

579740-2026 - Kilpailu

Saksa – Mainonta- ja markkinointipalvelut – Leadagentur Social Media

OJ S 161/2026 21/08/2026

Hankintailmoitus tai käyttöoikeussopimusta koskeva ilmoitus – vakiojärjestelmä
Palvelut

1. Ostaja

1.1. Ostaja

Virallinen nimi: Hamburg Tourismus GmbH

Sähköposti: ausschreibung@marketing.hamburg.de

Ostajan oikeudellinen muoto: Julkinen yritys

Pääasiallinen toimiala: Talous- ja elinkeinoelämään liittyvät asiat

2. Menettely

2.1. Menettely

Ilmoituksen nimi: Leadagentur Social Media

Kuvaus: Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) beabsichtigt, eine Rahmenvereinbarung mit einer Leadagentur Social Media abzuschließen. Gesucht wird eine strategisch beratende, konzeptionell starke und zugleich operativ leistungsfähige Partnerin, die gemeinsam mit der HHT die Social-Media-Aktivitäten langfristig weiterentwickelt, vorausschauend plant und definierte Leistungen bedarfsbezogen umsetzt. Im Mittelpunkt stehen die social-native Übersetzung der Leitidee "Elbphoria" als inhaltlicher und kreativer Rahmen für Social Media sowie der Aufbau beziehungsweise die Weiterentwicklung von Instagram als touristischem Hauptkanal. Es soll eine konsistente Plattform-, Kanal-, Content- und Aktivierungsstrategie entwickelt werden, die insbesondere auf das Wachstum der touristisch relevanten Followerschaft in den nationalen und internationalen Nahmärkten einzahlt. Das Leistungsbild umfasst Strategie und Beratung, Format- und Content-Konzeption mit besonderem Fokus auf Video, redaktionelle Planung und Produktion, Community- und Creator-Management, Trend- und Plattformbeobachtung, Monitoring und Analyse sowie die Konzeption und Umsetzung organischer und werblicher Social-Media-Maßnahmen. Die Hamburg Marketing GmbH (HMG) kann analog zur HHT auf die o.g. Leistungen der Rahmenvereinbarung zugreifen.

Menettelyn tunniste: c6b17f41-31dd-42d5-8aa9-c58c045c1a1e

Sisäinen tunniste: HHT-SOME-20260901

Menettelyn tyyppi: Tarjouskilpailukutsun julkaisemisen jälkeinen neuvottelumenettely / tarjousperusteinen neuvottelumenettely

Käytetään nopeutettua menettelyä: ei

2.1.1. Tarkoitus

Pääasiallinen hankintalaji: Palvelut

Pääasiallinen luokitus (cpv): 79340000 Mainonta- ja markkinointipalvelut

2.1.2. Suorituspaikka

Missä tahansa

2.1.3. Arvo

Ennakoitu arvo ilman arvonlisäveroa: 1 000 000,00 EUR

2.1.4. Yleistä tietoa

Lisätiedot: #Bekanntmachungs-ID: CXP4YNSMUZK#

Oikeusperusta:

Direktiivi 2014/24/EU

vgv -

2.1.6. Poissulkemisperusteet

Poissulkemisperusteiden ilmoittamispaikka: Hankinta-asiakirja

5. Osa

5.1. Osa: LOT-0001

Ilmoituksen nimi: Leadagentur Social Media

Kuvas: Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) beabsichtigt, eine Rahmenvereinbarung mit einer Leadagentur Social Media abzuschließen. Gesucht wird eine strategisch beratende, konzeptionell starke und zugleich operativ leistungsfähige Partnerin, die gemeinsam mit der HHT die Social-Media-Aktivitäten langfristig weiterentwickelt, vorausschauend plant und definierte Leistungen bedarfsbezogen umsetzt. Die übergeordnete Marke ist die Marke Hamburg. Das Brand Book Hamburg bildet die verbindliche strategische und gestalterische Grundlage. Innerhalb dieses Markenrahmens ist "Elbphoria" die langfristige Leitidee der HHT für die touristische Kommunikation. Elbphoria meint dabei das einzigartige Hamburggefühl, das Menschen fühlen, wenn Sie Hamburg erleben. Damit definiert die Leitidee den inhaltlichen und kreativen Rahmen für die Kommunikation der HHT. Die Leadagentur soll diese Leitidee gemeinsam mit der HHT social-native übersetzen und daraus eine konsistente Plattform-, Kanal-, Content- und Aktivierungslogik für Social Media entwickeln. Die Leitidee wird in Phase 2 der Ausschreibung in der Leistungsbeschreibung näher erläutert. Im Mittelpunkt steht der strategische Aufbau beziehungsweise die Weiterentwicklung eines touristischen Hauptkanals auf Instagram. Gemeinsam mit der HHT ist zu prüfen, ob der bestehende Kanal neu ausgerichtet werden soll oder ob der Aufbau eines neuen Kanals zielführender ist. Ziel ist ein einheitlicher, wiedererkennbarer und wachstumsorientierter Social-Media-Auftritt, der mit der Marke Hamburg, der Leitidee Elbphoria und den Unternehmenszielen der HHT übereinstimmt und insbesondere die touristisch relevante Followerschaft in den nationalen und internationalen Nahmärkten ausbaut. Facebook soll künftig nur noch mitbespielt werden und der Einsatz von TikTok soll zu einem späteren Zeitpunkt geprüft werden. Weitere Plattformen wie YouTube sind nach ihrer Zielgruppenrelevanz, ihrer Funktion innerhalb der Customer Journey und ihrem langfristigen Potenzial gemeinsam zu bewerten und gegebenenfalls entsprechend umzusetzen. Die Kanalstrategie ist entlang des Funnels auszurichten: von Awareness, Familiarity und Consideration über Active Evaluation und Conversion/Abverkauf bis zu Post Booking/Pre-Trip, On-Trip/In Destination Sales sowie Loyalty/Sharing/Re-Activation. Die Leadagentur soll für die Phasen die passenden Rollen der Kanäle, Inhalte, Formate und KPIs ableiten und zu einem konsistenten Gesamtsystem verbinden. Fokus des Instagram Kanals liegt auf dem Upper- bis Mid Funnel. Die HHT agiert darüber hinaus als Reiseveranstalterin und vertreibt mit der Hamburg CARD ein eigenes Produkt, das mit Pauschalreisepaketen, Tickets und Gutscheinen kombiniert werden kann. Diese Angebote sollen dort in die Social-Media-Logik eingebunden werden, wo sie Nutzer:innen sinnvoll zum nächsten Schritt im Funnel führen. Hierbei ist wichtig, dass dies in einer authentischen Kanalerzählweise für eine Social Media Nutzerschaft stattfinden soll. Das Leistungsbild der Leadagentur umfasst den gesamten fachlichen Bogen von Strategie und Beratung über Konzeption, redaktionelle Planung und social-native Content-Produktion mit einem besonderen Fokus auf Video bis hin zu Community Management, Creator-Management,

