

624975-2024 - Ergebnis

Tschechien – Werbe- und Marketingdienstleistungen – Nákup mediálního prostoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Bekanntmachung vergebener Aufträge oder Zuschlagsbekanntmachung – Standardregelung Dienstleistungen

1. Beschaffer

1.1. Beschaffer

Offizielle Bezeichnung: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

E-Mail: ivana.uhrova@vzp.cz

Rechtsform des Erwerbers: Von einer zentralen Regierungsbehörde kontrollierte Einrichtung des öffentlichen Rechts

Tätigkeit des öffentlichen Auftraggebers: Gesundheit

2. Verfahren

2.1. Verfahren

Titel: Nákup mediálního prostoru - OOH

Beschreibung: Předmětem plnění veřejné zakázky je nákup mediálního prostoru v nosičích reklamy – OOH, v jehož rámci budou zadavateli rovněž poskytovány marketingové služby týkající se plánování mediálních reklamních kampaní, nákupu mediálního reklamního prostoru, monitoringu mediálních aktivit konkurence, tj. služeb nezbytných pro realizaci marketingových kampaní v souladu s konkrétními požadavky zadavatele. Mediální prostor OOH je forma reklamy, která působí mimo domov cílové skupiny a zahrnuje outdoorovou reklamu (venkovní - billboardy, bigboardy, velkoplošné digitální zobrazovače, CLV v ulicích) a indoorovou reklamu (vnitřní - CLV ve vestibulech nádraží a metra).

Kennung des Verfahrens: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Vorherige Bekanntmachung: 555475-2023

Interne Kennung: 2300499

Verfahrensart: Offenes Verfahren

2.1.1. Zweck

Art des Auftrags: Dienstleistungen

Haupteinstufung (cpv): 79340000 Werbe- und Marketingdienstleistungen

Zusätzliche Einstufung (cpv): 79341000 Werbedienste, 79341100 Werbeberatung, 79342000 Marketing

2.1.2. Erfüllungsort

Land: Tschechien

Ort im betreffenden Land

2.1.3. Wert

Geschätzter Wert ohne MwSt.: 20 000 000,00 CZK

2.1.4. Allgemeine Informationen

Rechtsgrundlage:

Richtlinie 2014/24/EU

5. Los

5.1. Los: LOT-0001

Titel: Nákup mediálního prostoru - OOH

Beschreibung: Předmětem plnění veřejné zakázky je nákup mediálního prostoru v nosičích reklamy – OOH, v jehož rámci budou zadavateli rovněž poskytovány marketingové služby týkající se plánování mediálních reklamních kampaní, nákupu mediálního reklamního prostoru, monitoringu mediálních aktivit konkurence, tj. služeb nezbytných pro realizaci marketingových kampaní v souladu s konkrétními požadavky zadavatele. Mediální prostor OOH je forma reklamy, která působí mimo domov cílové skupiny a zahrnuje outdoorovou reklamu (venkovní - billboardy, bigboardy, velkoplošné digitální zobrazovače, CLV v ulicích) a indoorovou reklamu (vnitřní - CLV ve vestibulech nádraží a metra).

Interne Kennung: 2300499

5.1.1. Zweck

Art des Auftrags: Dienstleistungen

Haupteinstufung (cpv): 79340000 Werbe- und Marketingdienstleistungen

Zusätzliche Einstufung (cpv): 79341000 Werbedienste, 79342000 Marketing, 79341100 Werbeberatung

5.1.2. Erfüllungsort

Land: Tschechien

Ort im betreffenden Land

5.1.3. Geschätzte Dauer

Datum des Beginns: 05/04/2024

Enddatum der Laufzeit: 05/04/2026

5.1.5. Wert

Geschätzter Wert ohne MwSt.: 20 000 000,00 CZK

Höchstwert der Rahmenvereinbarung: 20 000 000,00 CZK

5.1.6. Allgemeine Informationen

Auftragsvergabeprojekt nicht aus EU-Mitteln finanziert

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

Zusätzliche Informationen: Čerpání plnění na základě smlouvy: 3.Q 2024: 2414080,- Kč bez DPH.

