

Germany-Berlin: Advertising and marketing services

OJ S 110/2023 09/06/2023

Contract notice

Services

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: AOK-Bundesverband GbR

Postal address: Rosenthaler Str. 31

Town: Berlin

NUTS code: DE Deutschland

Postal code: 10178

Country: Germany

Contact person: Zentrale Vergabestelle

E-mail: vergabestelle@bv.aok.de

Internet address(es):

Main address: www.aok.de

I.2. Information about joint procurement

The contract is awarded by a central purchasing body

I.3. Communication

The procurement documents are available for unrestricted and full direct access, free of charge, at: <https://www.dtyp.de/Satellite/notice/CXP4YDK63HN/documents>

Additional information can be obtained from the abovementioned address

Tenders or requests to participate must be submitted electronically via: <https://www.dtyp.de/Satellite/notice/CXP4YDK63HN>

I.4. Type of the contracting authority

Other type: GbR

I.5. Main activity

Health

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement

II.1.1. Title

Vertrieblich orientiertes Jugendmarketing

Reference number: 2023-06-05-BV-CSC

II.1.2. Main CPV code

79340000 Advertising and marketing services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Vertrieblich orientiertes Jugendmarketing

II.1.5. Estimated total value

Value excluding VAT: 5 827 684,00 EUR

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.2. Description

II.2.2. Additional CPV code(s)

79413000 Marketing management consultancy services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DE Deutschland

II.2.4. Description of the procurement

Im Rahmen dieser Ausschreibung sucht der AOK-Bundesverband einen Dienstleister, der ihn in allen Fragen des Jugendmarketings berät. Darunter fällt die junge Zielgruppe zwischen 15 und 30 Jahren, wie z. B. Schülerinnen und Schüler, Studierende, Auszubildende und Young Professionals. Zu diesem Zweck beschafft und präsentiert der Dienstleister Untersuchungen, Studien und Analysen, die für die Werbeplanung, bezogen auf die junge Zielgruppe, notwendig sind und die Marktveränderungen aufgreifen. Er berät außerdem zu neuen, innovativen Werbeformen/-kanälen und relevanten Trends und Entwicklungen in der Markenführung.

Unter die strategische Beratung bezüglich der jungen Zielgruppe fällt außerdem:

- Durchführung eines strategischen Workshops mit der Auftraggeberin und ggf. den AOKs zur Feststellung des Optimierungspotenzials der bestehenden Konzeption und der Umsetzung sowie Festlegung und Kontrolle der Ziele des Jugendmarketings anhand von KPIs,
- Konzeption von Kommunikations-, Themen- und Werbestrategien zu Kampagnen und zur Erfüllung der festgelegten KPIs,
- Entwicklung und Konzeption von mindestens zwei bundesweiten Kampagnen zu strategisch hergeleiteten Themenschwerpunkten, mindestens zwei Vertriebs-Aktionen und Einzelmaßnahmen in Abstimmung mit der Auftraggeberin.

Die konzeptionelle Leistung für die Werbemaßnahmen enthält insbesondere die Ausarbeitung der Kommunikations- und Kanalstrategie, die Auswahl der Art der Werbemittel und -medien in Zusammenarbeit mit einer durch die Auftraggeberin beauftragten Mediaagentur.

Bei der konzeptionellen Überlegung des Jugendmarketings muss die Möglichkeit zur regionalen Verlängerung bzw. zur Regionalisierung bedacht werden, sodass die AOKs die Kommunikationsmaßnahmen für ihre regionalen Kanäle adaptieren oder in ihre eigenen Kampagnen einbauen können.

II.2.5. Award criteria

Price is not the only award criterion and all criteria are stated only in the procurement documents

II.2.6. Estimated value

II.2.7. Duration of the contract, framework agreement or dynamic purchasing system

Start: 01/01/2024 End: 31/12/2027

This contract is subject to renewal: no

II.2.9. Information about the limits on the number of candidates to be invited

Envisaged number of candidates: 3
Objective criteria for choosing the limited number of candidates:

Liegen Teilnahmeanträge von mehr als drei geeigneten Bewerbern vor, werden die drei Bewerber mit der höchsten Punktzahl aufgefordert, ein Angebot abzugeben und zu Verhandlungen zugelassen. Die einzelnen

Wertungskriterien für die Bewertung der Teilnahmeanträge sind in Anlage A4 der Vergabeunterlagen "Bewertungskriterien Teilnahmeanträge" aufgeführt.

a) Zur Bewertung der Referenzen:

1. Mit einem vergleichbaren Referenzprojekt für eine vertriebsorientierte Kampagne, das die Mindestanforderungen erfüllt, können max. acht Punkte erzielt werden.

