

790525-2024 - Vorankündigung – Direktvergabe

Deutschland – Direktmarketing – freiwillige ex-ante-Auftragsbekanntmachung nach § 135 Abs.3

S. 1 GWB

OJ S 249/2024 23/12/2024

Freiwillige Ex-ante-Transparenzbekanntmachung

Dienstleistungen

1. Beschaffer

1.1. Beschaffer

Offizielle Bezeichnung: IGA 2027 Metropole Ruhr gGmbH

E-Mail: a.kostka-speckamp@iga2027.ruhr

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

Tätigkeit des öffentlichen Auftraggebers: Freizeit, Sport, Kultur und Religion

2. Verfahren

2.1. Verfahren

Titel: freiwillige ex-ante-Auftragsbekanntmachung nach § 135 Abs.3 S. 1 GWB

Beschreibung: Der Auftraggeber beabsichtigt einen Kooperationsvertrag mit dem Fußball- und Leichtathletik-Verband Westfalen e.V. zu schließen. In Nordrhein Westfalen kann mit Blick auf die Marketingstrategie der IGA 2027 kein anderer Anbieter und kein anderer Sportverband ein vergleichbares Gesamtangebot mit einer Kombination aus Inszenierungsmöglichkeiten mit zielgruppenaffinen wie reichweitenstarken Sportformaten inkl. medialer Begleitung, einer hohen regionalen Abdeckung sowie begleitende Marketingaktivierungen unterstützt durch ein professionelles Vermarktungsteam anbieten. Alle oben genannten für die IGA relevanten Kriterien hinsichtlich der Leistungserbringung werden ausschließlich vom FLVW erfüllt. Es bestehen keine vernünftigen Alternativen für eine Ersatzlösung. Die Definition der Kriterien für die Partnerschaft als Beschaffungsbedarf ist aus nachvollziehbaren objektiven und auftragsbezogenen Gründen sachlich gerechtfertigt und diskriminiert keinen Wettbewerber des FLVW. Die IGA ist daher nach eingehender technischer und rechtlicher Prüfung der Auffassung, dass die Durchführung eines Verhandlungsverfahrens ohne Teilnahmewettbewerbs mit lediglich einem Teilnehmer nach § 14 Abs. 4 Nr. 2 b), Abs. 6 VgV unter Berücksichtigung ihres vergaberechtlichen Leistungsbestimmungsrechts zulässig ist.

Kennung des Verfahrens: 528b22e7-6417-4485-9b88-4d11136656a8

Verfahrensart: Verhandlungsverfahren ohne Aufruf zum Wettbewerb

2.1.1. Zweck

Art des Auftrags: Dienstleistungen

Haupteinstufung (cpv): 79342100 Direktmarketing

2.1.2. Erfüllungsort

Land: Deutschland

Zusätzliche Informationen: Essen

2.1.4. Allgemeine Informationen

Rechtsgrundlage:

Richtlinie 2014/24/EU

5. Los

5.1. Los: LOT-0001

Titel: Kooperationsvertrag

Beschreibung: Kooperationsvertrag über Marketingleistungen im Rahmen der Leistungen des Bieters

5.1.1. Zweck

Art des Auftrags: Dienstleistungen

Haupteinstufung (cpv): 79342100 Direktmarketing

5.1.6. Allgemeine Informationen

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

Zusätzliche Informationen: Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) § 135

