

472912-2026 - Hange

Saksamaa – Reklaami- ja turundusteenused – Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“
OJ S 130/2026 09/07/2026
Hanketeade või kontsessiooniteade – üldkord - Paranduse teade
Teenused

1. Hankija

1.1. Hankija

Ametlik nimi: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

E-posti aadress: info@polaris.law

Hankija õiguslik vorm: Piirkondliku omavalitsuse kontrollitav riigi osalusega äriühing

Hankija tegevus: Vaba aeg, kultuur ja religioon

2. Menetlus

2.1. Menetlus

Pealkiri: Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Kirjeldus: Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Menetluse tunnus: 019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f

Sisemine tunnus: POL-2026-06-05-B

Menetluse liik: Väljakuulutamisega läbirääkimistega hankemenetlus / konkurentsipõhine läbirääkimistega hankemenetlus

Kiirendatud menetlus: ei

2.1.1. Eesmärk

Lepingu olemus: Teenused

Peamine liigitus (cpv): 79340000 Reklaami- ja turundusteenused

2.1.2. Lepingu täitmise koht

Postiaadress: Ostseeallee 19

Linn: Ostseebad Kühlungsborn

Sihtnumber: 18225

Riik – jaotus (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Riik: Saksamaa

2.1.3. Maksumus

Eeldatav maksumus käibemaksuta: 350 000,00 EUR

Raamlepingu maksimaalne maksumus: 350 000,00 EUR

2.1.4. Üldine teave

Õiguslik alus:

Direktiiv 2014/24/EL

vgv -

Kohaldatav piiriülene õigus: nicht einschlägig

2.1.6. Kõrvaldamise alused

5. Osa

5.1. Osa: LOT-0001

Pealkiri: Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH

Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Kirjeldus: 1. Zielsetzung Die Tourismus, Freizeit und Kultur GmbH Kühlungsborn (TFK)

beabsichtigt, eine externe Kreativagentur als Leadagentur für die strategische Weiterentwicklung der touristischen Marke Kühlungsborn zu beauftragen. Ziel ist die Entwicklung einer klaren, konsistenten und zukunftsfähigen Marken- und Kommunikationsstrategie sowie die Konzeption und Umsetzung einer integrierten, kanalübergreifenden Kampagne zur Stärkung der Markenbekanntheit und Markenpositionierung. Die Zusammenarbeit erfolgt im Rahmen eines mehrjährigen Rahmenvertrages mit projektbezogenen Einzelabrufen. Die Vergütung richtet sich nach den im Preisblatt angegebenen und bezuschlagten Preisen. Der Leistungsbedarf verteilt sich über die gesamte Vertragslaufzeit von drei Jahren. Im ersten Vertragsjahr liegt der Schwerpunkt auf strategischen und konzeptionellen Leistungen sowie der Entwicklung zentraler Kampagnenansätze. In den Folgejahren erfolgt die Umsetzung, Weiterentwicklung und Anpassung der erarbeiteten Maßnahmen. 2. Kommunikationsziele Ziel der Beauftragung ist die Entwicklung einer konsistenten, hochwertigen und differenzierenden Markenkommunikation für die Destination Kühlungsborn. Die Kommunikation soll Kühlungsborn als moderne, hochwertige und emotional aufgeladene Urlaubsdestination positionieren und die Markenbekanntheit in relevanten nationalen und internationalen Märkten nachhaltig stärken. Im Fokus steht die zielgerichtete Ansprache zentraler Zielgruppen, insbesondere anspruchsvoller Urlaubsgäste, Best Ager, Familien sowie urbaner Kurzurlauber. Darüber hinaus sollen zusätzliche Potenziale in den Bereichen Bleisure, Tagungen und Corporate Events erschlossen werden. Die Kommunikationsstrategie soll eine klare Positionierung im Wettbewerbsumfeld ermöglichen, ein einheitliches Markenbild sicherstellen und die Grundlage für eine langfristig wirksame, kanalübergreifende Kampagnenführung bilden. 3. Nachgefragte Leistungen; Leistungsbereiche Die nachgefragten Leistungen werden zum Teil fest beauftragt (vgl 3.1 bis 3.6). Darüber hinaus wird eine Rahmenvereinbarung zum Abruf von Einzelaufträgen ausgeschrieben (vgl 3.7 bis 3.9). Für alle Leistungen (3.1 bis 3.9) gelten die Maßgaben in 3.10. 3.1. Strategische Analyse und Markenentwicklung 3.2. Entwicklung einer Marken- und Kampagnenstrategie 3.3. Corporate Design der Marke Kühlungsborn 3.4. Kreative Kampagnenentwicklung 3.5. Entwicklung einer Bildwelt 3.6. Social-Media-Konzeption 3.7. Konzeption und Produktion von Werbemitteln 3.8. Reinzeichnung und Assetbereitstellung 3.9. Konzeption von Veranstaltungen, Messeauftritten und Marktforschungsmaßnahmen 3.10. Projektmanagement und Abstimmung 4. Ausführungszeiträume Mit den mit dem Zuschlag fest beauftragten Leistungen (vgl 3.1 bis 3.6) soll unmittelbar nach Beauftragung begonnen werden. 5. Rahmenvereinbarung Für die im Wege der Rahmenvereinbarung zu vergebenden Leistungen (vgl 3.7 bis 3.9) gilt: Der Auftraggeber beabsichtigt, mit maximal einem Wirtschaftsteilnehmer eine Rahmenvereinbarung abzuschließen. Ob, wann und in welchem Umfang diese Leistungen abgerufen werden, lässt sich zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses und aufgrund der Natur der Sache nicht zuverlässig prog-nostizieren. Für die Planung und Budgetierung inkl. Agenturhonorar wie folgt veranschlagt — Budget im ersten Vertragsjahr (netto): ca 100.000 € bis 150.000 € — Budget im zweiten Vertragsjahr (netto): ca 100.000 € — Budget im dritten

