

328206-2024 - Ergebnis

Deutschland – Werbe- und Marketingdienstleistungen – Rahmenvereinbarung über Marketingetats zur Unterstützung der AOK - Die Gesundheitskasse Hessen

OJ S 107/2024 04/06/2024

Bekanntmachung vergebener Aufträge oder Zuschlagsbekanntmachung – Standardregelung Dienstleistungen

1. Beschaffer

1.1. Beschaffer

Offizielle Bezeichnung: AOK - Die Gesundheitskasse in Hessen

E-Mail: beschaffungsstelle@he.aok.de

Rechtsform des Erwerbers: Von einer regionalen Gebietskörperschaft kontrollierte Einrichtung des öffentlichen Rechts

Tätigkeit des öffentlichen Auftraggebers: Gesundheit

2. Verfahren

2.1. Verfahren

Titel: Rahmenvereinbarung über Marketingetats zur Unterstützung der AOK - Die Gesundheitskasse Hessen

Beschreibung: Das Beschaffungsziel ist die Auswahl von Dienstleistern, die die Auftraggeberin dabei unterstützen die gesetzlichen Anforderungen des SGB V § 1 zu erfüllen, die Versicherten aufzuklären, zu beraten und zu einer gesunden Lebensführung anregen.

Weiterhin soll das Unternehmensziel der Auftraggeberin, den Marktanteil zu steigern und ihre Position im Wettbewerb auszubauen, erreicht werden. Der Anspruch der Auftraggeberin ist es, als bedeutende Partnerin in der Gesundheitsbranche wahrgenommen zu werden und in allen gesundheitsrelevanten Angelegenheiten umfassend zu unterstützen ("Die Gesundheitskasse"). Dies beinhaltet im Einzelnen für den Ausschreibungsgegenstand Marketing- und Kommunikation: - Kundenzentrierte Marketingaktivitäten (Werbung und Information) entwickeln, die effektiv und wirtschaftlich sind - Konsistente und markengerechte Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen umsetzen, die über alle Zielgruppen, Kontaktpunkte und Kommunikationskanäle hinweg umsetzen einen einheitlichen Auftritt gewährleisten - Bundeseinheitlich entwickelte Kommunikationsmaßnahmen und Inhalte an die regionalen Anforderungen anpassen - Marketingaktivitäten mit digitaler Ausrichtung und Fokus auf den Online Sales Funnel sowie einem vertriebsorientierten Leadmanagement weiterentwickeln - Maßnahmen zur Imageverbesserung umsetzen, um die Marke zu stärken
Kennung des Verfahrens: ee15bdb6-c967-4cdd-92fa-9978f845ae4f

Interne Kennung: VG_2023_013

Verfahrensart: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Das Verfahren wird beschleunigt: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

2.1.1. Zweck

Art des Auftrags: Dienstleistungen

Haupteinstufung (cpv): 79340000 Werbe- und Marketingdienstleistungen

Zusätzliche Einstufung (cpv): 79000000 Dienstleistungen für Unternehmen: Recht, Marketing, Consulting, Einstellungen, Druck und Sicherheit, 79342000 Marketing, 79413000 Marketing-Beratung

2.1.2. Erfüllungsort

Stadt: Bad Homburg

Postleitzahl: 61352

Land, Gliederung (NUTS): Hochtaunuskreis (DE718)

Land: Deutschland

Ort im betreffenden Land

2.1.4. Allgemeine Informationen

Zusätzliche Informationen: Bekanntmachungs-ID: CXS0Y5SY1UGKG61B Das Angebot ist ausschließlich elektronisch in Textform einzureichen (siehe Punkt II. 8. der Bewerbungsbedingungen II). Die Angebote sind zusammen mit den Anlagen (siehe Angebotsaufforderung) bis zum Ende der Angebotsfrist (siehe unter Punkt II. 7. der Bewerbungsbedingungen II) über das Vergabeportal www.dtyp.de bei der Auftraggeberin einzureichen. Nur registrierte Bieterinnen/Bieter können Angebote abgeben. Zur Registrierung siehe Punkt II. 3. der Bewerbungsbedingungen II. Für die Abgabe elektronischer Angebote, Teilnahmeanträge, Interessenbekundungen und Interessenbestätigungen wird innerhalb der E-Vergabepattform ein kostenfreies Bietertool bereitgestellt. Das Bietertool ist eine Desktop-Anwendung, welche auf Ihrem Computer installiert werden muss. Die Dateien zur Installation des Bietertools werden im entsprechenden Projektraum des Vergabeverfahrens für das entsprechende Betriebssystem zum Download angeboten. Installationsroutinen stehen für Linux-, Mac-OS- und Windows-Betriebssysteme (64 und 32 Bit) zur Verfügung. I.d.R. sind für die Installation keine administrativen Rechte erforderlich. Weitere Informationen sind der den Vergabeunterlagen beigefügten Information nach § 11 VgV zu entnehmen. Bitte beachten Sie, dass das technisch maximal mögliche Datenvolumen des Bietertools für das Hochladen von Dokumenten 500 MB beträgt. Für die elektronische Angebotsabgabe ist - vorbehaltlich abweichender Angaben im konkreten Verfahren - für das vorliegende Vergabeverfahren die Textform nach § 126b BGB vorgesehen. Hiernach ist eine lesbare Erklärung ausreichend, in der die Person des Erklärenden genannt ist und die auf einem dauerhaften Datenträger gespeichert werden kann. Eine eingescannte Unterschrift ist nicht notwendig. Die Nennung der Person des Erklärenden erfordert die Angabe der Identität desjenigen, dem die Erklärung zugerechnet werden soll. Bei natürlichen Personen ist der Name zu nennen, bei juristischen Personen und Handelsgesellschaften der Firmenname sowie der konkrete Vertreter. Bei Angeboten von Bietergemeinschaften muss das Angebot von dem bevollmächtigten Mitglied der Bietergemeinschaft in Textform nach § 126b BGB oder signiert eingereicht und hochgeladen werden. Sind Anlagen in den Bewerbungsbedingungen II ausnahmsweise mit Unterschrift und Firmenstempel zu versehen (z.B. etwaige Erklärungen Dritter), so können die jeweiligen Anlagen mit den weiteren Angebotsunterlagen auf folgendem Weg eingereicht werden: 1. Datei der unterschriebenen und eingescannten Dritterklärung oder 2. Datei der unterschriebenen und abfotografierten Dritterklärung oder 3. Datei der E-Mail, mit dem der Dritte seine Erklärung an die Bieterin/den Bieter übersandt hat. Sind Anlagen in den Bewerbungsbedingungen II mit Vor- und Nachnamen der ausstellenden Person zu versehen, werden diese als Word-Datei zur Verfügung gestellt. Diese Anlagen sind elektronisch auszufüllen und in PDF-Format dem Angebot beizufügen. Alternativ können diese Anlagen

auch elektronisch ausgefüllt, ausgedruckt und eingescannt beigefügt werden. Insofern dienen die Word-Dateien lediglich als Ausfüllhilfen. Die Dateinamen aller Dokumente müssen sich an den Namen der Originaldateien orientieren, um Verwechslungen auszuschließen. HINWEIS: Die Angebote sind so abzugeben, dass alle Angebotsbestandteile nachträglich nicht mehr veränderbar sind. Auf anderem Wege übermittelte Angebote, insbesondere solche per Telefax, E-Mail, über die Schaltfläche "Kommunikation" auf der Vergabepattform dtvp oder per Fernschreiben, sind nicht zulässig und werden ausgeschlossen. Ebenso unzulässig und unbeachtlich sind insbesondere eine Rücknahme oder Änderung eines Angebots per Telefax, E-Mail, über die Schaltfläche "Kommunikation" auf der Vergabepattform dtvp oder per Fernschreiben. Auf die Ausschlussgründe des § 57 Abs. 1 VgV wird verwiesen.