Trend- und Plattformbeobachtung, Monitoring, Analyse und kontinuierlicher Optimierung. Dazu gehört auch die Konzeption und Umsetzung organischer und werblicher Social-Media-Maßnahmen sowie die Zusammenarbeit mit Creator:innen und gegebenenfalls weiteren spezialisierten Dienstleister:innen. Die Agentur soll gemeinsam mit der HHT langfristig tragfähige, wiederkehrende und skalierbare Formate entwickeln, die je nach Vereinbarung durch die HHT, die Agentur oder gemeinsam umgesetzt werden können. Neben planbaren Jahres-, Themen- und Kampagnenmaßnahmen muss die Agentur bei Bedarf in der Lage sein, kurzfristig auf relevante Trends, aktuelle Anlässe oder Veranstaltungen zu reagieren. Dies kann beispielsweise die kurzfristige Begleitung eines Events in Hamburg, die Produktion von Foto- oder Video-Content sowie dessen zeitnahe Bearbeitung, Adaption und Veröffentlichung auf den vereinbarten Kanälen umfassen. Der konkrete Umfang der (operativen) Unterstützung, des Community Managements und der Veröffentlichungsleistungen wird jeweils mit dem Einzelabruf festgelegt. Denkbar wären auch Media-Buchungen - dies ist keine Voraussetzung für die Ausschreibung, kann aber einen Vorteil bedeuten. Vorrangig soll die Agentur die HHT allerdings in der Strategie- und Kampagnenarbeit unterstützen. Die strategische und redaktionelle Letztentscheidung sowie die Kontrolle über die Social-Media-Accounts verbleiben bei der HHT. Die Hamburg Marketing GmbH (HMG) kann analog zur HHT auf die o.g. Leistungen der Rahmenvereinbarung zugreifen. Umfang der Auftragsvergabe: Die HHT und die HMG können aus diesem Rahmenvertrag bei der zuschlagerhaltenden Bieter:in einzelne Aufträge bis zu einem Gesamtbudget in Höhe von ca. 1.000.000 EUR zzgl. UmSt. abrufen. Der maximale Auftragswert umfasst sämtliche über die Rahmenvereinbarung beauftragten Agentur-, Produktions-, Creator-, Rechte-, Lizenz-, Tool- und sonstigen Fremdkosten, soweit sie über die Rahmenvereinbarung abgerechnet werden. Von dem zuvor genannten Gesamtbudget werden 5 % als Mindestbudget definiert, welches die HHT/ HMG garantiert während der Vertragslaufzeit abrufen wird. Ein Anspruch auf Abruf über das Mindestbudget hinaus besteht nicht. Anmerkung: Da die Social Media Kanäle grundsätzlich überarbeitet werden sollen, wird die HHT in dem Zeitraum ab Zuschlagserteilung bis zum 31.12.2027 voraussichtlich Leistungen auf Grundlage dieses Vertrages im Wert von ca. EUR 100.000 benötigen. Der Bieter bestätigt mit Abgabe seines Angebotes, dass er in dem vorgenannten Zeitraum Kapazitäten zur Erbringung der Leistung hat.

Sisäinen tunniste: HHT-SOME-20260901

5.1.1. Tarkoitus

Pääasiallinen hankintalaji: Palvelut

Pääasiallinen luokitus (cpv): 79340000 Mainonta- ja markkinointipalvelut

5.1.2. Suorituspaikka

Missä tahansa

5.1.3. Arvioitu kesto

Kesto: 48 Kuukaudet

5.1.6. Yleistä tietoa

Varattu osallistuminen:

Osallistumista ei ole varattu.

Hankintasopimuksen toteuttamiseen osoitetun henkilöstön nimet ja ammatillinen pätevyys on ilmoitettava: Vaaditaan osallistumishakemuksessa

Hankintaa ei ole rahoitettu EU:n varoista

Hankintaan sovelletaan WTO:n julkisia hankintoja koskevaa sopimusta (GPA): kyllä

Tämä hankinta soveltuu myös pienille ja keskisuurille yrityksille (pk-yrityksille): ei

5.1.7. Strategiset hankinnat

5.1.9. Valintaperusteet

Valintaperusteiden ilmoittamispaikka: Ilmoitus

Kriteeri: Erityinen vuotuinen liikevaihto

Valintaperusteen kuvaus: Der nachzuweisende Mindestumsatz der letzten 3 Geschäftsjahre muss im Bereich Social Media mindestens EUR 500.000 pro Jahr betragen.

