

Germany-Bodenheim: Advertising campaign services
OJ S 45/2021 05/03/2021
Contract award notice
Services

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Deutsches Weininstitut

Postal address: Platz des Weines 2

Town: Bodenheim

NUTS code: DEB3J Mainz-Bingen

Postal code: 55294

Country: Germany

E-mail: vergabe@deutscheweine.de

Internet address(es):

Main address: <http://www.deutscheweine.de>

I.4. Type of the contracting authority

Body governed by public law

I.5. Main activity

Other activity: Marketing

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement

II.1.1. Title

Rahmenvereinbarung Außenwerbung

Reference number: Vergabe-Nr. 2020/12

II.1.2. Main CPV code

79341400 Advertising campaign services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Durchführung von Maßnahmen im Zusammenhang mit Außenwerbekampagnen des DWI auf Werbeträgern an verschiedenen Standorten Deutschlands für die Jahre 2021 bis 2024.

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.1.7. Total value of the procurement

Value excluding VAT: 1 200 000,00 EUR

II.2. Description

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DE Deutschland

Main site or place of performance: Deutschlandweit

II.2.4. Description of the procurement

Die Dienstleistung des Auftragnehmers bezieht sich auf die gesamte Abwicklung der Kampagnenwerbung für den Auftraggeber:

1. Identifizierung und Auswahl der geeignetsten Out-of-Home-Medien gemäß des Mediennutzungs- und Mobilitätsprofils der Zielgruppen des Deutschen Weininstituts und der jeweiligen Aufgabenstellung für den einzelnen Flight,
2. Mediaeinkauf/Buchung/Abrechnung aller Out-of-Home Flächen für Rechnung der Deutsche Weinwerbe GmbH,
3. Einholen von Angeboten für den Druck/die Produktion der Out-of-Home Flächen,
4. Beauftragung der Angebote in Abstimmung mit dem DWI,
5. Produktion der Werbemittel,
6. Montage und Demontage der Werbemittel,
7. Leistungsauswertung bei den Medien, bei denen eine Leistungsauswertung möglich ist. Hilfsweise können auch Frequenzdaten verwendet werden,
8. Dokumentation der Leistungserbringung mit einer Auswahl von mindestens einem Belegfoto pro gebuchtem Medium und Stadt,
9. Einholung sämtlicher notwendigen amtlichen Genehmigungen,
10. Kontrolle der Leistungserbringung, Instandhaltung und ggfs. Ausbesserung und Erneuerung während des Kampagnenzeitraums.

Mit „Out-of-Home Medien“ sind insbesondere folgende Medien gemeint:

- Verkehrsmedien,
- Plakatmedien,
- Stationsmedien,
- digitale Medien im öffentlichen Raum.

II.2.5. Award criteria

Quality criterion - Name: Umsetzungskonzept / Weighting: 20

Cost criterion - Name: Beispielkampagne 1 Preis-Wirkverhältnis / Weighting: 26.66

Cost criterion - Name: Beispielkampagne 2 Preis-Wirkverhältnis / Weighting: 26.66

Cost criterion - Name: Beispielkampagne 3 Preis-Wirkverhältnis / Weighting: 26.66

II.2.11. Information about options

Options: no

II.2.13. Information about European Union funds

The procurement is related to a project and/or programme financed by European Union funds:
yes

Identification of the project: VO Nr. 1308/2013

II.2.14. Additional information

Section IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Open procedure

IV.1.3. Information about a framework agreement or a dynamic purchasing system

The procurement involves the establishment of a framework agreement

IV.1.8. Information about the Government Procurement Agreement (GPA)

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement: yes

IV.2. Administrative information

IV.2.1. Previous publication concerning this procedure

Notice number in the OJ S: [2020/S 185-446736](#)

IV.2.8. Information about termination of dynamic purchasing system

IV.2.9. Information about termination of call for competition in the form of a prior information notice

Section V: Award of contract

Contract No: Vergabe-Nr. 2020/12

Title:

Rahmenvereinbarung Außenwerbung

A contract/lot is awarded: yes

V.2. Award of contract

V.2.1. Date of conclusion of the contract

16/02/2021

V.2.2. Information about tenders

Number of tenders received: 5

Number of tenders received from SMEs: 0

Number of tenders received from tenderers from other EU Member States: 0

Number of tenders received from tenderers from non-EU Member States: 0

Number of tenders received by electronic means: 5

The contract has been awarded to a group of economic operators: no

V.2.3. Name and address of the contractor

Official name: Ströer Deutsche Städte Medien GmbH

Town: Frankfurt

NUTS code: DE712 Frankfurt am Main, Kreisfreie Stadt

Country: Germany

The contractor is an SME: no

V.2.4. Information on value of the contract/lot

Initial estimated total value of the contract/lot: 1 200 000,00 EUR

Total value of the contract/lot: 1 200 000,00 EUR

V.2.5. Information about subcontracting

Section VI: Complementary information

VI.3. Additional information

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Vergabekammer des Bundes

Postal address: Villemombler Straße 76

Town: Bonn

Postal code: 53123

Country: Germany

Telephone: +49 4922-894990

Fax: +49 4922-89499163

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:

Unternehmen haben einen Anspruch auf Einhaltung der bieter- und bewerberschützenden Bestimmungen über das Vergabeverfahren gegenüber dem öffentlichen Auftraggeber.

Sieht sich ein am Auftrag interessiertes Unternehmen durch Nichtbeachtung von Vergabevorschriften in seinen Rechten verletzt, ist der Verstoß innerhalb einer Frist von 10 Kalendertagen gegenüber der Deutsches Weininstitut GmbH zu rügen (§ 160 Abs. 3 S. 1 Nr. 1 Gesetz gegen Wettbewerbs-beschränkungen (GWB)). Verstöße, die aufgrund der Bekanntmachung oder der Vergabeunterlagen erkennbar sind, müssen spätestens bis zu der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Bewerbung oder Angebotsabgabe gegenüber der Deutsches Weininstitut GmbH gerügt werden (§ 160 Abs. 3 S. 1 Nr. 2 und 3 GWB).

Teilt die Deutsches Weininstitut GmbH dem Unternehmen mit, seiner Rüge nicht abhelfen zu wollen, so besteht die Möglichkeit, innerhalb von 15 Tagen nach Eingang der Mitteilung einen Antrag auf Nachprüfung bei der Vergabekammer zu stellen (§ 160 Abs. 3 S. 1 Nr. 4 GWB).

Bieter, deren Angebote für den Zuschlag nicht berücksichtigt werden sollen, werden vor dem Zuschlag gemäß § 134 Abs. 1 GWB darüber informiert. Ein Vertrag darf erst 15 Kalendertage nach Absendung dieser Information durch die Deutsches Weininstitut GmbH geschlossen werden; bei Übermittlung per Fax oder auf elektronischem Wege beträgt diese Frist 10 Kalendertage. Sie beginnt am Tag nach Absendung der Information durch die Deutsches Weininstitut GmbH.

Ein Antrag auf Nachprüfung ist schriftlich an die Vergabekammern des Bundes beim Bundeskartellamt, Villemombler Straße 76, 53123 Bonn zu richten.

VI.5. Date of dispatch of this notice

01/03/2021