5.1.7. Strategische Auftragsvergabe

Ziel der strategischen Auftragsvergabe: Erfüllung sozialer Zielsetzungen

Beschreibung: Zadavatel v rámci podpory malých a středních podniků zavádí DNS pro zařazení dalších účastníků do veřejné zakázky. Zadavatel v rámci podpory malých a středních podniků poskytuje v zadávací dokumentaci dodavatelům přehledné vzory požadovaných dokumentů, aby co nejvíce snížil administrativní zátěž dodavatelů při tvorbě nabídky.

Zadavatel připouští zajišťovat plnění veřejné zakázky i prostřednictvím poddodavatele(ů).

Gefördertes soziales Ziel: Zugang für alle

5.1.10. Zuschlagskriterien

Kriterium:

Art: Preis

Bezeichnung: Celková cena v Kč bez DPH

Beschreibung: V rámci tohoto kritéria hodnocení bude hodnocena celková nabídková cena zpracovaná dle čl. 10 zadávací dokumentace, v členění dle tabulky uvedené v Příloze č. 1 zadávací dokumentace – Tabulka pro účely hodnocení – Nákup mediálního prostoru - OOH. Jako nejvýhodnější bude v tomto kritériu hodnocení hodnocena nabídka účastníka s nejnižší celkovou nabídkovou cenou v Kč bez DPH (buňka „F20“ Přílohy č. 3); tento účastník získá za toto kritérium hodnocení 60 bodů. Nabídky dalších účastníků (s celkovou nabídkovou cenou vyšší) budou hodnoceny dle níže uvedeného vzorce: $\text{Kritérium hodnocení A} = 100 \times (\text{Hodnota nejnižší nabídkové ceny}) / (\text{Posuzovaná nabídková cena}) \times 0,6$ (váha kritéria A)

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

Zuschlagskriterium — Zahl: 60

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

Beschreibung: Za tímto účelem musí každá hodnocená nabídka povinně obsahovat Závazný způsob vyhodnocení zásahu (kritérium B) obsahující průkaznost způsobu validace dat (subkritérium a), robustnost vzorku konzumentů reklamy (subkritérium b), evaluační mechanismus pro výpočet frekvence provozu (subkritérium c), kvalitu umístění (subkritérium d) a aktuálnost dat (subkritérium e). Závazný způsob vyhodnocení zásahu pro plnění, které je předmětem veřejné zakázky, uvede účastník (podrobněji viz níže). Tento Závazný způsob vyhodnocení zásahu bude přílohou Rámcové dohody jako její příloha č. 3 a musí být v souladu s HDZD a v souladu s Přílohou č. 11 HDZD – Komunikační strategie VZP. Závazný způsob vyhodnocení zásahu bude povinnou součástí nabídky. Zadavatel bude v případě pochybností oprávněn vyžádat si potvrzení údajů uvedených účastníkem v nabídce u účastníkem uvedeného zdroje a přihlídnout k poskytnutým údajům v rámci hodnocení. Nejlépe bude hodnocena nabídka toho účastníka zadávacího řízení, jehož Závazný způsob vyhodnocení zásahu nejlepším způsobem naplní následující zadavatelem požadované atributy s příslušnou vahou těchto subkritérií: Exaktnost a průkaznost způsobu validace. Účastník předloží a popíše metodu, způsob a parametry měření. Jedná se o stanovení základních mediálních ukazatelů, kterými jsou Reach, Frekvence a Imprese. Jejich prostřednictvím budou data prezentována. Zadavatel upozorňuje, že v případě, že v nabídce účastníka nebudou výše uvedené základní mediální ukazatele uvedeny, nebude zadavatel toto subkritérium (tj. subkritérium B odst. a)) hodnotit nulovým počtem bodů, ale zadavatel to bude v souladu se ZZVZ považovat za nesplnění podmínek účasti, což bude důvodem pro vyloučení účastníka ze zadávacího řízení. Další mediální ukazatele (např. GRP, TRP, CPT apod.) jsou považovány za přínos. Klíčová je rovněž míra detailu, z níž bude možné identifikovat základní míru stratifikace konzumentů zásahu (sociální, ekonomické, věkové, genderové, lokální, zájmové rozvrstvení). Hlubší rozvrstvení v rámci uvedených kategorií (např. větší množství věkových kohort, větší množství zájmových, ekonomických a lokálních skupin) bude považováno za přínos. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s prokazatelným způsobem validace dat o dosaženém zásahu, nejvyšším počtem základních mediálních ukazatelů a nejvyšší mírou základní stratifikace konzumentů zásahu. Zadavatel v hodnocení rovněž zohlední k dalším mediálním ukazatelům nabízeným dodavatelem a hlubšímu rozvrstvení základních stratifikačních kategorií. – váha subkritéria 8 %