Vertragsjahr (netto): ca 100.000 € Der angegebenen Höchstwerte stellen keine Abnahmeverpflichtung des Auftraggebers dar, sondern dienen ausschließlich der vergaberechtlich erforderlichen Begrenzung des Rahmenvertrages. Die Leistung des Auftragnehmers wird durch den Auftraggeber in Form von Einzelaufträgen abgerufen. Für jeden Einzelauftrag ist die vorliegende Rahmenvereinbarung zugrunde zu legen. Die Bedingungen gelten auch dann, wenn im Einzelauftrag nicht ausdrücklich darauf Bezug genommen wird. Bei der Vergabe der auf dieser Rahmenvereinbarung beruhenden Einzelaufträge dürfen keine substanziellen Änderungen an den Bedingungen der Rahmenvereinbarung vorgenommen werden. Der Auftragnehmer hat keinen Anspruch auf Erteilung bestimmter Aufträge oder einer bestimmten Anzahl von Aufträgen. Es besteht keine Abnahmeverpflichtung seitens des Auftraggebers.

Sisemine tunnus: LOT-0001

5.1.1. Eesmärk

Lepingu olemus: Teenused

Peamine liigitus (cpv): 79340000 Reklaami- ja turundusteenused

5.1.2. Lepingu täitmise koht

Postiaadress: Ostseeallee 19

Linn: Ostseebad Kühlungsborn

Sihtnumber: 18225

Riik – jaotus (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Riik: Saksamaa

5.1.3. Eeldatav kestus

Kestus: 3 Aastad

5.1.5. Maksumus

Eeldatav maksumus käibemaksuta: 350 000,00 EUR

Raamlepingu maksimaalne maksumus: 350 000,00 EUR

5.1.6. Üldine teave

Reserveeritud osalemine:

Osalemine ei ole reserveeritud.

Tuleb esitada lepingu täitmiseks määratud töötajate nimed ja nende kutsekvalifikatsioonid:

Osalemistaotluse tingimus

Hankeprojekt, mida ei rahastata ELi vahenditest

Hanke suhtes kohaldatakse riigihankelepingut (GPA): ei

See hange sobib ka väikestele ja keskmise suurusega ettevõtjatele (VKEd): ei

5.1.7. Strateegilised hanked

Strateegilise hanke eesmärk: Ei kohaldata strateegilist hanget

5.1.9. Kvalifitseerimistingimused

Valikukriteeriumide allikad: Teade

Kriteerium: Asjakohased haridus- ja kutsekvalifikatsioonid

Valikukriteeriumi kirjeldus: Es sind die Mitglieder des Projektteams namentlich zu benennen.