Rechtsgrundlage:

Richtlinie 2014/24/EU

v gv -

5. Los

5.1. Los: LOT-0002

Titel: Los 1: Klassik (Gestaltung/Produktion)

Beschreibung: Anforderungen: Die Auftragnehmerin/Der Auftragnehmer ist verantwortlich für die Konzeption, Gestaltung, Optimierung, Aktualisierung und Weiterentwicklung konsistenter und markengerechter Marketing- und Kommunikationsmedien (digital und analog), um ein einheitliches Erscheinungsbild zu gewährleisten. Darüber hinaus sollen bundeseinheitlich entwickelte Kommunikationsmaßnahmen und -inhalte an die regionalen Anforderungen angepasst werden. Die Umsetzung der Medien und Maßnahmen erfolgt unter Berücksichtigung der CI-Richtlinien, der Markenpositionierung und der Markenarchitektur.

Kompetenzfelder und Leistungen: - Beratung - Planung und Projektmanagement - Contentmanagement/-umsetzung - Kreation (Gestaltung) - Produktion

Interne Kennung: 1

5.1.1. Zweck

Art des Auftrags: Dienstleistungen

Haupteinstufung (cpv): 79340000 Werbe- und Marketingdienstleistungen

Zusätzliche Einstufung (cpv): 79000000 Dienstleistungen für Unternehmen: Recht, Marketing, Consulting, Einstellungen, Druck und Sicherheit, 79342000 Marketing, 79413000 Marketing-Beratung

5.1.2. Erfüllungsort

Stadt: Bad Homburg

Postleitzahl: 61352

Land, Gliederung (NUTS): Hochtaunuskreis (DE718)

Land: Deutschland

Ort im betreffenden Land

5.1.3. Geschätzte Dauer

Datum des Beginns: 01/07/2024

Enddatum der Laufzeit: 30/06/2026

5.1.4. Verlängerung

Maximale Verlängerungen: 2

Weitere Informationen zur Verlängerung: Der Vertrag beginnt am 01.07.2024 und endet am 30.06.2026. Die Vertragslaufzeit verlängert sich automatisch um weitere 12 Monate, wenn die

AOK Hessen ihn nicht mit einer Frist von 3 Monaten jeweils zum Ende der laufenden Vertragslaufzeit kündigt. Maximal sind 2 Verlängerungen möglich. Eine Vertragslaufzeit von vier Jahren wird nicht überschritten.

5.1.6. Allgemeine Informationen

Auftragsvergabeprojekt nicht aus EU-Mitteln finanziert

Die Beschaffung fällt unter das Übereinkommen über das öffentliche Beschaffungswesen: nein

5.1.7. Strategische Auftragsvergabe

Ziel der strategischen Auftragsvergabe: Verringerung der Auswirkungen auf die Umwelt

Beschreibung: Vgl. hierzu Bewertungskriterium 1.7 für Los 1 bis 4 (Anlage II 07a bis II 07d der Bewerbungsbedingungen II: Nachhaltigkeit liegt nachweisbar vor. Das Unternehmen hat Inhalte zu Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen veröffentlicht (z.B. Webpräsenz, Pressemitteilung o.ä.). Dazu zählen z.B. Umweltprojekte, Erfassung der CO2 Emission im Unternehmen. [...] Des Weiteren wird nach dem Leitfaden für gesellschaftliche Verantwortung gehandelt, Nachhaltigkeit und des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen (ISO 26000).

Ziel der strategischen Auftragsvergabe: Erfüllung sozialer Zielsetzungen

Beschreibung: Vgl. hierzu Bewertungskriterium 1.7 für Los 1 bis 4 (Anlage II 07a bis II 07d der Bewerbungsbedingungen II: "Nachhaltigkeit liegt nachweisbar vor. [...] Darüber hinaus bietet das Unternehmen auch Gesundheits-/und Präventionsangebote für Mitarbeiter an. Des Weiteren wird nach dem Leitfaden für gesellschaftliche Verantwortung gehandelt, Nachhaltigkeit und des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen (ISO 26000).

Konzept zur Verringerung der Umweltauswirkungen: Klimaschutz, Sonstiges

Gefördertes soziales Ziel: Sonstiges

5.1.10. Zuschlagskriterien

Kriterium:

Art: Preis

Bezeichnung: Einzelpreise bzw. Stundensätze in EUR exkl. Ust. (netto)

Beschreibung: Level 1: z.B. CEO, CCO, CFO, COO, Geschäftsführer 10,00%; Level 2: z.B. Creative Director, Management Supervisor, Client Service Director, Strategische Planung 10,00%; Level 3: z.B. Senior Art Director, Etat Direktor, Senior Texter, Head of Production, Senior Projektmanager 15,00%; Level 4: z.B. Designer/Grafiker, Flash Designer, Texter, Kontakter, Account Manager, Produktioner, Art Buyer, Projektmanager 20,00%; Level 5: z.B. Reinzeichner, DTP, Junior Texter, Junior Art Director, Junior Projektmanager, EBV 25,00%; Level 6: z.B. Assistent, Traffic, Innenkontakt, Service 20,00%

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 45

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Gesamteindruck Vorstellung Agentur und Team

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Kernteam: AOK lernt Team kennen, dass später auch für die AOK tätig sein wird

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Präsentation der Pitchaufgabe(n)ergebnisse

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Personelle und organisatorische Aufstellung für die beschriebenen Anforderungen und Aufgaben: 3 von 3 Punkten ? 1,65 Prozent-Punkte

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 1,65

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Zusammenarbeit mit anderen Agenturen

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 1,65

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Drittanbieter/Freelancer sowie deren organisatorische Einbindung

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 0,55

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Nachhaltigkeit im Unternehmen

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 0,55

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 2

Beschreibung: Planungskompetenz

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 5,5

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 2

Beschreibung: Beratungskompetenz

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 5,5

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Contentmarketing und Contentmanagement

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Produktionskompetenz

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Kreative Kompetenz (Gestaltung)

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

5.1.15. Techniken

Rahmenvereinbarung:

Keine Rahmenvereinbarung

Informationen über das dynamische Beschaffungssystem:

Kein dynamisches Beschaffungssystem

Elektronische Auktion: nein

5.1.16. Weitere Informationen, Schlichtung und Nachprüfung

Überprüfungsstelle: Vergabekammer des Bundes

Informationen über die Überprüfungsfristen: § 134 GWB Informations- und Wartepflicht. "(1) Öffentliche Auftraggeber haben die Bieter, deren Angebote nicht berücksichtigt werden sollen, über den Namen des Unternehmens, dessen Angebot angenommen werden soll, über die Gründe der vorgesehenen Nichtberücksichtigung ihres Angebots und über den frühesten Zeitpunkt des Vertragsschlusses unverzüglich in Textform zu informieren. Dies 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. (2) Ein Vertrag darf erst 15 Kalendertage nach Absendung der Information nach Absatz 1 geschlossen werden. Wird die Information auf elektronischem Weg oder per Fax versendet, verkürzt sich die Frist auf 10 Kalendertage. Die Frist beginnt am Tag nach der Absendung der Information durch den Auftraggeber; auf den Tag des Zugangs beim betroffenen Bieter und Bewerber kommt es nicht an. (3) Die Informationspflicht entfällt in Fällen, in denen das Verhandlungsverfahren ohne Teilnahmewettbewerb wegen besonderer Dringlichkeit gerechtfertigt ist..." § 135 GWB Unwirksamkeit. "(1) Ein öffentlicher Auftrag ist von Anfang an unwirksam, wenn der öffentliche Auftraggeber 1. gegen § 134 verstoßen hat..." § 160 GWB Einleitung, Antrag. "(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 10 Kalendertagen gerügt hat; der Ablauf der Frist nach § 134 Absatz 2 bleibt unberührt. 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. Satz 1 gilt nicht bei einem Antrag auf Feststellung der Unwirksamkeit des Vertrags nach § 135 Absatz 1 Nummer 2. § 134 Absatz 1 Satz 2 bleibt unberührt." § 168 GWB Entscheidung der Vergabekammer. "(1) Die Vergabekammer entscheidet, ob der Antragsteller in seinen Rechten verletzt ist und trifft die geeigneten Maßnahmen, um eine Rechtsverletzung zu beseitigen und eine Schädigung der betroffenen Interessen zu verhindern. Sie ist an die Anträge nicht gebunden und kann auch unabhängig davon auf die Rechtmäßigkeit des Vergabeverfahrens einwirken. (2) Ein wirksam erteilter Zuschlag kann nicht aufgehoben werden..."

Organisation, die zusätzliche Informationen über das Vergabeverfahren bereitstellt: AOK - Die Gesundheitskasse in Hessen

TED eSender: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

5.1. Los: LOT-0003

Titel: Los 2: Digital/Kreativ/Strategie

Beschreibung: Anforderungen: Die Digitalisierung spielt eine immer wichtiger werdende Rolle. Trends und neue Technologien haben Veränderungen vorangebracht, das Gesundheitssystem wird nach und nach digitalisiert und die Erwartungen der Kunden verändern sich. Die Auftraggeberin muss darauf reagieren, indem sie auch ihre Marketing- und Kommunikationsaktivitäten digitaler ausrichtet. Die Auftragnehmerin/Der Auftragnehmer unterstützt die Auftraggeberin mit umfassender digitaler Kompetenz bei der Umsetzung von kundenzentrierten Marketingaktivitäten mit Fokus auf den Online Sales Funnel sowie digitalen Maßnahmen und Medien. Dabei wird der Ansatz "Digital First" zielgruppengerecht in sämtlichen Marketing- und Kommunikationsaktivitäten berücksichtigt. Die Auftragnehmerin /Der Auftragnehmer verfügt weiterhin über umfassende Kompetenzen in den Bereichen CX, Marketingautomation und Performance Marketing. Kompetenzfelder und Aufgabenbereiche: - Strategie - Beratung - Kreativkonzept - Kreation - Projektmanagement und Planung - Performance Marketing und Marketingautomatisierung - Trend- und Wettbewerbsanalyse - Medien für redaktionelle und werbliche Zwecke - Social Media - Community Management - Contentmanagement und -pflege - Events - Controlling/Reporting
Interne Kennung: 2

5.1.1. Zweck

Art des Auftrags: Dienstleistungen

Haupteinstufung (cpv): 79340000 Werbe- und Marketingdienstleistungen

Zusätzliche Einstufung (cpv): 79000000 Dienstleistungen für Unternehmen: Recht, Marketing, Consulting, Einstellungen, Druck und Sicherheit, 79342000 Marketing, 79413000 Marketing-Beratung

5.1.2. Erfüllungsort

Stadt: Bad Homburg

Postleitzahl: 61352

Land, Gliederung (NUTS): Hochtaunuskreis (DE718)

Land: Deutschland

Ort im betreffenden Land

5.1.3. Geschätzte Dauer

Datum des Beginns: 01/07/2024

Enddatum der Laufzeit: 30/06/2026

5.1.4. Verlängerung

Maximale Verlängerungen: 2

Weitere Informationen zur Verlängerung: Der Vertrag beginnt am 01.07.2024 und endet am 30.06.2026. Die Vertragslaufzeit verlängert sich automatisch um weitere 12 Monate, wenn die AOK Hessen ihn nicht mit einer Frist von 3 Monaten jeweils zum Ende der laufenden Vertragslaufzeit kündigt. Maximal sind 2 Verlängerungen möglich. Eine Vertragslaufzeit von vier Jahren wird nicht überschritten.

5.1.6. Allgemeine Informationen

Auftragsvergabeprojekt nicht aus EU-Mitteln finanziert

Die Beschaffung fällt unter das Übereinkommen über das öffentliche Beschaffungswesen: nein

5.1.7. Strategische Auftragsvergabe

Ziel der strategischen Auftragsvergabe: Verringerung der Auswirkungen auf die Umwelt

Beschreibung: Vgl. hierzu Bewertungskriterium 1.7 für Los 1 bis 4 (Anlage II 07a bis II 07d der Bewerbungsbedingungen II: Nachhaltigkeit liegt nachweisbar vor. Das Unternehmen hat Inhalte zu Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen veröffentlicht (z.B. Webpräsenz, Pressemitteilung o.ä.). Dazu zählen z.B. Umweltprojekte, Erfassung der CO2 Emission im Unternehmen. [...] Des Weiteren wird nach dem Leitfaden für gesellschaftliche Verantwortung gehandelt, Nachhaltigkeit und des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen (ISO 26000).

Ziel der strategischen Auftragsvergabe: Erfüllung sozialer Zielsetzungen

Beschreibung: Vgl. hierzu Bewertungskriterium 1.7 für Los 1 bis 4 (Anlage II 07a bis II 07d der Bewerbungsbedingungen II: "Nachhaltigkeit liegt nachweisbar vor. [...] Darüber hinaus bietet das Unternehmen auch Gesundheits-/und Präventionsangebote für Mitarbeiter an. Des Weiteren wird nach dem Leitfaden für gesellschaftliche Verantwortung gehandelt, Nachhaltigkeit und des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen (ISO 26000).