Robustnost vzorku konzumentů. Účastník předloží objemový vzorek konzumentů pro typické období kampaně v trvání 28 dnů, jejichž prostřednictvím bude ověřovat reklamní zásah. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s prokazatelně nejrobustnějším validovaným vzorkem konzumentů reklamy. – váha subkritéria 5 %

Evaluační mechanismus pro výpočet frekvence provozu.

Účastník předloží seznam a analýzu zdrojů, z nichž čerpá data o frekvenci provozu. Součástí bude rovněž doklad o ověřitelnosti dat u jejich zdroje. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s nejuvěrohodnějším evaluačním potenciálem, tj. s ověřitelným a věrohodným zdrojem dat.- váha subkritéria 3 % Kvalita umístění. Účastník ve své nabídce předloží umístění OOH v místech s nejvyšším zachyceným pohybem vzorku konzumentů a ověřitelným způsobem své údaje doloží. Za ověřitelný způsob budou považována data s uvedením konkrétních zdrojů. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s umístěním v místech nejvyššího prokazatelného pohybu konzumentů reklamního sdělení.- váha subkritéria 6 % Aktuálnost dat. Účastník v nabídce uvede, v jakém časovém horizontu je schopen ověřovat a dokládat poskytovaná data. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s nejaktuálnějším možným výstupem v měsících a tím nejrychlejší zpětnou vazbou pro zadavatele. – váha subkritéria 8 % Pro hodnocení subkritérií, která nelze vyjádřit číselně, tj. subkritéria hodnocení B odst. a), c) a d), jež hodnotí kvalitu účastníkem nabízeného řešení, bude použita bodovací stupnice v rozsahu 4 – 0. Každé jednotlivé nabídce bude přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost nabídky v rámci přísl. kritéria. Odborní členové komise budou přidělovat body v rámci dílčího hodnotícího kritéria B jako kolektivní orgán, nikoli každý člen komise zvlášť, přičemž odůvodnění přidělení jednotlivých bodů bude uvedeno v písemné zprávě o hodnocení nabídek. Odborná část komise sestaví pořadí nabídek v každém subkritériu hodnocení B odst. a), c) a d) od nejuvhodnější k nejméně vhodné přiřadí nejuvhodnější nabídce 4 body. Každé následující nabídce v pořadí přiřadí odborná část komise takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění subkritéria hodnocení B odst. a), c) a d) ve vztahu k nejuvhodnější nabídce. Při posouzení míry naplnění (splnění) kvality nabízeného řešení (plnění), odborná část komise přiřadí jednotlivým nabídkám v každém subkritériu hodnocení B odst. a), c) a d) příslušný počet bodů, který bude odrážet splnění zadání požadavku zadavatele. Komise nebude udělovat půlbody, nebo jiné nižší hodnoty bodů.