Sie haben folgende Qualifikationen aufzuweisen: • 1 Projektleitung mit mind. 5 Jahre

Berufserfahrung • 1 Strategieberater/in • 1 Kreativleitung / Art Direction • 1 Text / Konzeption •

1 Digital-/Online-Experte/in (Mindestanforderungen = K.O.-Kriterium)

Kriteerium: Asjakohased haridus- ja kutsekvalifikatsioonid

Valikukriteeriumi kirjeldus: Weitere Qualifikationen Wünschenswert (aber nicht Mindestvoraussetzungen) sind besondere Qualifikationen des eingesetzten Personals, so insbesondere in den Bereichen • Digital-Marketing • UX (User Experience) • AI (Artificial Intelligence) • Marktforschung Diese Zusatzqualifikationen sind Auswahlkriterien gemäß Anlage A 3. Auswahlkriterien Teilnahmewettbewerb).

Kriteeriume kasutatakse menetluse teise etapi kutsutavate taotlejate väljavalimiseks

Kriteerium: Viited määratud teenustele

Valikukriteeriumi kirjeldus: Anzugeben ist durch Eigenerklärung eine Liste geeigneter unternehmensbezogener Referenzen über die erbrachten Leistungen vergleichbarer Art mit Angabe der in dem Referenzbogen benannten Angaben. Unternehmensbezogene Referenzen sind solche, die dem Bewerber (sei er Einzelunternehmer, GmbH usw.) zuzuordnen sind, gleich welcher Architekt/Ingenieur persönlich in die damalige Auftragsausführung involviert war. Verlangt werden drei Kategorien von Referenzen als Mindestkriterium (sogleich unter 1. bis 3.): — Referenzen Typ A: Strategische Marken- und Kommunikationsentwicklung (vgl 1) — Referenzen Typ B: Corporate Design und Markenführung (vgl 2) — Referenzen Typ C: Integrierte Kampagnen (vgl 3) Zur Wertbarkeit der Referenzen (sowohl als Mindestanforderung als auch im Rahmen der Auswahlkriterien, vgl Anlage A 3. Auswahlkriterien Teilnahmewettbewerb): Referenzen, die die Anforderungen mehrerer oder aller Kategorien der Referenzen (also A+B, A+C, B+C oder A+B+C) — „Referenz A“ und — „Referenz B“ abdecken, werden in jeder Kategorie gewertet, deren Voraussetzungen sie erfüllen. Die Anzahl der in der jeweiligen Kategorie (A, B und C) wertbaren Referenzen ist Auswahlkriterium gemäß Anlage A 3. Auswahlkriterien Teilnahmewettbewerb). Zeitraum: Die Referenz-Leistungen müssen nach dem 30.06.2021 erbracht worden sein. Die Lead-Idee muss abgeschlossen und die Kampagne mindestens 1 Jahr on air sein. Je Referenz sind anzugeben: • Auftraggeber (inkl. Ansprechpartner) • Leistungszeitraum • Detaillierte Beschreibung der erbrachten Leistungen • Projektvolumen (netto) • Eigener Leistungsanteil 1. Referenz Typ A: Strategische Marken- und Kommunikationsentwicklung Die Referenzen sollen Leistungen betreffen, die die folgenden Kriterien kumulativ erfüllen: • Entwicklung einer übergeordneten Marken- und/oder Kommunikationsstrategie • Auftraggeber: öffentlicher Auftraggeber oder Unternehmen aus Tourismus oder vergleichbaren Branchen • Leistungsinhalte: mindestens zwei der folgenden: o Markenstrategie / Positionierung o Zielgruppenanalyse o Kampagnenkonzeption o Markenarchitektur • Projektvolumen für diese Leistungen: mindestens 50.000 € netto Mindestanforderung: mindestens fünf Referenzen 2. Referenz Typ B: Corporate Design und Markenführung Die Referenzen sollen Leistungen betreffen, die die folgenden Kriterien kumulativ erfüllen: • Entwicklung oder umfassende Weiterentwicklung eines Corporate Designs • Erstellung von Gestaltungsrichtlinien (CD-Manual) • Anwendung des CD in mindestens zwei Kommunikationskanälen • Projektvolumen für diese Leistungen: mindestens 50.000 € netto Mindestanforderung: mindestens vier Referenzen 3. Referenz Typ C: Integrierte Kampagnen Diese Referenzen sollen Leistungen betreffen, die folgende Kriterien kumulativ erfüllen: • Konzeption und Umsetzung von kanalübergreifenden Kommunikationskampagnen • Nutzung von mindestens drei Kanälen (z. B. Print, Online, Social Media, Out-of-Home) • Projektvolumen für diese Leistungen: mindestens 50.000 € netto Mindestanforderungen: mindestens fünf Referenzen