Unwirksamkeit (1) Ein öffentlicher Auftrag ist von Anfang an unwirksam, wenn der öffentliche Auftraggeber 1. gegen § 134 verstoßen hat oder 2. den Auftrag ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union vergeben hat, ohne dass dies aufgrund Gesetzes gestattet ist, und dieser Verstoß in einem Nachprüfungsverfahren festgestellt worden ist. (2) Die Unwirksamkeit nach Absatz 1 kann nur festgestellt werden, wenn sie im Nachprüfungsverfahren innerhalb von 30 Kalendertagen nach der Information der betroffenen Bieter und Bewerber durch den öffentlichen Auftraggeber über den Abschluss des Vertrags, jedoch nicht später als sechs Monate nach Vertragsschluss geltend gemacht worden ist. Hat der Auftraggeber die Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union bekannt gemacht, endet die Frist zur Geltendmachung der Unwirksamkeit 30 Kalendertage nach Veröffentlichung der Bekanntmachung der Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union. (3) Die Unwirksamkeit nach Absatz 1 Nummer 2 tritt nicht ein, wenn 1. der öffentliche Auftraggeber der Ansicht ist, dass die Auftragsvergabe ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union zulässig ist, 2. der öffentliche Auftraggeber eine Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht hat, mit der er die Absicht bekundet, den Vertrag abzuschließen, und 3. der Vertrag nicht vor Ablauf einer Frist von mindestens zehn Kalendertagen, gerechnet ab dem Tag nach der Veröffentlichung dieser Bekanntmachung, abgeschlossen wurde. Die Bekanntmachung nach Satz 1 Nummer 2 muss den Namen und die Kontaktdaten des öffentlichen Auftraggebers, die Beschreibung des Vertragsgegenstands, die Begründung der Entscheidung des Auftraggebers, den Auftrag ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union zu vergeben, und den Namen und die Kontaktdaten des Unternehmens, das den Zuschlag erhalten soll, umfassen.

5.1.16. Weitere Informationen, Schlichtung und Nachprüfung

Überprüfungsstelle: Vergabekammer Rheinland

Informationen über die Überprüfungsfristen: Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) § 135 Unwirksamkeit (1) Ein öffentlicher Auftrag ist von Anfang an unwirksam, wenn der öffentliche Auftraggeber 1. gegen § 134 verstoßen hat oder 2. den Auftrag ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union vergeben hat, ohne dass dies aufgrund Gesetzes gestattet ist, und dieser Verstoß in einem Nachprüfungsverfahren festgestellt worden ist. (2) Die Unwirksamkeit nach Absatz 1 kann nur festgestellt werden, wenn sie im Nachprüfungsverfahren innerhalb von 30 Kalendertagen nach der Information der betroffenen Bieter und Bewerber durch den öffentlichen Auftraggeber über den Abschluss des Vertrags, jedoch nicht später als sechs Monate nach Vertragsschluss

geltend gemacht worden ist. Hat der Auftraggeber die Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union bekannt gemacht, endet die Frist zur Geltendmachung der Unwirksamkeit 30 Kalendertage nach Veröffentlichung der Bekanntmachung der Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union. (3) Die Unwirksamkeit nach Absatz 1 Nummer 2 tritt nicht ein, wenn 1. der öffentliche Auftraggeber der Ansicht ist, dass die Auftragsvergabe ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union zulässig ist, 2. der öffentliche Auftraggeber eine Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht hat, mit der er die Absicht bekundet, den Vertrag abzuschließen, und 3. der Vertrag nicht vor Ablauf einer Frist von mindestens zehn Kalendertagen, gerechnet ab dem Tag nach der Veröffentlichung dieser Bekanntmachung, abgeschlossen wurde. Die Bekanntmachung nach Satz 1 Nummer 2 muss den Namen und die Kontaktdaten des öffentlichen Auftraggebers, die Beschreibung des Vertragsgegenstands, die Begründung der Entscheidung des Auftraggebers, den Auftrag ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union zu vergeben, und den Namen und die Kontaktdaten des Unternehmens, das den Zuschlag erhalten soll, umfassen.

Organisation, die zusätzliche Informationen über das Vergabeverfahren bereitstellt: IGA 2027 Metropole Ruhr gGmbH

Organisation, die einen Offline-Zugang zu den Vergabeunterlagen bereitstellt: IGA 2027 Metropole Ruhr gGmbH

Organisation, die weitere Informationen für die Nachprüfungsverfahren bereitstellt: Vergabekammer Rheinland

6. Ergebnisse

Wert aller in dieser Bekanntmachung vergebenen Verträge: 275 000,00 EUR

Direktvergabe

:

Begründung der Direktvergabe: Der Auftrag kann nur von einem bestimmten Wirtschaftsteilnehmer ausgeführt werden, da aus technischen Gründen kein Wettbewerb vorhanden ist

Sonstige Begründung: Mit Blick auf die Marketingstrategie der IGA 2027 erfüllt das Gesamtangebot des Fußball- und Leichtathletik-Verbandes Westfalen e.V. (folgend FLVW genannt) die besonderen Ansprüche der IGA 2027 gGmbH idealtypisch. Diese Maßnahmen können in dieser Form und innerhalb des IGA-Gebietes nur vom FLVW angeboten werden.