2. Mit einem vergleichbaren Referenzprojekt für eine imageorientierte Kampagne, das die Mindestanforderungen erfüllt, können max. acht Punkte erzielt werden.

Dabei wird je Referenz der strategische Ansatz mit max. vier Punkte bewertet sowie die kreativen Umsetzung und Ergebnisse mit max. 4 Punkten. Es können damit für die Referenzen insgesamt max. 16 Punkte erzielt werden.

Hinweis: Sollte mehr als eine Referenz je Kampagnenart eingereicht werden, ergibt sich die Wertung aus dem Durchschnitt der je Referenz erzielten Punkte.

b) zur Bewertung des Kernteams:

Es sind vier Spezialisten (zuständiger Hauptansprechpartner, Teamleiter für Strategie; Teamleiter für Kreation, Social-Media-Experte) zu benennen. Je Spezialist können max. drei Punkte erzielt werden. Insgesamt können damit für das Kernteam max. 12 Punkte erzielt werden.

Zur Bewertung der Qualität der vier Spezialisten werden Punkte vergeben für folgenden Kriterien: ausgewiesene Erfahrung mit mind. drei größeren Marketingkampagnen; Erfahrung in Kampagnen/ Referenzkampagnen in der Zielgruppe 15 bis 30 Jahren; Erfahrung in Kampagnen/ Referenzkampagnen mit Vertriebsansatz (sowie für den Teamleiter Kreation und den Social-Media-Experten Erfahrung zusätzlich in Kampagnen/ Referenzkampagnen mit dem Inhalt Social Media).

II.2.10. Information about variants

Variants will be accepted: no

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: no

II.2.14. Additional information

Die Höchstsumme beträgt 6.993.220 EUR netto.

Section III: Legal, economic, financial and technical information

III.1. Conditions for participation

III.1.1. Suitability to pursue the professional activity, including requirements relating to enrolment on professional or trade registers

List and brief description of conditions:

(1) Sofern vorhanden oder zur Eintragung verpflichtet:

Aktueller Nachweis zur Eintragung in das einschlägige Berufs- oder Handelsregister des Niederlassungsstaats des Bieters/des Mitglieds der Bietergemeinschaft (nicht älter als 24 Monate vom Tag der Teilnahmefrist gerechnet). Bieter mit Firmensitz außerhalb Deutschlands haben den Nachweis der Eintragung in ein vergleichbares Register von Stellen des Herkunftslandes in deutscher beglaubigter Übersetzung einzureichen;

(2) Eigenerklärung, dass keiner der Ausschlussgründe der §§ 123, 124 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) vorliegt.

(3) Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von "Russlandsanktionen"

Der Bewerber erklärt, dass er nicht:

a) russische(r) Staatsangehörige(r), in Russland ansässige natürliche Person oder in Russland niedergelassene juristische Person, Organisation oder Einrichtung ist,

b) eine juristische Person, Organisation oder Einrichtung ist, deren Anteile zu über 50 % unmittelbar oder mittelbar von einer der unter Buchstabe a genannten Organisationen gehalten werden, oder

c) eine natürliche oder juristische Person, Organisation oder Einrichtung ist, die im Namen oder auf Anweisung einer der unter Buchstabe a oder b genannten Organisationen handelt,

d) Kapazitäten von Unterauftragnehmern, Lieferanten oder Unternehmen in Anspruch nimmt, auf die mehr als 10 % des Auftragswerts entfällt, soweit diese Unterauftragnehmer, Lieferanten oder Unternehmen ihrerseits unter Buchstabe a bis c fallen.

Es wird bestätigt und sichergestellt,

dass auch während der Vertragslaufzeit keine als Unterauftragnehmer, Lieferanten oder Unternehmen, deren Kapazitäten im Zusammenhang mit der Erbringung des Eignungsnachweises in Anspruch genommen werden, beteiligten Unternehmen eingesetzt werden, auf die mehr als 10 % des Auftragswerts entfällt, soweit diese Unterauftragnehmer, Lieferanten oder Unternehmen ihrerseits unter Buchstabe a bis c fallen.