++++
++++
Wertungspunkte für die Anzahl der Referenzen: Es werden unterschiedlich viele Bewertungspunkte in Abhängigkeit von der Anzahl der Referenzen des jeweiligen Typs (A, B oder C) vergeben. Zusätzliche Wertungspunkte: Zudem werden zusätzliche Wertungspunkte

(„Zusatzpunkte“) für Referenzen aller drei Typen vergeben, wenn gewisse Anforderungen erfüllt werden. Die Punktvergabe erfolgt im Einzelnen wie folgt:

1. Unternehmensbezogene Referenz Typ A: 10 Referenzen Typ A = 80 Bewertungspunkte; 8 Referenzen Typ A = 60 Bewertungspunkte; 6 Referenzen Typ A = 40 Bewertungspunkte.
2. Unternehmensbezogene Referenz Typ B: 9 Referenzen Typ B = 80 Bewertungspunkte; 7 Referenzen Typ B = 60 Bewertungspunkte; 5 Referenzen Typ B = 40 Bewertungspunkte.
3. Unternehmensbezogene Referenz Typ C: 10 Referenzen Typ C = 80 Bewertungspunkte; 8 Referenzen Typ C = 60 Bewertungspunkte; 6 Referenzen Typ C = 40 Bewertungspunkte.
4. Zusätzliche Wertungspunkte („Zusatzpunkte“): Zusätzliche Wertungspunkte werden vergeben für:
 - Referenzen im Tourismusmarketing
 - strategische Tiefe
 - Innovationsgrad
 - Übertragbarkeit auf Kühlungsborn
 - Kreative Qualität

Bewertungsmaßstab: Die Referenz erfüllt die genannten Kriterien: 4 Punkte: sehr gut; 3 Punkte: gut; 2 Punkte: mit Abstrichen; 1 Punkt: genügend; 0 Punkte: nicht.

Kriteeriume kasutatakse menetluse teise etapi kutsutavate taotlejate väljavalimiseks

Kriteerium: Spetsiifiline keskmise aastane käive

Valikukriteeriumi kirjeldus: Durchschnittlicher Mindestjahresumsatz mit vergleichbaren Leistungen: Anzugeben ist der Jahresumsatz (netto, in EUR) mit vergleichbaren Leistungen (nicht den Gesamtumsatz des Unternehmens) der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre (2023 bis 2025).

Teave kaheetapilise menetluse teise etapi kohta:

Menetluse teise etapi kutsutavate taotlejate miinimumarv: 3

Menetluse teise etapi kutsutavate taotlejate maksimumarv: 3

Menetlus toimub järjestikuste etappidena. Igas etapis võidakse mõni osaleja kõrvaldada. Hankija jätab endale õiguse sõlmida leping esialgsete pakumuste alusel ilma edasiste läbirääkimisteta.

5.1.10. Pakkumuste hindamise kriteeriumid

Kriteerium:

Liik: Kvaliteet

Nimi: Bewertung des Konzepts

Kirjeldus: Konzept - Bewertet wird die Darstellung folgender Inhalte:

- Konzeptskizze / strategischer Ansatz 15 % (Themen: 1. Nachvollziehbarkeit der Herleitung der Strategie, 2. Stringenz und Logik des konzeptionellen Ansatzes, 3. Zielgruppenbezug und Passfähigkeit, 4. Konsistenz zwischen Strategie und Maßnahmen) - Methodik / Vorgehen / Timing 6 % (Themen: 1. Struktur und Nachvollziehbarkeit des Vorgehens, 2. Realistische Zeit- und Ablaufplanung, 3. Praktische Umsetzbarkeit des Konzepts) - Kreativität / Leitidee 15 % (Themen: 1. Originalität und Eigenständigkeit der Leitidee, 2. gestalterische Qualität der Ansätze, 3. Wiedererkennbarkeit und Differenzierung) - Strategische Qualität 12 % (Themen: 1. inhaltliche Tiefe der Strategie, 2. Passfähigkeit zur Markenpositionierung, 3. langfristige Tragfähigkeit der Ansätze) - Passfähigkeit zur Marke Kühlungsborn 6 % (Themen: 1. Bezug zur Marke und Zielgruppen, 2. Authentizität und Glaubwürdigkeit, 3. Übereinstimmung mit den Zielen der TFK) - Präsentation des Projektteams 6 % (maßgeblich: 1. Verständlichkeit und Struktur der Präsentation, 2. Qualität der Darstellung, 3. Zusammenspiel und Auftreten des Teams)