Konzept zur Verringerung der Umweltauswirkungen: Klimaschutz, Sonstiges

Gefördertes soziales Ziel: Sonstiges

5.1.10. Zuschlagskriterien

Kriterium:

Art: Preis

Bezeichnung: Einzelpreise bzw. Stundensätze in EUR exkl. Ust. (netto)

Beschreibung: Level 1: z.B. CEO, CCO, CFO, COO, Geschäftsführer; Level 2: z.B. Creative Director, Management Supervisor, Client Service Director, Strategische Planung, Technische Leitung, Head of Data Creativity; Level 3: z.B. Senior Art Director, Leiter Konzeption, Etat Direktor, Senior Texter, Head of Production, Head of Online-Marketing, Head of Technology, Head of Projectmangement, Senior SEO Consultant, Senior Web Developer, Senior Fronted, Developer, Director Social-Media, Senior AI, Senior Projektmanager; Level 4: z.B. Designer /Grafiker, Konzeptioner, Flash Designer, Texter, Kontakter, SEO Consultant, Account Manager, Produktioner, Art Buyer, Projektmanager, Usability Expert, User Experience Consultant, Backend Developer, Web Developer, Fronted Developer, Backend Developer; Level 5: z.B. Junior Level (Konzeption, Text, Art, Web, Frontend, Projektmanagement); Level 6: z.B. Assistent, Traffic, Innenkontakt, Service

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 45

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Gesamteindruck Vorstellung Agentur und Team

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Kernteam: AOK lernt Team kennen, dass später auch für die AOK tätig sein wird

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Präsentation der Pitchaufgabe(n)ergebnisse

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Personelle und organisatorische Aufstellung für die beschriebenen Anforderungen und Aufgaben

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 1,65

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Zusammenarbeit mit anderen Agenturen

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 1,65

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Drittanbieter/Freelancer sowie deren organisatorische Einbindung

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 0,55

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Nachhaltigkeit im Unternehmen

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 0,55

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 2

Beschreibung: Strategiekompetenz

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 2

Beschreibung: Beratungskompetenz

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 8,25

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Leadmanagement und Customer Experience Management

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 5,5

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Kreativkonzept

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Performancemarketing und Marketingautomatisierung

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 5,5

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Trendanalyse

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,75

5.1.15. Techniken**Rahmenvereinbarung:**

Keine Rahmenvereinbarung

Informationen über das dynamische Beschaffungssystem:

Kein dynamisches Beschaffungssystem

Elektronische Auktion: nein

5.1.16. Weitere Informationen, Schlichtung und Nachprüfung

Überprüfungsstelle: Vergabekammer des Bundes

Informationen über die Überprüfungsfristen: § 134 GWB Informations- und Wartepflicht. "(1)

Öffentliche Auftraggeber haben die Bieter, deren Angebote nicht berücksichtigt werden sollen,

über den Namen des Unternehmens, dessen Angebot angenommen werden soll, über die

Gründe der vorgesehenen Nichtberücksichtigung ihres Angebots und über den frühesten

Zeitpunkt des Vertragsschlusses unverzüglich in Textform zu informieren. Dies 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. (2) Ein Vertrag darf erst 15 Kalendertage nach Absendung der Information nach

Absatz 1 geschlossen werden. Wird die Information auf elektronischem Weg oder per Fax

versendet, verkürzt sich die Frist auf 10 Kalendertage. Die Frist beginnt am Tag nach der

Absendung der Information durch den Auftraggeber; auf den Tag des Zugangs beim

betroffenen Bieter und Bewerber kommt es nicht an. (3) Die Informationspflicht entfällt in

Fällen, in denen das Verhandlungsverfahren ohne Teilnahmewettbewerb wegen besonderer

Dringlichkeit gerechtfertigt ist..." § 135 GWB Unwirksamkeit. "(1) Ein öffentlicher Auftrag ist

von Anfang an unwirksam, wenn der öffentliche Auftraggeber 1. gegen § 134 verstoßen hat..."

§ 160 GWB Einleitung, Antrag. "(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 10 Kalendertagen gerügt hat; der Ablauf der Frist nach § 134 Absatz 2 bleibt unberührt. 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. Satz 1 gilt nicht bei einem Antrag auf Feststellung der Unwirksamkeit des Vertrags nach § 135 Absatz 1 Nummer 2. § 134 Absatz 1 Satz 2 bleibt unberührt." § 168 GWB Entscheidung der Vergabekammer. "(1) Die Vergabekammer entscheidet, ob der Antragsteller in seinen Rechten verletzt ist und trifft die geeigneten Maßnahmen, um eine Rechtsverletzung zu beseitigen und eine Schädigung der betroffenen Interessen zu verhindern. Sie ist an die Anträge nicht gebunden und kann auch unabhängig davon auf die Rechtmäßigkeit des Vergabeverfahrens einwirken. (2) Ein wirksam erteilter Zuschlag kann nicht aufgehoben werden..."

Organisation, die zusätzliche Informationen über das Vergabeverfahren bereitstellt: AOK - Die Gesundheitskasse in Hessen

TED eSender: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

5.1. Los: LOT-0004

Titel: Los 3: Media

Beschreibung: Anforderungen: Die Auftragnehmerin/Der Auftragnehmer wird zusammen mit der Auftraggeberin alle Media-Aktivitäten der Auftraggeberin betreuen, planen und durchführen. Dazu werden entsprechende Analyse-, Forschungs-, Strategie-, Beratungs-, Planungs-, Einkaufs- sowie administrative Leistungen erbracht. Die Auftragnehmerin/Der Auftragnehmer verfügt über umfangreiche Erfahrung in der Leadgenerierung, der Ende-zu-Ende-Betrachtung von Customer Journeys zur Unterstützung des Vertriebs und der Generierung von Online-Mitgliedschaftserklärungen. Die angebotenen Dienstleistungen umfassen alle relevanten digitalen und gedruckten Medien sowie datenbasierte Kampagnen und Echtzeitmarketing-Maßnahmen. Die Auftragnehmerin/Der Auftragnehmer sorgt für einen kosteneffizienten und reichweitenstarken Medieneinkauf und übernimmt die Abwicklung von Mediaschaltungen. Zusätzlich gewährleistet sie/er ein gezieltes und transparentes Tracking sowie Reporting aller Schaltungen. Kompetenzfelder und Aufgabenbereiche: - Strategie - Beratung - Projektmanagement und Planung - Leadmanagement und Customer-Experience-Management - Media- und Trendanalyse - Innovative crossmediale Mediaplanung - Einkauf, Handling und Abwicklung von Mediaschaltungen - Reporting - Tracking - Informationsbeschaffung

Interne Kennung: 3

5.1.1. Zweck

Art des Auftrags: Dienstleistungen

Haupteinstufung (cpv): 79340000 Werbe- und Marketingdienstleistungen

Zusätzliche Einstufung (cpv): 79000000 Dienstleistungen für Unternehmen: Recht, Marketing, Consulting, Einstellungen, Druck und Sicherheit, 79342000 Marketing, 79413000 Marketing-Beratung

5.1.2. Erfüllungsort

Stadt: Bad Homburg

Postleitzahl: 61352

Land, Gliederung (NUTS): Hochtaunuskreis (DE718)

Land: Deutschland

Ort im betreffenden Land

5.1.3. Geschätzte Dauer

Datum des Beginns: 01/07/2024

Enddatum der Laufzeit: 30/06/2026

5.1.4. Verlängerung

Maximale Verlängerungen: 2

Weitere Informationen zur Verlängerung: Der Vertrag beginnt am 01.07.2024 und endet am 30.06.2026. Die Vertragslaufzeit verlängert sich automatisch um weitere 12 Monate, wenn die AOK Hessen ihn nicht mit einer Frist von 3 Monaten jeweils zum Ende der laufenden Vertragslaufzeit kündigt. Maximal sind 2 Verlängerungen möglich. Eine Vertragslaufzeit von vier Jahren wird nicht überschritten.