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

Zuschlagskriterium — Zahl: 30

Kriterium:

Art: Qualität

Bezeichnung: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Beschreibung: V rámci tohoto kritéria hodnocení bude odborná část komise hodnotit kvalitu konkrétního návrhu lokalit s průkazným uvedením frekvence zásahu. Za tímto účelem musí každá hodnocená nabídka povinně obsahovat „Seznam lokalit s průkazným uvedením frekvence zásahu“ obsahující konkrétní uvedení lokalit pro umístění 80 bigboardů (outdoor), 500 billboardů (outdoor), 200 CLV (outdoor), 50 CLV (indoor) a 20 velkoplošných digitálních zobrazovačů (outdoor) s uvedením průkazné frekvence zásahů pro každé jednotlivé umístění. Tento „Seznam“ musí být v souladu s požadavky čl. 5 HDZD a zároveň v souladu s požadavky na Způsob vyhodnocení zásahu a v souladu s Přílohou č. 11 HDZD – Komunikační strategie VZP ČR. „Seznam“ bude povinnou součástí nabídky. Zadavatel upozorňuje, že v případě, že v nabídce účastníka nebude výše uvedený „Seznam“ předložen nebude zadavatel toto kritérium hodnotit nulovým počtem bodů, ale zadavatel to bude v souladu se ZZVZ považovat za nesplnění podmínek účasti, což bude důvodem pro vyloučení účastníka ze zadávacího řízení. Nejlépe bude hodnocena nabídka toho účastníka zadávacího řízení, jehož návrh bude obsahovat nejvyšší průměrný počet průkazných zásahů na jedno místo za jeden měsíc. Odborná část komise vydělí deklarovaný počet zásahů počtem požadovaných lokalit. Získaná číselná hodnota bude zaokrouhlena na dvě desetinná místa. Po provedeném zaokrouhlení získá nabídka, které byl v rámci kritéria hodnocení C přiřazen největší počet bodů, jako nejuvhodnější nabídka 100 (sto) bodů. Takto přidělené body v rámci kritérií hodnocení C budou následně vynásobeny příslušnou vahou daného kritéria hodnocení. Další nabídky získají bodovou hodnotu, která bude vypočtena jako násobek 100, poměru bodů, které získala

hodnocená nabídka k bodům, které získala nabídka nejvhodnější (zaokrouhleno na dvě desetinná místa) a vynásobením příslušné váhy daného kritéria hodnocení (viz níže uvedené vzorce). Přiřazené body při hodnocení nabídek účastníků budou následně přepočteny dle váhy kritéria podle níže uvedeného vzorce: Kritérium hodnocení C = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,10$ (váha kritéria C)
Kategorie des Gewicht-Zuschlagskriteriums: Gewichtung (Prozentanteil, genau)
Zuschlagskriterium — Zahl: 10

Beschreibung der anzuwendenden Methode, wenn die Gewichtung nicht durch Kriterien ausgedrückt werden kann: Subkritérium hodnocení B odst.a) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,08$ (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.c) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,03$ (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.d) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,06$ (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.b) = $100 \times (\text{Posuzovaný vzorek konzumentů}) / (\text{Nejvyšší vzorek konzumentů}) \times 0,05$ (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.e) = $100 \times (\text{Hodnota nejnižšího počtu měsíců}) / (\text{Posuzovaný počet měsíců}) \times 0,08$ (váha kritéria B) Kritérium hodnocení B = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,30$ (váha kritéria B)

5.1.15. Techniken

Rahmenvereinbarung:

Rahmenvereinbarung ohne erneuten Aufruf zum Wettbewerb

Informationen über das dynamische Beschaffungssystem:

Kein dynamisches Beschaffungssystem

Elektronische Auktion: nein

5.1.16. Weitere Informationen, Schlichtung und Nachprüfung

Überprüfungsstelle: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Informationen über die Überprüfungsfristen: Podmínkou pro podání návrhu k ÚOHS je podání námitek k Zadavateli, které je nutné doručit do 15 dnů ode dne, kdy se stěžovatel dozvěděl o domnělém porušení zákona Zadavatelem, nejpozději však do uzavření smlouvy nebo do chvíle, kdy se soutěž o návrh považuje po výběru návrhu za ukončenou. Námitky proti úkonům oznamovaným v dokumentech, které je Zadavatel povinen podle zákona uveřejnit či odeslat stěžovateli, musí být doručeny Zadavateli do 15 dnů od jejich uveřejnění či doručení stěžovateli. Pokud je v zadávacím řízení stanovena lhůta pro podání žádostí o účast, musí být námitky proti podmínkám vztahujícím se ke kvalifikaci dodavatele doručeny Zadavateli nejpozději do skončení této lhůty. Pokud je v zadávacím řízení stanovena lhůta pro podání nabídek, musí být námitky proti zadávacím podmínkám doručeny Zadavateli nejpozději do skončení této lhůty. Námitky proti obsahu výzvy k podání nabídek v dynamickém nákupním systému nebo při zadávání veřejné zakázky na základě rámcové dohody musí být zadavateli doručeny nejpozději do konce lhůty pro podání nabídek. V soutěži o návrh musí být námitky proti soutěžním podmínkám doručeny nejpozději do konce lhůty pro podání návrhů. Zadavatel může v zadávací dokumentaci nebo soutěžních podmínkách stanovit, že námitky podle § 242 odst. 3 nebo 4 zákona lze podat nejpozději 72 hodin před skončením lhůt podle § 242 odst. 3 nebo 4 zákona. Námitky proti dobrovolnému oznámení o záměru uzavřít smlouvu podle § 212 odst. 2 zákona musí být doručeny Zadavateli do 30 dnů od uveřejnění tohoto oznámení. Zadavatel je povinen námitky vyřídit do 15 dnů. Návrh je nutné doručit ÚOHS i Zadavateli do 10 dnů ode dne, v němž stěžovatel obdržel rozhodnutí, kterým Zadavatel námitky odmítnul nebo do 25 dnů od odeslání námitek, pokud Zadavatel o námitkách nerozhodl. Po uzavření smlouvy na veřejnou zakázku či rámcové dohody lze podat pouze návrh na uložení zákazu plnění smlouvy, a to i bez předchozího podání námitek. Návrh na uložení zákazu plnění

smlouvy doručí navrhovatel ÚOHS a ve stejnopisu Zadavateli do 30 dnů ode dne, kdy Zadavatel uveřejnil oznámení o uzavření smlouvy způsobem podle § 212 odst. 2 zákona s uvedením důvodu pro zadání veřejné zakázky bez uveřejnění oznámení o zahájení zadávacího řízení, předběžného oznámení nebo výzvy k podání nabídek ve zjednodušeném podlimitním řízení, nejpozději však do 6 měsíců od uzavření této smlouvy. Návrh na uložení zakazu plnění smlouvy podle § 254 odstavce 1 písm. d) zákona doručí navrhovatel ÚOHS a ve stejnopisu Zadavateli do 30 dnů ode dne, kdy Zadavatel uveřejnil oznámení o uzavření smlouvy na základě rámcové dohody podle § 137 zákona nebo oznámení o uzavření smlouvy v dynamickém nákupním systému podle § 142 zákona, nejpozději však do 6 měsíců od uzavření této smlouvy. Ve lhůtě pro doručení návrhu je navrhovatel povinen složit na účet ÚOHS kauci ve výši 1 % z nabídkové ceny navrhovatele za celou dobu plnění veřejné zakázky nebo za dobu prvních čtyř let plnění v případě smluv na dobu neurčitou, nejméně však ve výši 50 000 Kč, nejvýše ve výši 10 000 000 Kč. V případě, že navrhovatel nemůže stanovit celkovou nabídkovou cenu, je povinen složit kauci ve výši 100 000 Kč. V případě návrhu na uložení zakazu plnění smlouvy je navrhovatel povinen složit kauci ve výši 200 000 Kč. Jde-li o řízení o přezkoumání postupu pro zadávání koncesí, je navrhovatel povinen ve lhůtě pro doručení návrhu složit na účet ÚOHS kauci ve výši 1 % z předpokládané hodnoty koncese uveřejněné ve Věstníku veřejných zakázek nebo na profilu Zadavatele, nejméně však ve výši 50 000 Kč, nejvýše ve výši 10 000 000 Kč. V případě, že Zadavatel neuveřejní ve Věstníku veřejných zakázek nebo na profilu Zadavatele předpokládanou hodnotu koncese, je navrhovatel povinen složit kauci ve výši 100 000 Kč. V případě návrhu na uložení zakazu plnění koncesní smlouvy je navrhovatel povinen složit kauci ve výši 200 000 Kč.