Weiter erklärt der Bieter, dass er den jeweiligen Auftraggeberinnen in allen Gebietslosen, in denen ihm ggf. ein Auftrag erteilt wird, unverzüglich Mitteilung machen wird,

(1) sobald und soweit einer der vorstehend unter Buchstaben a) bis d) genannten Tatbestände aufgrund einer Änderung der Umstände nach Abgabe dieser Eigenerklärung auf ihn zutrifft und /oder,

(2) sobald und soweit er zukünftig von "Russlandsanktionen", insbesondere solchen nach der VO (EU) Nr. 833/2014 (auch in zukünftigen Fassungen), betroffen sein sollte.

(a) Hinweis Bietergemeinschaften:

Im Fall der Bildung einer Bietergemeinschaft sind die zuvor genannten Unterlagen von jedem Mitglied der Bietergemeinschaft einzureichen. Zusätzlich ist die Erklärung einer Bietergemeinschaft mit dem Angebot einzureichen.

(b) Hinweis Eignungsleihe:

Im Fall der Eignungsleihe ist die "Eigenerklärung, dass keiner der Ausschlussgründe der §§ 123, 124 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) vorliegt" für jedes Drittunternehmen zu erbringen. Zusätzlich sind folgende Unterlagen für jedes Drittunternehmen, dessen Kapazitäten der Bieter in Anspruch nimmt, mit dem Angebot einzureichen:

- Verzeichnis der einzusetzenden Dritt- und Unterauftragnehmer,
- Verpflichtungserklärung des benannten Dritt-/Unterauftragnehmers gegenüber dem Bieter .

(c) Hinweis Unterauftragnehmer:

Im Fall des Einsatzes von Unterauftragnehmern ist die "Eigenerklärung, dass keiner der Ausschlussgründe der §§ 123, 124 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) vorliegt" für jeden Unterauftragnehmer, dessen Kapazitäten der Bieter in Anspruch nimmt, einzureichen. Zusätzlich sind folgende Unterlagen je Unterauftragnehmer einzureichen:

- Verzeichnis der einzusetzenden Dritt- und Unterauftragnehmer,

- Verpflichtungserklärung des benannten Dritt-/Unterauftragnehmers gegenüber dem Bieter (Ist spätestens vor Zuschlagserteilung einzureichen!).

III.1.2. Economic and financial standing

List and brief description of selection criteria:

a) Betriebshaftpflichtversicherung:

Der Bewerber erklärt, dass er innerhalb von acht Wochen nach Zuschlagserteilung der Auftraggeberin die in §§ 21.1, 21.2 des Rahmenvertrages (Anlage B1 der Vergabeunterlagen) genannte Berufs- und/oder Betriebshaftpflichtversicherung oder eine vergleichbare

Versicherung aus einem Mitgliedsstaat der EU, welche mindestens die in § 20 des Rahmenvertrages (Anlage

B1 der Vergabeunterlagen) geregelten Haftungsrisiken abdeckt, nachweisen wird.

(a) Hinweis an Bewerbergemeinschaften: Im Fall der Bildung einer Bewerbergemeinschaft ist die Berufs und/

oder Betriebshaftpflichtversicherung von jedem Mitglied der Bewerbergemeinschaft nachzuweisen. Die

entsprechende Eigenerklärung (siehe Anlage A1 der Vergabeunterlagen) ist vom jeweiligen Mitglied der

Bewerbergemeinschaft mit dem Teilnahmeantrag einzureichen.

Minimum level(s) of standards possibly required:

Die Berufs- und/oder Betriebshaftpflichtversicherung muss mindestens die in § 20 des Rahmenvertrages

(Anlage B1 der Vergabeunterlagen) geregelten Haftungsrisiken abdecken.

III.1.3. Technical and professional ability

List and brief description of selection criteria:

a) Mitarbeiteranzahl:

Angabe der jeweiligen Unternehmensgröße hinsichtlich der Anzahl der festangestellten Mitarbeiter/-innen innerhalb der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre (2020-2022).

b) Referenzen:

Vorlage von prüfbaren Referenzen über Leistungen, die innerhalb der letzten drei Jahre erbracht wurden und die nach Art, Inhalt und Umfang mit dem Ausschreibungsgegenstand vergleichbar sind.

Es sind zwei Referenzprojekte für Kampagnen aus den letzten drei Jahren einzureichen.