5.1.6. Allgemeine Informationen

Auftragsvergabeprojekt nicht aus EU-Mitteln finanziert

Die Beschaffung fällt unter das Übereinkommen über das öffentliche Beschaffungswesen: nein

5.1.7. Strategische Auftragsvergabe

Ziel der strategischen Auftragsvergabe: Verringerung der Auswirkungen auf die Umwelt

Beschreibung: Vgl. hierzu Bewertungskriterium 1.7 für Los 1 bis 4 (Anlage II 07a bis II 07d der Bewerbungsbedingungen II: Nachhaltigkeit liegt nachweisbar vor. Das Unternehmen hat Inhalte zu Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen veröffentlicht (z.B. Webpräsenz, Pressemitteilung o.ä.). Dazu zählen z.B. Umweltprojekte, Erfassung der CO2 Emission im Unternehmen. [...] Des Weiteren wird nach dem Leitfaden für gesellschaftliche Verantwortung gehandelt, Nachhaltigkeit und des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen (ISO 26000).

Ziel der strategischen Auftragsvergabe: Erfüllung sozialer Zielsetzungen

Beschreibung: Vgl. hierzu Bewertungskriterium 1.7 für Los 1 bis 4 (Anlage II 07a bis II 07d der Bewerbungsbedingungen II: "Nachhaltigkeit liegt nachweisbar vor. [...] Darüber hinaus bietet das Unternehmen auch Gesundheits-/und Präventionsangebote für Mitarbeiter an. Des Weiteren wird nach dem Leitfaden für gesellschaftliche Verantwortung gehandelt, Nachhaltigkeit und des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen (ISO 26000).

Konzept zur Verringerung der Umweltauswirkungen: Klimaschutz, Sonstiges

Gefördertes soziales Ziel: Sonstiges

5.1.10. Zuschlagskriterien

Kriterium:

Art: Preis

Bezeichnung: "Einzelpreise bzw. Stundensätze in EUR exkl. Ust. (netto) "

Beschreibung: Level 1: z.B. CEO, CCO, CFO, COO, Chief of Programmatic, Chief Data Officer, Chief Digital Transformation Officer, Geschäftsführer; Level 2: z.B. Group Account Director, Head of SEO, Head of Paid Search, Head of Media, Head of Planning, Head of Data, Head of Performance, Head of AI/Voice Applications, Head of Performance, Head of Yield

Management, Group Head Ad Management and Ad Technology, Head of Digital Transformation; Level 3: z.B. Account Director, Project Director, SEO Director, Paid Search Director, Paid Media Director, Planning Director, Director Data Science, Head of Data, Head of Performance, Head of Social, Director Influencer Marketing, Director Programmatic, Director Ad Technology, Director Ad Management, Director Digital Transformation, Senior Projektmanager; Level 4: z.B. Senior Account Manager, Senior Project Manager, Paid Search Senior Manager, Senior SEO Consultant, Paid Media Senior Manager, Senior Media Planner, Programmatic Manager, Trading Desk Manager, Senior Data Analyst, Senior Ad Technology Manager, Senior Campaign Manager, Senior Ad Manager, Senior Manager Digital Transformation, Senior AI/ Voice Interface Manager, Projektmanager; Level 5: z.B. Account Manager, Project Manager, SEO Manager, Paid Search Manager, Paid Media Planner, Paid Media Manager, Campaign Manager, Data Intelligence Manager, Trading Desk Manager; Level 6: z.B. SEO Analyst, SEO Content Producer/Copy Writer, Paid Search Analyst, Paid Media Analyst, Reporting Manager, Ad Manager, Analyst, Junior Programmatic Manager, Junior Projektmanager

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)
Zuschlagskriterium — Zahl: 45

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Gesamteindruck Vorstellung Agentur und Team

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)
Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Kernteam: AOK lernt Team kennen, dass später auch für die AOK tätig sein wird

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)
Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Präsentation der Pitchaufgabe(n)ergebnisse

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)
Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Personelle und organisatorische Aufstellung für die beschriebenen Anforderungen und Aufgaben

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)
Zuschlagskriterium — Zahl: 1,65

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Zusammenarbeit mit anderen Agenturen

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)
Zuschlagskriterium — Zahl: 1,65

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Drittanbieter/Freelancer sowie deren organisatorische Einbindung

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 0,55

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Nachhaltigkeit im Unternehmen

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 0,55

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 2

Beschreibung: Strategiekompetenz

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 2

Beschreibung: Beratungskompetenz

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 8,25

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Leadmanagement und Customer Experience Management

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Crossmediale innovative Mediaplanung

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 8,25

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Mediaanalyse

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 5,5

5.1.15. Techniken

Rahmenvereinbarung:

Keine Rahmenvereinbarung

Informationen über das dynamische Beschaffungssystem:

Kein dynamisches Beschaffungssystem

Elektronische Auktion: nein

5.1.16. Weitere Informationen, Schlichtung und Nachprüfung

Überprüfungsstelle: Vergabekammer des Bundes

Informationen über die Überprüfungsfristen: § 134 GWB Informations- und Wartepflicht. "(1) Öffentliche Auftraggeber haben die Bieter, deren Angebote nicht berücksichtigt werden sollen, über den Namen des Unternehmens, dessen Angebot angenommen werden soll, über die Gründe der vorgesehenen Nichtberücksichtigung ihres Angebots und über den frühesten Zeitpunkt des Vertragsschlusses unverzüglich in Textform zu informieren. Dies 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. (2) Ein Vertrag darf erst 15 Kalendertage nach Absendung der Information nach Absatz 1 geschlossen werden. Wird die Information auf elektronischem Weg oder per Fax versendet, verkürzt sich die Frist auf 10 Kalendertage. Die Frist beginnt am Tag nach der Absendung der Information durch den Auftraggeber; auf den Tag des Zugangs beim betroffenen Bieter und Bewerber kommt es nicht an. (3) Die Informationspflicht entfällt in Fällen, in denen das Verhandlungsverfahren ohne Teilnahmewettbewerb wegen besonderer Dringlichkeit gerechtfertigt ist..." § 135 GWB Unwirksamkeit. "(1) Ein öffentlicher Auftrag ist von Anfang an unwirksam, wenn der öffentliche Auftraggeber 1. gegen § 134 verstoßen hat..." § 160 GWB Einleitung, Antrag. "(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 10 Kalendertagen gerügt hat; der Ablauf der Frist nach § 134 Absatz 2 bleibt unberührt. 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. Satz 1 gilt nicht bei einem Antrag auf Feststellung der Unwirksamkeit des Vertrags nach § 135 Absatz 1 Nummer 2. § 134 Absatz 1 Satz 2 bleibt unberührt." § 168 GWB Entscheidung der Vergabekammer. "(1) Die Vergabekammer entscheidet, ob der Antragsteller in seinen Rechten verletzt ist und trifft die geeigneten Maßnahmen, um eine Rechtsverletzung zu beseitigen und eine Schädigung der betroffenen Interessen zu verhindern. Sie ist an die Anträge nicht gebunden und kann auch unabhängig davon auf die Rechtmäßigkeit des Vergabeverfahrens einwirken. (2) Ein wirksam erteilter Zuschlag kann nicht aufgehoben werden..."