Soveltuvuusvaatimusta käytetään valittaessa menettelyn jälkimmäiseen vaiheeseen kutsuttavia ehdokkaita

Painotus (prosentteina, tarkka): 70,00

Kriteeri: Viitteet määriteltyihin palveluihin

Valintaperusteen kuvaus: Angaben über die Ausführung von vergleichbaren Leistungen /Referenzprojekten ausschließlich im Bereich Social Media in den letzten maximal 5 Jahren (Eigenerklärungen; Stichtag 01.09.2026). Die Referenzprojekte können innerhalb der letzten 5 Jahre begonnen und durchgeführt worden sein. Im Fall von Bewerbungsgemeinschaften können entsprechende Angaben für die Bewerbungsgemeinschaft insgesamt abgegeben werden. Bitte sortieren Sie die Referenzprojekte nach ihrer Einschlägigkeit und Vergleichbarkeit mit dem Ausschreibungsgegenstand. Darüber hinaus sollen die Referenzen nach dem Aufbau der beigefügten Vorlage für Referenzen erstellt werden. Darüber hinaus sollten die Referenzen möglichst folgende Anforderungen abbilden: Strategische Kanal- und Markenentwicklung, insbesondere die social-native Übersetzung einer übergeordneten Marken- oder Kommunikationsidee in eine (neue) Kanal-, Content-, Format- und KPI-Logik Kreative Social-first-Kampagnen- und Formatentwicklung mit einem besonderen Fokus auf Video-Content sowie deren kreative und produktionelle Umsetzung sowie die Entwicklung langfristig tragfähiger und skalierbarer Formate Creator:innen-Management, einschließlich des Aufbaus geeigneter Prozesse sowie der Auswahl, des Briefings, der Steuerung, der Rechtfertigung, der Content-Abnahme und der Auswertung von Creator:innen-Maßnahmen Die nachzuweisende Zahl der Referenzen muss mindestens 3 Referenzen betragen, wobei Art und Umfang mit der ausgeschriebenen Leistung vergleichbar sein müssen (Ausschlusskriterium). Bitte reichen Sie nicht mehr als 5 Referenzen ein und sortieren Sie diese nach ihrer Einschlägigkeit und Vergleichbarkeit mit dem Ausschreibungsgegenstand.

Kriteeri: Keskimääräinen vuotuinen työvoima

Valintaperusteen kuvaus: Die nachzuweisende Zahl der Beschäftigten im Bereich Social Media muss in den letzten 3 Jahren mindestens 8 Mitarbeitende (FTE) pro Jahr kumuliert betragen.

Soveltuvuusvaatimusta käytetään valittaessa menettelyn jälkimmäiseen vaiheeseen kutsuttavia ehdokkaita

Painotus (prosentteina, tarkka): 30,00

Kriteeri: Asiaankuuluvat koulutus- ja ammatilliset pätevyydet

Valintaperusteen kuvaus: Angaben zum vorgesehenen Team: - Position im Team - Name - Besondere Expertise / Qualifikation - Berufserfahrung im angefragten Umfeld - Rolle an Referenzprojekten

Tiedot kaksivaiheisen menettelyn jälkimmäisestä vaiheesta:

Menettelyn jälkimmäiseen vaiheeseen kutsuttavien ehdokkaiden vähimmäismäärä: 3

Menettelyn jälkimmäiseen vaiheeseen kutsuttavien ehdokkaiden enimmäismäärä: 5

Menettely etenee peräkkäisissä vaiheissa. Kussakin vaiheessa osa osallistujista voidaan karsia

5.1.11. Hankinta-asiakirjat

Kielet, joilla hankinta-asiakirjat ovat virallisesti saatavilla: saksa

Lisätietojen pyytämisen määräaika: 11/09/2026 23:59:59 (UTC+02:00) Itä-Euroopan aika, Keski-Euroopan kesäaika

Hankinta-asiakirjojen osoite: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YNSMUZK/documents>

Tilapäinen viestintäkanava:

URL: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YNSMUZK>

5.1.12. Hankinnan ehdot

Tarjouksen/hakemuksen jättämisen ehdot:

Tarjouksen/hakemuksen jättäminen sähköisesti: Pakollinen

Tarjouksen/hakemuksen toimitusosoite: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YNSMUZK>

Kielet, joilla tarjoukset tai osallistumishakemukset voidaan toimittaa: saksa

Sähköinen luettelo: Ei sallittu

Vaihtoehtoiset tarjoukset: Ei sallittu

Tarjoaja voi jättää useamman kuin yhden tarjouksen: Ei sallittu

Osallistumishakemusten vastaanottamisen määräaika: 18/09/2026 12:00:00 (UTC+02:00) Itä-Euroopan aika, Keski-Euroopan kesäaika

Tiedot, joita voidaan täydentää myös tarjousten jättämiselle asetetun määräajan jälkeen :

Hankkijan hankinnan mukaan osa puuttuvista hakuasiakirjoista voidaan toimittaa myöhemmin. Lisätiedot: Die Hamburg Tourismus GmbH und Hamburg Marketing GmbH weisen darauf hin, dass gemäß § 56 Abs. 2 VgV Angebote, die nicht die geforderten oder nachgeforderten Erklärungen und Nachweise enthalten oder deren Nachweise Mängel aufweisen, ausgeschlossen werden können. Die Hamburg Marketing GmbH kann die Bieter jedoch unter Einhaltung der Grundsätze der Transparenz und der Gleichbehandlung auffordern, fehlende, unvollständige oder fehlerhafte unternehmensbezogene Unterlagen, insbesondere Eigenerklärungen, Angaben, Bescheinigungen oder sonstige Nachweise, nachzureichen, zu vervollständigen oder zu korrigieren, oder fehlende oder unvollständige leistungsbezogene Unterlagen nachzureichen oder zu vervollständigen. Die Bieter können nicht darauf vertrauen, dass dies geschieht. Die Nachforderung von leistungsbezogenen Unterlagen, die die Wirtschaftlichkeitsbewertung der Angebote anhand der Zuschlagskriterien betreffen, ist ausgeschlossen. Dies gilt nicht für Preisangaben, wenn es sich um unwesentliche Einzelpositionen handelt, deren Einzelpreise den Gesamtpreis nicht verändern oder die Wertungsreihenfolge und den Wettbewerb nicht beeinträchtigen. Achtung: Soweit die Nachforderung von einzelnen leistungsbezogenen Erklärungen und Nachweisen nach den vorstehenden Regelungen im Einzelfall unzulässig ist, weil diese wertungsrelevant sind, führt das Fehlen nicht automatisch zum Ausschluss, sondern wird ggf. bei der Angebotswertung berücksichtigt. Die Unterlagen sind vom Bieter nach Aufforderung durch Hamburg Marketing GmbH innerhalb einer von dieser festzulegenden angemessenen, nach dem Kalender bestimmten Frist vorzulegen. Kommt der Bieter dem nicht binnen der von der Hamburg Marketing GmbH gesetzten Frist ordnungsgemäß und vollständig nach, wird das Angebot ausgeschlossen. Über etwaige Nachforderungen werden die betroffenen Bieter über die Vergabepattform informiert.

Sopimusehdot:

Sopimuksen täytäntöönpano on rajattu tehtäväksi suojatyöohjelmien puitteissa: Ei

Sopimuksen täytäntöönpanoa koskevat ehdot: Die Bewerber (bei Bewerbergemeinschaften alle Mitglieder) haben mit ihrem Teilnahmeantrag folgende Eigenerklärungen abzugeben (Ausschlusskriterium): Vordruck Eigenerklärung § 123 GWB. Vordruck Eigenerklärung § 124

GWB Vordruck Eigenerklärung Tariftreue Mindestlohn Vordruck Eigenerklärung Korruption

Vordruck Eigenerklärung Verpflichtungserklärung Bietergemeinschaft. Vordruck Eigenerklärung Verpflichtungserklärung Eignungsleihe Vordruck Eigenerklärung Verpflichtungserklärung Vertraulichkeitserklärung Vordruck Eigenerklärung 5. RUS-Sanktionspaket Die in den Bewerbungsunterlagen beigefügten Formblätter sind zwingend zu verwenden.

