

392841-2026 - Konkurrencevilkår

Tyskland – Servicevirksomhed i forbindelse med reklame og marketing – Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

OJ S 109/2026 09/06/2026

Udbuds- eller koncessionsbekendtgørelse – standardordningen

Tjenesteydelser

1. Køber

1.1. Køber

Officielt navn: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

E-mail: info@polaris.law

Køberens retlige status: Offentlig virksomhed, der styres af en regional myndighed

Den ordregivende myndigheds aktivitet: Fritid, kultur og religion

2. Procedure

2.1. Procedure

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

Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

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

Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Identifikator for proceduren: 019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f

Intern ID: POL-2026-06-05-B

Udbudsprocedure: Udbud med forhandling/indkaldelse af tilbud med forudgående offentliggørelse

Proceduren er en hasteprocedure: nej

2.1.1. Formål

Kontraktens hovedformål: Tjenesteydelser

Primær klassifikation (cpv): 79340000 Servicevirksomhed i forbindelse med reklame og marketing

2.1.2. Udførelsessted

Postadresse: Ostseeallee 19

By: Ostseebad Kühlungsborn

Postnummer: 18225

Landsdel (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Land: Tyskland

2.1.3. Værdi

Anslået værdi eksklusiv moms: 350 000,00 EUR

Rammeaftalens maksimumværdi: 350 000,00 EUR

2.1.4. Generelle oplysninger

Retsgrundlag:

Direktiv 2014/24/EU

vgv -

2.1.6. Udelukkelsesgrunde

Kilder til grundlag for udelukkelse: Bekendtgørelse

Tilsidesættelse af forpligtelser i henhold til rent nationale udelukkelsesgrunde: Es gelten die Ausschlussgründe der §§ 123-125 GWB

5. Delkontrakt

5.1. Delkontrakt: LOT-0001

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

Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Beskrivelse: 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 prog-nostizieren. 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.

Intern ID: LOT-0001

5.1.1. Formål

Kontraktens hovedformål: Tjenesteydelser

Primær klassifikation (cpv): 79340000 Servicevirksomhed i forbindelse med reklame og marketing

5.1.2. Udførelsessted

Postadresse: Ostseeallee 19

By: Ostseebad Kühlungsborn

Postnummer: 18225

Landsdel (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Land: Tyskland

5.1.3. Anslået varighed

Varighed: 3 År

5.1.5. Værdi

Anslået værdi eksklusiv moms: 350 000,00 EUR

Rammeaftalens maksimumværdi: 350 000,00 EUR

5.1.6. Generelle oplysninger

Reserveret deltagelse:

Deltagelse uden forbehold.

Navnene på og de faglige kvalifikationer for det personale, der skal udføre kontrakten, skal angives: Krav til ansøgningen om deltagelse

Indkøbsprojekt, der ikke finansieres med EU-midler

Udbuddet er omfattet af aftalen om offentlige udbud (GPA): nej

Dette udbud er også egnet for små og mellemstore virksomheder (SMV'er): nej

5.1.7. Strategiske udbud

Formålet med strategiske udbud: Ingen strategiske udbud

5.1.9. Udvalgelseskriterier

Kilder til udvalgelseskriterier: Bekendtgørelse

Kriterium: Relevante uddannelses- og erhvervskvalifikationer

Beskrivelse af udvalgelseskriterium: 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)

Kriterium: Relevante uddannelses- og erhvervskvalifikationer

Beskrivelse af udvælgelseskriterium: 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).

Kriteriet vil blive anvendt til at udvælge de ansøgere, som skal opfordres til at deltage i anden fase af proceduren

Kriterium: Referencer på specificerede tjenester

Beskrivelse af udvælgelseskriterium: 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 („Zusatzpunk-te“) 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 Punkte: genügend 0 Punkt: nicht

Kriteriet vil blive anvendt til at udvælge de ansøgere, som skal opfordres til at deltage i anden fase af proceduren

Kriterium: Specifik gennemsnitlig årlig omsætning

Beskrivelse af udvælgelseskriterium: 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).

Oplysninger om den anden fase i en procedure, der afvikles i to faser:

Mindsteantallet af ansøgere, som skal opfordres til at deltage i anden fase af proceduren: 3
 Det højeste antal ansøgere, som skal opfordres til at deltage i anden fase af proceduren: 3
 Proceduren afvikles i successive faser. I hver fase kan nogle ansøgere blive udelukket
 Køberen forbeholder sig retten til at tildele kontrakten på grundlag af de indledende tilbud uden yderligere forhandlinger

5.1.10. Tildelingskriterier

Kriterium:

Type: Kvalitet

Navn: Bewertung des Konzepts

Beskrivelse: 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 Abstrichen 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.