Organisation, die zusätzliche Informationen über das Vergabeverfahren bereitstellt: AOK - Die Gesundheitskasse in Hessen

TED eSender: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

5.1. Los: LOT-0005

Titel: Los 4: Textbriefe

Beschreibung: Anforderungen: In Zusammenarbeit mit der Auftraggeberin werden Textvorlagen für die leistungsbezogene Kundenkommunikation der Auftraggeberin mit ihren Kunden, d.h. Versicherten, Verordnern und Leistungsempfängern, erstellt, überarbeitet und optimiert. Hierunter fallen insbesondere Kundenanschreiben, Briefe und E-Mails. Dies erfolgt

gemäß klaren Richtlinien (Anlage II 06d1 der Bewerbungsbedingungen II "Hessen Textbriefrichtlinien", Anlage II 06d2 der Bewerbungsbedingungen II "Richtlinie gendergerechte Sprache" und Anlage II 06d3 der Bewerbungsbedingungen II "Praxishilfe Gender".) sowie gemäß des Corporate Wordings der Auftraggeberin. Kompetenzfelder und Aufgabenbereiche:
- Redaktion - Sprachoptimierung systemgestützt mit Sprachoptimierungs-Software - Beratung
- Projektmanagement und Planung
Interne Kennung: 4

5.1.1. Zweck

Art des Auftrags: Dienstleistungen
Haupteinstufung (cpv): 79340000 Werbe- und Marketingdienstleistungen
Zusätzliche Einstufung (cpv): 79000000 Dienstleistungen für Unternehmen: Recht, Marketing, Consulting, Einstellungen, Druck und Sicherheit, 79342000 Marketing, 79413000 Marketing-Beratung

5.1.2. Erfüllungsort

Stadt: Bad Homburg
Postleitzahl: 61352
Land, Gliederung (NUTS): Hochtaunuskreis (DE718)
Land: Deutschland
Ort im betreffenden Land

5.1.3. Geschätzte Dauer

Datum des Beginns: 01/07/2024
Enddatum der Laufzeit: 30/06/2026

5.1.4. Verlängerung

Maximale Verlängerungen: 2
Weitere Informationen zur Verlängerung: Der Vertrag beginnt am 01.07.2024 und endet am 30.06.2026. Die Vertragslaufzeit verlängert sich automatisch um weitere 12 Monate, wenn die AOK Hessen ihn nicht mit einer Frist von 3 Monaten jeweils zum Ende der laufenden Vertragslaufzeit kündigt. Maximal sind 2 Verlängerungen möglich. Eine Vertragslaufzeit von vier Jahren wird nicht überschritten.

5.1.6. Allgemeine Informationen

Auftragsvergabeprojekt nicht aus EU-Mitteln finanziert
Die Beschaffung fällt unter das Übereinkommen über das öffentliche Beschaffungswesen: nein

5.1.7. Strategische Auftragsvergabe

Ziel der strategischen Auftragsvergabe: Verringerung der Auswirkungen auf die Umwelt
Beschreibung: Vgl. hierzu Bewertungskriterium 1.7 für Los 1 bis 4 (Anlage II 07a bis II 07d der Bewerbungsbedingungen II: Nachhaltigkeit liegt nachweisbar vor. Das Unternehmen hat Inhalte zu Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen veröffentlicht (z.B. Webpräsenz, Pressemitteilung o.ä.). Dazu zählen z.B. Umweltprojekte, Erfassung der CO2 Emission im Unternehmen. [...] Des Weiteren wird nach dem Leitfaden für gesellschaftliche Verantwortung gehandelt, Nachhaltigkeit und des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen (ISO 26000).
Ziel der strategischen Auftragsvergabe: Erfüllung sozialer Zielsetzungen
Beschreibung: Vgl. hierzu Bewertungskriterium 1.7 für Los 1 bis 4 (Anlage II 07a bis II 07d der Bewerbungsbedingungen II: "Nachhaltigkeit liegt nachweisbar vor. [...] Darüber hinaus bietet das Unternehmen auch Gesundheits-/und Präventionsangebote für Mitarbeiter an. Des Weiteren wird nach dem Leitfaden für gesellschaftliche Verantwortung gehandelt, Nachhaltigkeit und des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen (ISO 26000).

Konzept zur Verringerung der Umweltauswirkungen: Klimaschutz, Sonstiges
Gefördertes soziales Ziel: Sonstiges

5.1.10. Zuschlagskriterien

Kriterium:

Art: Preis

Bezeichnung: Einzelpreise bzw. Stundensätze in EUR exkl. Ust. (netto) "

Beschreibung: Level 1: z.B. CEO, CCO, CFO, COO, Geschäftsführer; Level 2: z.B.

Management Supervisor, Client Service Director, Kreativdirektor Text; Level 3: z.B. Chef-Redakteur, Senior Texter; Level 4: z.B. Redakteur, Texter, Projektmanager; Level 5: z.B.

Junior Texter, Redaktions-Assistenz; Level 6: z.B. Assistent, Innenkontakt

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 45

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Gesamteindruck Vorstellung Agentur und Team

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: AOK lernt Team kennen, dass später auch für die AOK tätig sein wird

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Präsentation der Pitchaufgabe(n)ergebnisse:

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 2,2

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Personelle und organisatorische Aufstellung für die beschriebenen Anforderungen und Aufgaben

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 1,65

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Zusammenarbeit mit anderen Agenturen

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 1,65

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Drittanbieter/Freelancer sowie deren organisatorische Einbindung

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 0,55

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 1

Beschreibung: Nachhaltigkeit im Unternehmen

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 0,55

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 2

Beschreibung: Bewertung Konzept für die Überarbeitung der Textbriefe Kriterien: Konzept und Herangehensweise

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 2

Beschreibung: Bewertung Konzept für die Überarbeitung der Textbriefe Kriterien: Prozesse, Zeit- und Ressourcenplanung

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Quantität der Arbeitsprobe

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Pitch-Aufgabe 3

Beschreibung: Qualität der Arbeitsprobe

Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)

Zuschlagskriterium — Zahl: 11

5.1.15. Techniken**Rahmenvereinbarung:**

Keine Rahmenvereinbarung

Informationen über das dynamische Beschaffungssystem:

Kein dynamisches Beschaffungssystem

Elektronische Auktion: nein

5.1.16. Weitere Informationen, Schlichtung und Nachprüfung

Überprüfungsstelle: Vergabekammer des Bundes

Informationen über die Überprüfungsfristen: § 134 GWB Informations- und Wartepflicht. "(1)

Öffentliche Auftraggeber haben die Bieter, deren Angebote nicht berücksichtigt werden sollen, über den Namen des Unternehmens, dessen Angebot angenommen werden soll, über die Gründe der vorgesehenen Nichtberücksichtigung ihres Angebots und über den frühesten Zeitpunkt des Vertragsschlusses unverzüglich in Textform zu informieren. Dies 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. (2) Ein Vertrag darf erst 15 Kalendertage nach Absendung der Information nach