Davon ist eine Referenz für eine vertriebsorientierte Kampagne einzureichen und eine Referenz für eine imageorientierte Kampagne. Es ist pro Referenz kurz, aber verständlich und nachvollziehbar die mit den Vergabeunterlagen veröffentlichte Vorlage auszufüllen.

Zusätzlich können für jede Referenz fünf bis zehn PPT-Charts oder fünf DIN A4-Seiten beigelegt werden, um in der Vorlage beschriebene Inhalte zu präzisieren und zu visualisieren. Bei noch laufenden Projekten ist ein Zwischenergebnis darzustellen.

c) Kernteam:

Angabe eines Kernteams (Projektteam) und Darstellung der fachlichen Qualifikation des Projektteams. Es ist zwingend ein Kernteam mit vier Spezialisten aus den Bereichen

Marketing/ Kommunikation/ Jugendmarketing namentlich zu benennen, davon der überwiegende Teil (mind. 3 von 4) festangestellt und sozialversicherungspflichtig beschäftigt angestellt, bestehend aus:

- dem leitenden Berater, der als Hauptansprechpartner und verantwortlicher Projektmanager festgelegt ist,
- dem leitenden Strategen,

- dem leitenden Kreativen,
- dem Social-Media-Experten.

Die Kompetenzen der benannten Spezialisten aus dem Kernteam sind anhand der mit den Vergabeunterlagen zur Verfügung gestellten Vorlagen nachzuweisen.

Minimum level(s) of standards possibly required:

a) Für die Mitarbeiteranzahl gilt folgende Mindestanforderung:

Der Bewerber/ die Bewerbungsgemeinschaft verfügte im Jahr 2022 über mindestens 18 festangestellte Mitarbeiter/-innen (in FTE).

b) Für die Referenzen gelten folgende Mindestanforderungen:

Es sind zwei Referenzprojekte für Kampagnen aus den letzten drei Jahren einzureichen.

Davon ist eine Referenz für eine vertriebslich-orientierte Kampagne einzureichen und eine Referenz für eine image-orientierte Kampagne.

1. Für die Referenz für eine vertriebslich-orientierte Kampagne gelten folgende Mindestanforderungen:

- Umsetzung der Kampagne innerhalb der letzten drei Jahre
- für Jugendliche zwischen 14 und 30 Jahren, spitzere Zielgruppendefinitionen innerhalb dieses Alterskorridors sind zulässig, wie z.B. 15-19 Jahren
- mit einem Budget (inkl. Fremdkosten/ Produktion und Mediabudget) von je mind. 360.000 Euro brutto und
- mit einem vertriebslichen orientierten Charakter, wie z.B. mit dem Ziel Absatz zu generieren und Neukundengewinnung und einer definierten Conversion
- Einsatz von verschiedenen Kommunikationskanälen, insbesondere SocialMedia
- Kampagnen, die primär oder ausschließlich auf Influencer setzen sind ausgeschlossen
- Ausgeschlossen sind außerdem reine Employerbranding/ Recruiting-Kampagnen und reine Aufklärungs-/ Informationskampagnen von öffentlichen Auftraggebern (Ämter, Behörden, NGOs, die sich an die breite Öffentlichkeit richten).

2. Für die Referenz für eine image-orientierte Kampagne gelten folgende Mindestanforderungen:

- Umsetzung der Kampagne innerhalb der letzten drei Jahre
- für Jugendliche zwischen 14 und 30 Jahren, spitzere Zielgruppendefinitionen innerhalb dieses Alterskorridors sind zulässig, wie z.B. 15-19 Jahren
- mit einem Budget (inkl. Fremdkosten/ Produktion und Mediabudget) von je mind. 360.000 EUR brutto und
- mit dem Ziel der Imagebildung und positiven Markenwahrnehmung mit dem Fokus auf Bewegtbild
- Einsatz von verschiedenen Kommunikationskanälen, insbesondere Social Media
- Kampagnen, die primär oder ausschließlich auf Influencer setzen sind ausgeschlossen
- Ausgeschlossen sind außerdem reine Employer Branding/ Recruiting-Kampagnen und reine Aufklärungs-/ Informationskampagnen von öffentlichen Auftraggebern (Ämter, Behörden, NGOs, die sich an die breite Öffentlichkeit richten).

Werden die Mindestanforderungen an die Referenzen nicht erfüllt, führt dies zum Ausschluss des Teilnahmeantrags.