Bewertungsmaßstab: Die Bewertung der einzelnen Unterkriterien der Präsentation erfolgt nach den folgenden Maßstäben:

- 4 Punkte: Es erfolgt eine Darstellung, diese ist in der Präsentation sehr gut strukturiert und inhaltlich vollständig nachvollziehbar, so dass anzunehmen ist, dass die angebotenen Leistungen den Ansprüchen sehr gut gerecht werden.
- 3 Punkte: Es erfolgt eine Darstellung, diese ist in der Präsentation gut strukturiert und weitgehend vollständig nachvollziehbar, so dass anzunehmen ist, dass die angebotenen

Leistungen den Ansprüchen gut gerecht werden. 2 Punkte: Es erfolgt eine Darstellung, diese ist jedoch in der Präsentation mit Ab-strichen strukturiert und inhaltlich weitgehend nachvollziehbar, so dass anzunehmen ist, dass die angebotenen Leistungen den Ansprüchen weitgehend gerecht werden. 1 Punkte: Es erfolgt eine Darstellung, diese ist jedoch in der Präsentation ungenügend strukturiert und inhaltlich nicht nachvollziehbar, so dass Zweifel bestehen, ob die angebotenen Leistungen den Ansprüchen gerecht werden. 0 Punkt: Es erfolgt keine Darstellung.

Hindamise kaalukriteeriumi kategooria: Kaal (protsentides, täpne)

Hindamiskriteerium – arv: 60

Kriteerium:

Liik: Hind

Nimi: Preis

Kirjeldus: Beim Angebotspreis werden folgende Preisbestandteile gesondert wie folgt

gewertet: 1. Summe der Pauschalen der fest beauftragten Leistungen gemäß Anlage B 1.

Leistungsbeschreibung Nrn. 3.1 bis 3.6, Preisblatt Nrn. 1 bis 3; Gewichtung 20 % 2. Summe der Tagessätze der Leistungen der Rahmenvereinbarung gemäß Anlage B 1.

Leistungsbeschreibung Nrn. 3.7 bis 3.9, Preisblatt Nrn. 4 bis 9; Gewichtung 10 % 3. Summe der Pauschalen der Leistungen der Rahmenvereinbarung gemäß Anlage B 1.

Leistungsbeschreibung Nrn. 3.7 bis 3.9, Preisblatt Nrn. 10 bis 15; Gewichtung 10 % Je Preisbestandteil wird der Quotient aus dem günstigsten und dem zu bewertenden Angebot gebildet und mit 100 multipliziert. Anschließend wird das Ergebnis auf die Gewichtung berechnet. Formel: Preispunkte = günstigster Angebotspreis geteilt durch zu bewertenden Preis multipliziert mit 100 multipliziert mit der Gewichtung in %.

Hindamise kaalukriteeriumi kategooria: Kaal (protsentides, täpne)

Hindamiskriteerium – arv: 40

5.1.11. Hankedokumendid

Keeled, milles hankedokumendid on ametlikult kättesaadavad: saksa keel

Hankedokumentide aadress: <https://www.evergabe.de/unterlagen/019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f/zustellweg-auswaehlen>

5.1.12. Hanke tingimused

Menetluse tingimused:

Eeldatav kuupäev, millal saadetakse pakkumuste esitamise ettepanek: 16/07/2026

Esitamise tingimused:

Elektrooniline esitamine: Lubatud

Esitamise aadress: <https://www.evergabe.de/unterlagen/019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f/zustellweg-auswaehlen>

Kirjeldus: nur elektronische Einzureichung

Keeled, milles võib pakkumusi või osalemistaotlusi esitada: saksa keel

Elektrooniline kataloog: Ei ole lubatud

Variandid: Ei ole lubatud

Pakkujad võivad esitada rohkem kui ühe pakkumuse: Ei ole lubatud

Osalemistaotluste esitamise tähtaeg: 10/07/2026 23:59:00 (UTC+02:00) Ida-Euroopa aeg, Kesk-Euroopa suveaeg

Teave, mida saab pärast esitamise tähtaega täiendada:

Ostja äranägemisel võib kõik puuduvad pakkujaga seotud dokumendid esitada hiljem.