Absatz 1 geschlossen werden. Wird die Information auf elektronischem Weg oder per Fax versendet, verkürzt sich die Frist auf 10 Kalendertage. Die Frist beginnt am Tag nach der Absendung der Information durch den Auftraggeber; auf den Tag des Zugangs beim betroffenen Bieter und Bewerber kommt es nicht an. (3) Die Informationspflicht entfällt in Fällen, in denen das Verhandlungsverfahren ohne Teilnahmewettbewerb wegen besonderer Dringlichkeit gerechtfertigt ist..." § 135 GWB Unwirksamkeit. "(1) Ein öffentlicher Auftrag ist von Anfang an unwirksam, wenn der öffentliche Auftraggeber 1. gegen § 134 verstoßen hat..." § 160 GWB Einleitung, Antrag. "(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 10 Kalendertagen gerügt hat; der Ablauf der Frist nach § 134 Absatz 2 bleibt unberührt. 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. Satz 1 gilt nicht bei einem Antrag auf Feststellung der Unwirksamkeit des Vertrags nach § 135 Absatz 1 Nummer 2. § 134 Absatz 1 Satz 2 bleibt unberührt." § 168 GWB Entscheidung der Vergabekammer. "(1) Die Vergabekammer entscheidet, ob der Antragsteller in seinen Rechten verletzt ist und trifft die geeigneten Maßnahmen, um eine Rechtsverletzung zu beseitigen und eine Schädigung der betroffenen Interessen zu verhindern. Sie ist an die Anträge nicht gebunden und kann auch unabhängig davon auf die Rechtmäßigkeit des Vergabeverfahrens einwirken. (2) Ein wirksam erteilter Zuschlag kann nicht aufgehoben werden..."

Organisation, die zusätzliche Informationen über das Vergabeverfahren bereitstellt: AOK - Die Gesundheitskasse in Hessen

TED eSender: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

6. Ergebnisse

6.1. Ergebnis, Los— Kennung: LOT-0002

Status der Preisträgerauswahl: Es wurde mindestens ein Gewinner ermittelt.

6.1.2. Informationen über die Gewinner

Wettbewerbsgewinner:

Leiter der anbietenden Partei: Zum goldenen Hirschen Holding GmbH

Offizielle Bezeichnung: Zum goldenen Hirschen Holding GmbH

Angebot:

Kennung des Loses oder der Gruppe von Losen: LOT-0002

Wert der Ausschreibung: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Bei dem Angebot handelt es sich um eine Variante: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Vergabe von Unteraufträgen: Noch nicht bekannt

Informationen zum Auftrag:

Kennung des Auftrags: 3

Titel: Zum goldenen Hirschen Holding GmbH

Datum des Vertragsabschlusses: 28/05/2024

6.1.4. Statistische Informationen

Eingegangene Angebote oder Teilnahmeanträge:

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 3

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote auf elektronischem Wege eingereicht

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 3

Art der eingegangenen Einreichungen: Teilnahmeanträge

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 11

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote von Bietern, die in anderen Ländern des Europäischen Wirtschaftsraums registriert sind als dem Land des Beschaffers

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote von Bieter aus Ländern außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote geprüft und als unzulässig abgewiesen

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote, bei denen nicht überprüft wurde, ob sie zulässig oder unzulässig sind

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote geprüft und aufgrund eines ungewöhnlich niedrigen Preises oder aufgrund ungewöhnlich niedriger Kosten als unzulässig abgewiesen

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Bandbreite der Angebote:

Wert des niedrigsten zulässigen Angebots: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Wert des höchsten zulässigen Angebots: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

6.1. Ergebnis, Los— Kennung: LOT-0003

Status der Preisträgerauswahl: Es wurde mindestens ein Gewinner ermittelt.

6.1.2. Informationen über die Gewinner

Wettbewerbsgewinner:

Leiter der anbietenden Partei: port-neo AG

Offizielle Bezeichnung: port-neo AG

Angebot:

Kennung des Loses oder der Gruppe von Losen: LOT-0003

Wert der Ausschreibung: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung des lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Bei dem Angebot handelt es sich um eine Variante: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung des lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Vergabe von Unteraufträgen: Noch nicht bekannt

Informationen zum Auftrag:

Kennung des Auftrags: 2

Titel: port-neo AG

Datum des Vertragsabschlusses: 28/05/2024

6.1.4. Statistische Informationen

Eingegangene Angebote oder Teilnahmeanträge:

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 3

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote auf elektronischem Wege eingereicht

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 3

Art der eingegangenen Einreichungen: Teilnahmeanträge

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 12

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote von Bietern, die in anderen Ländern des Europäischen Wirtschaftsraums registriert sind als dem Land des Beschaffers

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote von Bieter aus Ländern außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote geprüft und als unzulässig abgewiesen

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote, bei denen nicht überprüft wurde, ob sie zulässig oder unzulässig sind

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote geprüft und aufgrund eines ungewöhnlich niedrigen Preises oder aufgrund ungewöhnlich niedriger Kosten als unzulässig abgewiesen

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Bandbreite der Angebote:

Wert des niedrigsten zulässigen Angebots: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Wert des höchsten zulässigen Angebots: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

6.1. Ergebnis, Los— Kennung: LOT-0004

Status der Preisträgerauswahl: Es wurde mindestens ein Gewinner ermittelt.

6.1.2. Informationen über die Gewinner

Wettbewerbsgewinner:

Leiter der anbietenden Partei: Mediateam 360 GmbH & Co. KG

Offizielle Bezeichnung: Mediateam 360 GmbH & Co. KG

Angebot:

Kennung des Loses oder der Gruppe von Losen: LOT-0004

Wert der Ausschreibung: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lauterer Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Bei dem Angebot handelt es sich um eine Variante: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lauterer Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Vergabe von Unteraufträgen: Noch nicht bekannt

Informationen zum Auftrag:

Kennung des Auftrags: 4

Titel: Mediateam 360 GmbH & Co. KG

Datum des Vertragsabschlusses: 28/05/2024

6.1.4. Statistische Informationen

Eingegangene Angebote oder Teilnahmeanträge:

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 3

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote auf elektronischem Wege eingereicht

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 3

Art der eingegangenen Einreichungen: Teilnahmeanträge

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 8

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote von Bieter, die in anderen Ländern des Europäischen Wirtschaftsraums registriert sind als dem Land des Beschaffers

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote von Bieter aus Ländern außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote geprüft und als unzulässig abgewiesen

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote, bei denen nicht überprüft wurde, ob sie zulässig oder unzulässig sind

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote geprüft und aufgrund eines ungewöhnlich niedrigen Preises oder aufgrund ungewöhnlich niedriger Kosten als unzulässig abgewiesen

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Bandbreite der Angebote:

Wert des niedrigsten zulässigen Angebots: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lauterer Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Wert des höchsten zulässigen Angebots: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lauterer Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

6.1. Ergebnis, Los— Kennung: LOT-0005

Status der Preisträgerauswahl: Es wurde mindestens ein Gewinner ermittelt.