Organisation, die weitere Informationen für die Nachprüfungsverfahren bereitstellt: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

6. Ergebnisse

Wert aller in dieser Bekanntmachung vergebenen Verträge: 2 414 080,00 CZK

6.1. Ergebnis, Los— Kennung: LOT-0001

Status der Preisträgerauswahl: Es wurde mindestens ein Gewinner ermittelt.

6.1.2. Informationen über die Gewinner

Wettbewerbsgewinner:

Offizielle Bezeichnung: BigMedia, spol. s r.o.

Unterauftragnehmer des Gewinners:

Offizielle Bezeichnung: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

Angebot:

Kennung des Angebots: 2300499/1

Kennung des Loses oder der Gruppe von Losen: LOT-0001

Das Angebot wurde in die Rangfolge eingeordnet: nein

Rang in der Liste der Gewinner: 1

Bei dem Angebot handelt es sich um eine Variante: nein

Vergabe von Unteraufträgen: Ja

Wert der Vergabe von Unteraufträgen ist bekannt: nein

Prozentanteil der Vergabe von Unteraufträgen ist bekannt: nein

Beschreibung: Poddodavatel č. 1: RAILREKLAM, spol. s r.o. Část veřejné zakázky, kterou bude tento poddodavatel plnit: reklamní prostor na reklamních nosičích typu CityLight vitrina (CLV) na nádražích v České republice a na velkoplošných digitálních zobrazovačích

Poddodavatel č. 2: MetroZoom s.r.o. Část veřejné zakázky, kterou bude tento poddodavatel

plnit: reklamní prostor na reklamních nosičích typu CityLight vitrína (CLV) ve stanicích metra v Praze Poddodavatel č. 3: outdoor akzent s.r.o. Část veřejné zakázky, kterou bude tento poddodavatel plnit: realizace instalačních a deinstalačních prací a distribuce reklamních materiálů

Informationen zum Auftrag:

Kennung des Auftrags: 04/OMKK/2024

Titel: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Datum der Auswahl des Gewinners: 16/02/2024

Datum des Vertragsabschlusses: 29/08/2024

Der Auftrag wird als Teil einer Rahmenvereinbarung vergeben: nein

6.1.4. Statistische Informationen

Zusammenfassung der beim Erwerber eingegangenen Überprüfungsanträge:

Anzahl der Beschwerdeführer: 0

Eingegangene Angebote oder Teilnahmeanträge:

Art der eingegangenen Einreichungen: Teilnahmeanträge

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote auf elektronischem Wege eingereicht

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 2

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 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 Kleinst-, kleinen oder mittleren Unternehmen

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 geprüft und aufgrund eines ungewöhnlich niedrigen Preises oder aufgrund ungewöhnlich niedriger Kosten als unzulässig abgewiesen