Lisateave: es gilt § 56 Abs 2, 3 VgV

Lepingutingimused:

Lepingu täitmine peab toimuma kaitstud tööhõive programmide raames: Ei

Vajalik on konfidentsiaalsuskokkulepe: ei
E-arveldamine: Lubatud
Kasutatakse elektroonilisi tellimusi: jah
Kasutatakse elektroonilisi makseid: jah

5.1.15. Vahendid

Raamleping:

Raamleping ilmaminikonkursita
Osalejate maksimaalne arv: 3

Teave d naamilise hankes steemi kohta:

Ei kohaldata d naamilist hankes steemi

5.1.16. Lisateave, lepitus ja vaidlustus

Vaidlustusorgan: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Teave vaidlustamise t htaegade kohta: Es gelten die Bestimmungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB). Hinsichtlich der Einleitung von Nachprüfungsverfahren wird auf   160 GWB verwiesen. Dieser lautet: (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 zehn Kalendertagen gerügt hat; 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. Hinsichtlich der Information nicht berücksichtigter Bieter und Bewerber gelten die    134, 135 GWB. Insbesondere gilt: Bieter deren Angebote für den Zuschlag nicht berücksichtigt werden sollen, werden vor dem Zuschlag gemäß   134 GWB darüber informiert. Das 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. Ein Vertrag darf erst 15 Kalendertage nach Absendung dieser Information durch den Auftraggeber geschlossen werden; bei Übermittlung per Telefax oder auf elektronischem Wege beträgt diese Frist 10 Kalendertage.

Organisatsioon, mis annab lisateavet hankemenetluse kohta: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Hankedokumentidele internetiv list juurdep  su pakkuv organisatsioon: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Organisatsioon, mis annab lisateavet vaidlustamise kohta: Vergabekammern bei dem Ministerium f r Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

8. Organisatsioonid

8.1. ORG-0001

Ametlik nimi: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Registreerimisnumber: USt-ID. DE321701079

Postiaadress: Ostseeallee 19

Linn: Ostseebad Kühlungsborn

Sihtnumber: 18225

Riik – jaotus (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Riik: Saksamaa

Kontaktpunkt: POLARIS Rechtsanwälte Rode Schulz und Partner mbB

E-posti aadress: info@polaris.law

Telefon: +49381491440

Internetiaadress: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>

Hankija profiil: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>

Selle organisatsiooni rollid:

Hankija

Organisatsioon, mis annab lisateavet hankemenetluse kohta

Hankedokumentidele internetiväliselt juurdepääsu pakkuv organisatsioon

8.1. ORG-0002

Ametlik nimi: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Registreerimisnumber: VKMV-13-L50010000000-78

Postiaadress: Johannes-Stelling-Str. 14

Linn: Schwerin

Sihtnumber: 19053

Riik – jaotus (NUTS): Schwerin, Kreisfreie Stadt (DE804)

Riik: Saksamaa

E-posti aadress: vergabekammer@wm.mv-regierung.de

Telefon: +4938558815164

Internetiaadress: <https://www.regierung-mv.de/Landesregierung/wm/Das-Ministerium/Vergabekammern/>

Selle organisatsiooni rollid:

Vaidlustusorgan

Organisatsioon, mis annab lisateavet vaidlustamise kohta

8.1. ORG-0003

Ametlik nimi: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

Registreerimisnumber: 0204:994-DOEVD-83

Linn: Bonn

Sihtnumber: 53119

Riik – jaotus (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

Riik: Saksamaa

E-posti aadress: noreply.esender_hub@bescha.bund.de

Telefon: +49228996100

Selle organisatsiooni rollid:

TED eSender

10. Muudatus

Eelmise teate versioon, mida muudetakse

:

019e97d0-6ad7-4ac2-b414-918c4f528f31-01

Muudatuse peamine põhjus

:

Hankija vea parandamine

Kirjeldus

:

Die Teilnahmefrist wird verlängert, da eine Vielzahl von Bieterfragen eingegangen sind. Neue Teilnahmefrist: 10.07.2026 um 23:59 Uhr.

10.1. Muudatus

Punkti tunnus: LOT-0001

Teave teate kohta

Teate tunnus/versioon: 019f1d0c-af68-4656-830d-682d4aaa8dfe - 01

Vormi liik: Hange

Teate liik: Hanketeade või kontsessiooniteade – üldkord

Teate alaliik: 16

Teate saatmise kuupäev: 07/07/2026 20:50:32 (UTC+02:00) Ida-Euroopa aeg, Kesk-Euroopa suveaeg

Keeled, milles käesolev teade on ametlikult kättesaadav: saksa keel

Teate avaldamise number: 472912-2026

ELT S väljaande number: 130/2026

Avaldamise kuupäev: 09/07/2026