6.1.2. Informationen über die Gewinner

Wettbewerbsgewinner:

Leiter der anbietenden Partei: Arts & Others Communication GmbH

Offizielle Bezeichnung: Arts & Others Communication GmbH

Angebot:

Kennung des Loses oder der Gruppe von Losen: LOT-0005

Wert der Ausschreibung: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Bei dem Angebot handelt es sich um eine Variante: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Vergabe von Unteraufträgen: Noch nicht bekannt

Informationen zum Auftrag:

Kennung des Auftrags: 1

Titel: Arts & Others Communication GmbH

Datum des Vertragsabschlusses: 28/05/2024

6.1.4. Statistische Informationen

Eingegangene Angebote oder Teilnahmeanträge:

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 2

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote auf elektronischem Wege eingereicht

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 2

Art der eingegangenen Einreichungen: Teilnahmeanträge

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 2

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote von Bietern, die in anderen Ländern des Europäischen Wirtschaftsraums registriert sind als dem Land des Beschaffers

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote von Bieter aus Ländern außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote geprüft und als unzulässig abgewiesen

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote, bei denen nicht überprüft wurde, ob sie zulässig oder unzulässig sind

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote geprüft und aufgrund eines ungewöhnlich niedrigen Preises oder aufgrund ungewöhnlich niedriger Kosten als unzulässig abgewiesen

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Bandbreite der Angebote:

Wert des niedrigsten zulässigen Angebots: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lautereren Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

Wert des höchsten zulässigen Angebots: Nicht veröffentlicht

Begründungscode: Lauterer Wettbewerb

Begründung für eine spätere Veröffentlichung: Zur Sicherstellung eines lauterer Wettbewerbs.

Datum der zukünftigen Veröffentlichung: 02/06/2034

8. Organisationen

8.1. ORG-0001

Offizielle Bezeichnung: AOK - Die Gesundheitskasse in Hessen

Registrierungsnummer: Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE114110216

Postanschrift: Gernsheimer Straße 43

Stadt: Groß-Gerau

Postleitzahl: 64521

Land, Gliederung (NUTS): Groß-Gerau (DE717)

Land: Deutschland

E-Mail: beschaffungsstelle@he.aok.de

Telefon: +49 8000000255

Rollen dieser Organisation:

Beschaffer

8.1. ORG-0002

Offizielle Bezeichnung: AOK - Die Gesundheitskasse in Hessen

Registrierungsnummer: Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE114110216

Postanschrift: Gernsheimer Straße 43

Stadt: Groß-Gerau

Postleitzahl: 64521

Land, Gliederung (NUTS): Groß-Gerau (DE717)

Land: Deutschland

E-Mail: beschaffungsstelle@he.aok.de

Telefon: +49 8000000255

Rollen dieser Organisation:

Organisation, die zusätzliche Informationen über das Vergabeverfahren bereitstellt

8.1. ORG-0003

Offizielle Bezeichnung: Vergabekammer des Bundes

Registrierungsnummer: T: +49 22894990

Postanschrift: Villemombler Straße 76

Stadt: Bonn

Postleitzahl: 53123

Land, Gliederung (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

Land: Deutschland

E-Mail: vk@bundeskartellamt.bund.de

Telefon: +49 22894990

Rollen dieser Organisation:

Überprüfungsstelle

8.1. ORG-0004

Offizielle Bezeichnung: Arts & Others Communication GmbH

Größe des Wirtschaftsteilnehmers: Kleines Unternehmen

Registrierungsnummer: HRB 4955, Amtsgericht Bad Homburg

Stadt: Bad Homburg v. d. H.

Postleitzahl: 61352
Land, Gliederung (NUTS): Hochtaunuskreis (DE718)
Land: Deutschland
E-Mail: dialog@arts-others.de
Telefon: 06172902200

Rollen dieser Organisation:

Bieter

Leiter der anbietenden Partei

Wirtschaftlicher Eigentümer:

Staatsangehörigkeit des Eigentümers: Deutschland

Gewinner dieser Lose: LOT-0005

8.1. ORG-0005

Offizielle Bezeichnung: port-neo AG
Größe des Wirtschaftsteilnehmers: Mittleres Unternehmen
Registrierungsnummer: HRB 784855, Amtsgericht Stuttgart
Stadt: Stuttgart
Postleitzahl: 70174
Land, Gliederung (NUTS): Stuttgart, Stadtkreis (DE111)
Land: Deutschland
E-Mail: mail@port-neo.com
Telefon: 0711 1235000

Rollen dieser Organisation:

Bieter

Leiter der anbietenden Partei

Wirtschaftlicher Eigentümer:

Staatsangehörigkeit des Eigentümers: Deutschland

Gewinner dieser Lose: LOT-0003

8.1. ORG-0006

Offizielle Bezeichnung: Zum goldenen Hirschen Holding GmbH
Größe des Wirtschaftsteilnehmers: Großunternehmen
Registrierungsnummer: HRB 223994 B, Amtsgericht Charlottenburg
Stadt: Berlin
Postleitzahl: 10119
Land, Gliederung (NUTS): Berlin (DE300)
Land: Deutschland
E-Mail: hallo@hirschen.de
Telefon: 030 61002212

Rollen dieser Organisation:

Bieter

Leiter der anbietenden Partei

Wirtschaftlicher Eigentümer:

Staatsangehörigkeit des Eigentümers: Deutschland

Gewinner dieser Lose: LOT-0002

8.1. ORG-0007

Offizielle Bezeichnung: Mediateam 360 GmbH & Co. KG
Größe des Wirtschaftsteilnehmers: Großunternehmen
Registrierungsnummer: HRA 88809, Amtsgericht München
Stadt: München

Postleitzahl: 81671
Land, Gliederung (NUTS): München, Kreisfreie Stadt (DE212)
Land: Deutschland
E-Mail: ausschreibungen@mediaplus.de
Telefon: 089205020

Rollen dieser Organisation:

Bieter
Leiter der anbietenden Partei

Wirtschaftlicher Eigentümer:

Staatsangehörigkeit des Eigentümers: Deutschland

Gewinner dieser Lose: LOT-0004

8.1. ORG-0008

Offizielle Bezeichnung: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

Registrierungsnummer: 0204:994-DOEVD-83

Stadt: Bonn

Postleitzahl: 53119

Land, Gliederung (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

Land: Deutschland

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

Telefon: +49228996100

Rollen dieser Organisation:

TED eSender

Informationen zur Bekanntmachung

Kennung/Fassung der Bekanntmachung: ffbac3d8-b95d-4fe9-be71-23e2031a2445 - 01

Formulartyp: Ergebnis

Art der Bekanntmachung: Bekanntmachung vergebener Aufträge oder
Zuschlagsbekanntmachung – Standardregelung

Unterart der Bekanntmachung: 29

Datum der Übermittlung der Bekanntmachung: 03/06/2024 10:42:58 (UTC+02:00)

Osteuropäische Zeit, Mitteleuropäische Sommerzeit

Sprachen, in denen diese Bekanntmachung offiziell verfügbar ist: Deutsch

Veröffentlichungsnummer der Bekanntmachung: 328206-2024

ABl. S – Nummer der Ausgabe: 107/2024

Datum der Veröffentlichung: 04/06/2024