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

Art der eingegangenen Einreichungen: Angebote

Anzahl der eingegangenen Angebote oder Teilnahmeanträge: 0

8. Organisationen

8.1. ORG-0001

Offizielle Bezeichnung: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Registrierungsnummer: 41197518

Postanschrift: Orlická 2020

Stadt: Praha

Postleitzahl: 13000

Land: Tschechien

E-Mail: ivana.uhrova@vzp.cz

Telefon: +420 952220292

Profil des Erwerbers: <https://www.tenderarena.cz/profily/vzp>

Rollen dieser Organisation:

Beschaffer

8.1. **ORG-0002**

Offizielle Bezeichnung: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Registrierungsnummer: 65349423

Postanschrift: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Stadt: Brno

Postleitzahl: 60200

Land, Gliederung (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)

Land: Tschechien

E-Mail: posta@uohs.cz

Telefon: +420 542167111

Internetadresse: <https://uohs.gov.cz>

Rollen dieser Organisation:

Überprüfungsstelle

Organisation, die weitere Informationen für die Nachprüfungsverfahren bereitstellt

8.1. **ORG-0003**

Offizielle Bezeichnung: BigMedia, spol. s r.o.

Größe des Wirtschaftsteilnehmers: Großunternehmen

Registrierungsnummer: 26479451

Postanschrift: Na strži 2097/63

Stadt: Praha - Krč

Postleitzahl: 14000

Land, Gliederung (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Land: Tschechien

E-Mail: INFO@BIGMEDIA.CZ

Telefon: +420 246085192

Rollen dieser Organisation:

Bieter

Gewinner dieser Lose: LOT-0001

8.1. **ORG-0007**

Offizielle Bezeichnung: outdoor akzent s.r.o.

Größe des Wirtschaftsteilnehmers: Kleinst-, kleines oder mittleres Unternehmen

Registrierungsnummer: 00545911

Postanschrift: Na strži 2097/63

Stadt: Praha - Krč

Postleitzahl: 14000

Land, Gliederung (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Land: Tschechien

E-Mail: info@outdoor-akzent.cz

Telefon: +420 221475110

Rollen dieser Organisation:

Unterauftragnehmer

8.1. **ORG-0008**

Offizielle Bezeichnung: RAILREKLAM, spol. s r.o.

Größe des Wirtschaftsteilnehmers: Kleinst-, kleines oder mittleres Unternehmen

Registrierungsnummer: 17047234

Postanschrift: Na strži 2097/63

Stadt: Praha - Krč

Postleitzahl: 14000
Land, Gliederung (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Land: Tschechien
E-Mail: info@railreklam.cz
Telefon: +420 221709111
Rollen dieser Organisation:
Unterauftragnehmer

8.1. **ORG-0009**

Offizielle Bezeichnung: MetroZoom s.r.o.
Größe des Wirtschaftsteilnehmers: Kleinst-, kleines oder mittleres Unternehmen
Registrierungsnummer: 08291501
Postanschrift: Na strži 2097/63
Stadt: Praha - Krč
Postleitzahl: 14000
Land, Gliederung (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Land: Tschechien
E-Mail: info@metrozoom.cz
Telefon: +420 800300111
Rollen dieser Organisation:
Unterauftragnehmer

Informationen zur Bekanntmachung

Kennung/Fassung der Bekanntmachung: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01
Formulartyp: Ergebnis
Art der Bekanntmachung: Bekanntmachung vergebener Aufträge oder Zuschlagsbekanntmachung – Standardregelung
Unterart der Bekanntmachung: 29
Datum der Übermittlung der Bekanntmachung: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+02:00)
Osteuropäische Zeit, Mitteleuropäische Sommerzeit
Sprachen, in denen diese Bekanntmachung offiziell verfügbar ist: Tschechisch
Veröffentlichungsnummer der Bekanntmachung: 624975-2024
ABl. S – Nummer der Ausgabe: 202/2024
Datum der Veröffentlichung: 16/10/2024