Sähköinen laskutus: Pakollinen

Tilaukset tehdään sähköisesti: kyllä

Maksut tehdään sähköisesti: kyllä

Rahoitusjärjestelyn kuvaus: Es ist eine Betriebshaftpflichtversicherung mit folgenden

Mindestdeckungssummen nachzuweisen: Personenschäden 3.000.000 EUR, Vermögens- und sonstige Schäden 3.000.000 EUR je Schadensereignis.

5.1.15. Menetelmät

Puitejärjestely:

Ei puitejärjestelyä

Tietoa dynaamisesta hankintajärjestelmästä:

Ei dynaamista hankintajärjestelmää

5.1.16. Lisätietoja, sovittelu ja muutoksenhaku

Muutoksenhakuelin: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Hankintamenettelystä lisätietoja antava organisaatio: Hamburg Tourismus GmbH

Muutoksenhakumenettelyjen määräajoista lisätietoja tarjoava organisaatio: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Osallistumishakemuksia vastaanottava organisaatio: Hamburg Tourismus GmbH

8. Organisaatiot

8.1. ORG-0001

Virallinen nimi: Hamburg Tourismus GmbH

Rekisterinumero: HRB 24469

Postiosoite: Wexstraße 7

Postitoimipaikka: Hamburg

Postinumero: 20355

Maaryhmittely (NUTS): Hamburg (DE600)

Maa: Saksa

Sähköposti: ausschreibung@marketing.hamburg.de

Puhelin: +49 4030051-300

Internetosoite: <https://www.hamburg-tourism.de/>

Tämän organisaation roolit:

Ostaja

Hankintamenettelystä lisätietoja antava organisaatio

Osallistumishakemuksia vastaanottava organisaatio

8.1. ORG-0002

Virallinen nimi: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Rekisterinumero: keine Angabe

Postiosoite: Gänsemarkt 36

Postitoimipaikka: Hamburg

Postinumero: 20354

Maaryhmittely (NUTS): Hamburg (DE600)

Maa: Saksa

Sähköposti: vergabekammer@fb.hamburg.de

Puhelin: +49 4042823-1690

Tämän organisaation roolit:

Muutoksenhakuelin

Muutoksenhakumenettelyjen määrärajoista lisätietoja tarjoava organisaatio

8.1. ORG-0003

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

Rekisterinumero: 0204:994-DOEVD-83

Postitoimipaikka: Bonn

Postinumero: 53119

Maaryhmittely (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

Maa: Saksa

Sähköposti: noreply.esender_hub@bescha.bund.de

Puhelin: +49228996100

Tämän organisaation roolit:

TED eSender

Ilmoituksen tiedot

Ilmoituksen tunnisteversionumero: c3d798d2-7ec4-47ff-97a6-7c3f342c28d0 - 01

Lomakkeen tyyppi: Kilpailu

Ilmoituksen tyyppi: Hankintailmoitus tai käyttöoikeussopimusta koskeva ilmoitus – vakiojärjestelmä

Ilmoituksen alatyypinumero: 16

Ilmoituksen lähetyspäivä: 20/08/2026 12:11:25 (UTC+02:00) Itä-Euroopan aika, Keski-Euroopan kesäaika

Kielet, joilla tämä ilmoitus on virallisesti saatavilla: saksa

Ilmoituksen julkaisunumero: 579740-2026

EUVL S -lehden numero: 161/2026

Julkaisupäivä: 21/08/2026