Kategori for tildelingskriteriet vægt: Vægtning (procentdel, præcis)

Tildelingskriterium talværdi: 60

Kriterium:

Type: Pris

Navn: Preis

Beskrivelse: 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 %.

Kategori for tildelingskriteriet vægt: Vægtning (procentdel, præcis)

Tildelingskriterium talværdi: 40

5.1.11. Tilbudsdokumenter

Sprog, som udbudsdokumenterne er officielt tilgængelige på: tysk

Adresse på udbudsdokumenterne: <https://www.evergabe.de/unterlagen/019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f/zustellweg-auswaehlen>

5.1.12. Tilbudsvilkår

Vilkår for proceduren:

Den påtænkte dato for afsendelse af opfordringerne til at afgive tilbud: 13/07/2026

Vilkår for indgivelse:

Elektronisk indgivelse: Tilladt

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

Beskrivelse: nur elektronische Einzureichung

Sprog, som tilbud og ansøgninger om deltagelse kan indgives på: tysk

Elektronisk katalog: Ikke tilladt

Alternative tilbud: Ikke tilladt

Tilbudsgivere kan indgive mere end ét tilbud: Ikke tilladt

Frist for modtagelse af anmodninger om deltagelse: 06/07/2026 23:59:00 (UTC+02:00)

østeuropæisk tid, centraleuropæisk sommertid

Oplysninger, der kan suppleres efter indgivelsesfristen er udløbet:

Køberen kan beslutte, at alle manglende tilbudsrelaterede dokumenter kan indsendes senere.

Yderligere oplysninger: es gilt § 56 Abs 2, 3 VgV

Betingelser for kontraktens udførelse:

Udførelsen af kontrakten skal ske inden for rammerne af programmer for beskyttet

beskæftigelse: Nej

Der kræves en fortrolighedsaftale: nej

Elektronisk fakturering: Tilladt

Der vil blive anvendt elektronisk bestilling: ja

Der vil blive anvendt elektronisk betaling: ja

5.1.15. Teknikker

Rammeaftale:

Rammeaftale uden fornyet iværksættelse af konkurrence

Det maksimale antal deltagere: 3

Oplysninger om det dynamiske indkøbssystem:

Intet dynamisk indkøbssystem

5.1.16. Yderligere oplysninger, mægling og gennemgang

Organisation med ansvar for klager: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Oplysninger om klagefrister: 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.

Organisation, der leverer supplerende oplysninger om udbudsprocedurerne: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn
Organisation, der sikrer adgang til udbudsdokumenterne offline: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn
Organisation, der leverer yderligere oplysninger om klageprocedurerne: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

8. Organisationer

8.1. ORG-0001

Officielt navn: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn
Registreringsnummer: USt-ID. DE321701079
Postadresse: Ostseeallee 19
By: Ostseebad Kühlungsborn
Postnummer: 18225
Landsdel (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)
Land: Tyskland
Enhed: POLARIS Rechtsanwälte Rode Schulz und Partner mbB
E-mail: info@polaris.law
Telefon: +49381491440
Internetadresse: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>
Køberprofil: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>

Denne organisations roller:

Køber
Organisation, der leverer supplerende oplysninger om udbudsprocedurerne
Organisation, der sikrer adgang til udbudsdokumenterne offline

8.1. ORG-0002

Officielt navn: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit
Registreringsnummer: VKMV-13-L50010000000-78
Postadresse: Johannes-Stelling-Str. 14
By: Schwerin
Postnummer: 19053
Landsdel (NUTS): Schwerin, Kreisfreie Stadt (DE804)
Land: Tyskland
E-mail: vergabekammer@wm.mv-regierung.de
Telefon: +4938558815164
Internetadresse: <https://www.regierung-mv.de/Landesregierung/wm/Das-Ministerium/Vergabekammern/>

Denne organisations roller:

Organisation med ansvar for klager
Organisation, der leverer yderligere oplysninger om klageprocedurerne

8.1. ORG-0003

Officielt navn: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)
Registreringsnummer: 0204:994-DOEVD-83
By: Bonn
Postnummer: 53119

Landsdel (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

Land: Tyskland

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

Telefon: +49228996100

Denne organisations roller:

TED eSender

Oplysninger om bekendtgørelsen

Bekendtgørelsens ID: 019e97d0-6ad7-4ac2-b414-918c4f528f31 - 01

Formulartype: Konkurrencevilkår

Bekendtgørelsestype: Udbuds- eller koncessionsbekendtgørelse – standardordningen

Bekendtgørelsesundertype: 16

Afsendelsesdato for bekendtgørelsen: 05/06/2026 16:25:41 (UTC+02:00) østeuropæisk tid, centraleuropæisk sommertid

Bekendtgørelsens officielle sprog: tysk

Bekendtgørelsesnummer: 392841-2026

EUT-S-nummer: 109/2026

Offentliggørelsesdato: 09/06/2026