Es sind je Referenz zwingend Angaben zum Auftraggeber, zum Ansprechpartner bzw. zur auskunftsfähigen Organisationseinheit, inkl. Telefonnummer, zur Zielgruppe sowie zum Zeitraum des Referenzprojekts, zu machen.

c) Für das Kernteam gelten folgende Mindestanforderungen:

Es ist ein Kernteam mit vier Spezialisten aus den Bereichen Marketing/ Kommunikation/ Jugendmarketing zu benennen, davon der überwiegende Teil (mind. 3 von 4) sozialversicherungspflichtig angestellt.

- Der leitende Berater, der als Hauptansprechpartner und verantwortlicher Projektmanager festgelegt ist, muss nachweislich als Projektmanager mindestens drei größere Projekte geleitet haben. Er hat darüber hinaus in mindestens einem der eingereichten Referenzprojekte als verantwortlicher Projektmanager agiert.
- Der leitende Strategie hat nachweislich bereits Erfahrungen mit mindestens drei größeren Projekten gesammelt.
- Der leitende Kreative hat nachweislich bereits Erfahrungen mit mindestens drei größeren Projekten gesammelt. Er hat darüber hinaus in mindestens einem der eingereichten Referenzprojekte als leitender Kreativer agiert.
- Der Social-Media-Experte hat nachweislich bereits Erfahrungen mit mindestens drei größeren Projekten gesammelt. Er hat darüber hinaus in mindestens einem der eingereichten Referenzprojekte agiert.

Werden die Mindestanforderungen an das zu benennende Kernteam nicht erfüllt, führt dies zum Ausschluss des Teilnahmeantrags.

(a) Hinweis an Bewerbergemeinschaften:

Die unter Ziffer III.1.3) genannten Eignungsnachweise können gemeinsam erbracht werden. Sie sind dabei jeweils auf den Leistungsteil zu beziehen, den das jeweilige Mitglied der Bewerbergemeinschaft übernommen hat.

(b) Hinweis zur Eignungsleihe:

Die unter Ziffer III.1.3) genannten Nachweise sind insoweit zu erbringen, wie sie für die Leistung des Unternehmens, auf dessen Kapazitäten sich der Bewerber beruft, relevant sind. Ein Bewerber kann die Kapazitäten anderer Unternehmen nur dann in Anspruch nehmen, wenn diese später die Leistung erbringen, für die diese Kapazitäten benötigt werden (vgl. § 47 Abs. 1 S. 3 VgV).

III.2. Conditions related to the contract

III.2.2. Contract performance conditions

Der unter III.1.2 genannte Versicherungsschutz ist bis zur Verjährung aller Mängelansprüche aus diesem Vertrag aufrechtzuerhalten.

III.2.3. Information about staff responsible for the performance of the contract

Obligation to indicate the names and professional qualifications of the staff assigned to performing the contract

Section IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Competitive procedure with negotiation

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

The procurement involves the establishment of a framework agreement

Framework agreement with a single operator

IV.1.4. Information about reduction of the number of solutions or tenders during negotiation or dialogue

Recourse to staged procedure to gradually reduce the number of solutions to be discussed or tenders to be negotiated

IV.1.5.

Information about negotiation

The contracting authority reserves the right to award the contract on the basis of the initial tenders without conducting negotiations

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.2.2. Time limit for receipt of tenders or requests to participate

Date: 07/07/2023 Local time: 10:00

IV.2.3. Estimated date of dispatch of invitations to tender or to participate to selected candidates

IV.2.4. Languages in which tenders or requests to participate may be submitted

German

IV.2.6. Minimum time frame during which the tenderer must maintain the tender

Tender must be valid until: 29/12/2023

Section VI: Complementary information

VI.1. Information about recurrence

This is a recurrent procurement: no

VI.2. Information about electronic workflows

Electronic invoicing will be accepted

VI.3. Additional information

Die angegebene Bindefrist bezieht sich auf die verbindlichen Angebote nach der letzten Verhandlungsrunde.

Bekanntmachungs-ID: CXP4YDK63HN

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Vergabekammer des Bundes beim Bundeskartellamt

Postal address: Villemombler Straße 76

Town: Bonn

Postal code: 53123

Country: Germany

Fax: +49 2289499163

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:

§ 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 zehn 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..."

VI.5. Date of dispatch of this notice

05/06/2023