2.1 Die relevanten Stärken des FLVW für die Arbeit der IGA 2027

- Verbandsgröße: der FLVW ist der zweitgrößte Landesverband im Deutschen Fußball-Bund (DFB) und zugleich zweitgrößter Landesverband im Deutschen Leichtathletik Verband (DLV)
- Hohe Anzahl an Mitgliedern: Beim FLVW sind über eine Million Mitglieder sowie 2.500 Sportvereine registriert
- Reichweitenstarke Marketingkanäle: über seine eigenen Marketing- und Kommunikationskanäle, seine Mediakooperationen mit der regionalen Presse sowie seine Werbedisplays im attraktiven Werbeumfeld des SportCentrum Kaiserau hat der FLVW eine jährliche Reichweite von ca. 5 Mio. Bruttokontakten
- Hohe regionale Abdeckung: Mit seinen 29 Kreisen deckt der FLVW das Gebiet der Regierungsbezirke Detmold, Münster und Arnsberg ab
- Netzwerkstärke Ehrenamt: der FLVW verfügt über ein Netzwerk von über 230.000 Ehrenämtlern
- Starkes Sponsorennetzwerk: der FLVW verfügt über ein für einen regionalen Sportverband überdurchschnittlich großes Sponsorennetzwerk, die ebenfalls potentielle Partner der IGA 2027 sein können bzw. größere Eintrittskartenkontingente für Mitarbeiter und Kunden erwerben könnten

2.2. Die Einzigartigkeit des Kooperationsangebots des FLVWSs für die Marketingstrategie der IGA 2027

- Emotionale Wettbewerbsformate mit

hohem Zielgruppenfit: die vom FLVW angebotenen Wettbewerbs- und Marketingformate Landesliga Westfalen (Fußball), Krombacher Westfalenpokalfinale (Fußball), Westfälische Meisterschaften (Leichtathletik) und Laufrouen FLVW Fitnesspark (Breitensport) stellen bzgl. Reichweite, emotionaler Zielgruppenansprache und effizientem Budgeteinsatz ideale Inszenierungsmöglichkeiten für die IGA 2027 gGmbH dar • Die o.g. Formate werden exklusiv vom FLVW vermarktet. Kein anderer Sportverband, keine Agentur und kein anderes vermittelndes Unternehmen haben Zugriff auf diese Wettbewerbs-/Marketingformate • Einzigartigkeit der Konfiguration des Gesamtangebotes: Die o.g. Wettbewerbs-/Marketingformate inkl. der verknüpften kommunikativen Begleitung durch den FLVW bieten für den Markenaufbau der IGA 2027 eine einzigartige Kombination aus hoher Reichweite bzw. hoher regionaler Abdeckung sowie einer idealen emotionalen Ansprache der IGA 2027 Kernzielgruppen junge Erwachsene und Familien • Besondere Exklusivleistungen: Neben der werblichen Inszenierung zu den o.g. Formaten erhöhen exklusive, begleitende Aktivierungsmaßnahmen (z.B. Durchführung von Laufveranstaltungen, Integration der IGA 2027 in Preisverleihungen bei Wettbewerben) die Werbewirksamkeit der Gesamtinszenierung enorm • Professionelle Betreuung: Im Rahmen der Inszenierung mit den o.g. Wettbewerbsformaten steuert der FLVW mit einem professionellen Vermarktungs- und Marketingteam sämtliche Werbemaßnahmen, Aktivitäten und Aktivierungen für die IGA 2027. Dies steigert Effektivität wie Effizienz der werblichen Inszenierungen für die IGA 2027. • Starke Netzwerksynergien: Die IGA 2027 gGmbH profitiert darüber hinaus von dem Netzwerk des FLVW - insbesondere in den Bereichen Sponsoring und Ehrenamt Alle oben genannten für die IGA relevanten Kriterien hinsichtlich der Leistungserbringung werden ausschließlich vom FLVW erfüllt. Diese Maßnahmen können in dieser Form und innerhalb des IGA-Gebietes nur vom FLVW angeboten werden. Es bestehen keine vernünftigen Alternativen für eine Ersatzlösung. Die Definition der Kriterien für die Partnerschaft als Beschaffungsbedarf ist aus nachvollziehbaren objektiven und auftragsbezogenen Gründen sachlich gerechtfertigt und diskriminiert keinen Wettbewerber des FLVW. Die IGA ist daher nach eingehender technischer und rechtlicher Prüfung der Auffassung, dass die Durchführung eines Verhandlungsverfahrens ohne Teilnahmewettbewerbs mit lediglich einem Teilnehmer nach § 14 Abs. 4 Nr. 2 b), Abs. 6 VgV unter Berücksichtigung ihres vergaberechtlichen Leistungsbestimmungsrechts zulässig ist

