslo: VKMV-13-L50010000000-78

Poštovní adresa: Johannes-Stelling-Str. 14

Obec: Schwerin

PSČ: 19053

Nižší územní jednotka země (NUTS): Schwerin, Kreisfreie Stadt (DE804)

Země: Německo

E-mail: vergabekammer@wm.mv-regierung.de

Telefon: +4938558815164

Internetová adresa: <https://www.regierung-mv.de/Landesregierung/wm/Das-Ministerium/Vergabekammern/>

Úlohy této organizace:

Organizace příslušná pro přezkum

Organizace poskytující další informace o podání návrhů na přezkum

8.1. ORG-0003

Oficiální název: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

Registrační číslo: 0204:994-DOEVD-83

Obec: Bonn

PSČ: 53119

Nižší územní jednotka země (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

Země: Německo

E-mail: noreply.esender_hub@bescha.bund.de

Telefon: +49228996100

Úlohy této organizace:

TED eSender

10. Změna

Znění předchozího oznámení, které má být změněno

:

019e97d0-6ad7-4ac2-b414-918c4f528f31-01

Hlavní důvod změny

:

Oprava chyb kupujícího

Popis

:

Die Teilnahmefrist wird verlängert, da eine Vielzahl von Bieterfragen eingegangen sind. Neue Teilnahmefrist: 10.07.2026 um 23:59 Uhr.

10.1. Změna

Identifikátor sekce: LOT-0001

Oznámení - informace

Identifikátor oznámení/verze: 019f1d0c-af68-4656-830d-682d4aaa8dfe - 01

Druh formuláře: Zadávání

Typ oznámení: Oznámení o zahájení zadávacího nebo koncesního řízení – standardní režim

Podtyp oznámení: 16

Datum odeslání oznámení: 07/07/2026 20:50:32 (UTC+02:00) východoevropský čas, středoevropský letní čas

Jazyky, v nichž je toto oznámení oficiálně k dispozici: němčina

Číslo zveřejnění oznámení: 472912-2026

Číslo vydání v řadě S Úř. věst.: 130/2026

Datum zveřejnění: 09/07/2026