6.1. Ergebnis, Los— Kennung: LOT-0001

6.1.2. Informationen über die Gewinner

Wettbewerbsgewinner:

Offizielle Bezeichnung: FLVW Marketing GmbH

Angebot:

Kennung des Angebots: Kooperationsangebot

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

Wert der Ausschreibung: 275 000,00 EUR

Informationen zum Auftrag:

Kennung des Auftrags: Kooperationsvertrag

8. Organisationen

8.1. ORG-0001

Offizielle Bezeichnung: IGA 2027 Metropole Ruhr gGmbH

Stadt: Huyssenallee 82 - 88

Postleitzahl: 45128

Land, Gliederung (NUTS): Essen, Kreisfreie Stadt (DEA13)

Land: Deutschland

E-Mail: a.kostka-speckamp@iga2027.ruhr

Telefon: 0201 565 769 12

Rollen dieser Organisation:

Beschaffer

Organisation, die zusätzliche Informationen über das Vergabeverfahren bereitstellt

Organisation, die einen Offline-Zugang zu den Vergabeunterlagen bereitstellt

8.1. ORG-0002

Offizielle Bezeichnung: FLVW Marketing GmbH

Stadt: Jahnstraße 76-78

Postleitzahl: 59174

Land, Gliederung (NUTS): Unna (DEA5C)

Land: Deutschland

E-Mail: info@flvw-marketing.de

Rollen dieser Organisation:

Bieter

Gewinner dieser Lose: LOT-0001

8.1. ORG-0003

Offizielle Bezeichnung: Vergabekammer Rheinland

Postanschrift: Zeughausstraße 2-8

Stadt: Köln

Postleitzahl: 50667

Land, Gliederung (NUTS): Köln, Kreisfreie Stadt (DEA23)

Land: Deutschland

E-Mail: poststelle@bezreg-koeln.nrw.de

Rollen dieser Organisation:

Überprüfungsstelle

Organisation, die weitere Informationen für die Nachprüfungsverfahren bereitstellt

8.1. ORG-0000

Offizielle Bezeichnung: Publications Office of the European Union

Registrierungsnummer: PUBL

Stadt: Luxembourg

Postleitzahl: 2417

Land, Gliederung (NUTS): Luxembourg (LU000)

Land: Luxemburg

E-Mail: ted@publications.europa.eu

Telefon: +352 29291

Internetadresse: <https://op.europa.eu>

Rollen dieser Organisation:

TED eSender

Informationen zur Bekanntmachung

Kennung/Fassung der Bekanntmachung: c6cca2fd-a347-44e1-b5d4-3f21b46dbcd8 - 01

Formulartyp: Vorankündigung – Direktvergabe

Art der Bekanntmachung: Freiwillige Ex-ante-Transparenzbekanntmachung

Unterart der Bekanntmachung: 25

Datum der Übermittlung der Bekanntmachung: 19/12/2024 17:21:02 (UTC+00:00)

Westeuropäische Zeit, GMT

Sprachen, in denen diese Bekanntmachung offiziell verfügbar ist: Deutsch

Veröffentlichungsnummer der Bekanntmachung: 790525-2024

ABl. S – Nummer der Ausgabe: 249/2024

Datum der Veröffentlichung: 23/12/2024