

579740-2026 - Mise en concurrence

Allemagne – Services de publicité et de marketing – Leadagentur Social Media

OJ S 161/2026 21/08/2026

Avis de marché ou de concession – régime ordinaire

Services

1. Acheteur

1.1. Acheteur

Nom officiel: Hamburg Tourismus GmbH

Adresse électronique: ausschreibung@marketing.hamburg.de

Forme juridique de l'acheteur: Entreprise publique

Activité du pouvoir adjudicateur: Affaires économiques

2. Procédure

2.1. Procédure

Titre: Leadagentur Social Media

Description: 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.

Identifiant de la procédure: c6b17f41-31dd-42d5-8aa9-c58c045c1a1e

Identifiant interne: HHT-SOME-20260901

Type de procédure: Négociée avec publication préalable d'un appel à la concurrence / concurrentielle avec négociation

La procédure est accélérée: non

2.1.1. Objet

Nature principale du marché: Services

Nomenclature principale (cpv): 79340000 Services de publicité et de marketing

2.1.2. Lieu d'exécution

N'importe où

2.1.3. Valeur

Valeur estimée hors TVA: 1 000 000,00 EUR

2.1.4. Informations générales

Informations complémentaires: #Bekanntmachungs-ID: CXP4YNSMUZK#

Base juridique:

Directive 2014/24/UE

vgv -

2.1.6. Motifs d'exclusion

Sources des motifs d'exclusion: Document de marché

5. Lot

5.1. Lot: LOT-0001

Titre: Leadagentur Social Media

Description: 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.

Identifiant interne: HHT-SOME-20260901

5.1.1. Objet

Nature principale du marché: Services

Nomenclature principale (cpv): 79340000 Services de publicité et de marketing

5.1.2. Lieu d'exécution

N'importe où

5.1.3. Durée estimée

Durée: 48 Mois

5.1.6. Informations générales

Participation réservée:

La participation n'est pas réservée.

Les noms et les qualifications professionnelles du personnel chargé de l'exécution du marché doivent être mentionnés: Exigence dans la demande de participation

Projet de passation de marché non financé par des fonds de l'UE

Le marché relève de l'accord sur les marchés publics (AMP): oui

Le marché en question convient aussi aux petites et moyennes entreprises (PME): non

5.1.7. Marché public stratégique

5.1.9. Critères de sélection

Sources des critères de sélection: Avis

Critère: Chiffre d'affaires annuel spécifique

Description du critère de sélection: Der nachzuweisende Mindestumsatz der letzten 3

Geschäftsjahre muss im Bereich Social Media mindestens EUR 500.000 pro Jahr betragen.

Les critères seront appliqués pour sélectionner les candidats à inviter pour la seconde étape de la procédure

Pondération (pourcentage, valeur exacte): 70,00

Critère: Références sur des services spécifiés

Description du critère de sélection: 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 produktionselle 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.

Critère: Effectif moyen annuel

Description du critère de sélection: Die nachzuweisende Zahl der Beschäftigten im Bereich Social Media muss in den letzten 3 Jahren mindestens 8 Mitarbeitende (FTE) pro Jahr kumuliert betragen.

Les critères seront appliqués pour sélectionner les candidats à inviter pour la seconde étape de la procédure

Pondération (pourcentage, valeur exacte): 30,00

Critère: Qualifications éducatives et professionnelles pertinentes

Description du critère de sélection: Angaben zum vorgesehenen Team: - Position im Team - Name - Besondere Expertise / Qualifikation - Berufserfahrung im angefragten Umfeld - Rolle an Referenzprojekten

Informations sur la seconde étape d'une procédure en deux étapes:

Nombre minimal de candidats à inviter pour la seconde étape de la procédure: 3

Nombre maximal de candidats à inviter pour la seconde étape de la procédure: 5

La procédure se déroulera en plusieurs étapes. À chaque étape, certains candidats peuvent être éliminés

5.1.11. Documents de marché

Langues dans lesquelles les documents de marché sont officiellement disponibles: allemand

Date limite de demande d'informations complémentaires: 11/09/2026 23:59:59 (UTC+02:00)

Heure de l'Europe orientale, heure d'été de l'Europe centrale

Adresse des documents de marché: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YNSMUZK/documents>

Canal de communication ad hoc:

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

5.1.12. Conditions du marché public

Conditions de soumission:

Soumission par voie électronique: Requise

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

Langues dans lesquelles les offres ou demandes de participation/candidatures peuvent être présentées: allemand

Catalogue électronique: Non autorisée

Variantes: Non autorisée

Les soumissionnaires peuvent présenter plusieurs offres: Non autorisée

Date limite de réception des demandes de participation/candidatures: 18/09/2026 12:00:00 (UTC+02:00) Heure de l'Europe orientale, heure d'été de l'Europe centrale

Informations qui peuvent être complétées après la date limite de réception des offres:

À la discrétion de l'acheteur, certains documents manquants relatifs au soumissionnaire peuvent être transmis ultérieurement.

Informations complémentaires: 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.

Conditions du marché:

Le contrat doit être exécuté dans le cadre de programmes d'emplois protégés: Non

Conditions relatives à l'exécution du contrat: 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.

Facturation électronique: Requête

La commande en ligne sera utilisée: oui

Le paiement électronique sera utilisé: oui

Arrangement financier: 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. Techniques

Accord-cadre:

Pas d'accord-cadre

Informations sur le système d'acquisition dynamique:

Pas de système d'acquisition dynamique

5.1.16. Informations complémentaires, médiation et recours

Organisation chargée des procédures de recours: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Organisation qui fournit des informations complémentaires sur la procédure de passation de marché: Hamburg Tourismus GmbH

Organisation qui fournit des précisions concernant l'introduction des recours: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Organisation qui reçoit les demandes de participation/candidatures: Hamburg Tourismus GmbH

8. Organisations

8.1. ORG-0001

Nom officiel: Hamburg Tourismus GmbH

Numéro d'enregistrement: HRB 24469

Adresse postale: Wexstraße 7

Ville: Hamburg

Code postal: 20355

Subdivision pays (NUTS): Hamburg (DE600)

Pays: Allemagne

Adresse électronique: ausschreibung@marketing.hamburg.de

Téléphone: +49 4030051-300

Adresse internet: <https://www.hamburg-tourism.de/>

Rôles de cette organisation:

Acheteur

Organisation qui fournit des informations complémentaires sur la procédure de passation de marché

Organisation qui reçoit les demandes de participation/candidatures

8.1. ORG-0002

Nom officiel: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Numéro d'enregistrement: keine Angabe

Adresse postale: Gänsemarkt 36

Ville: Hamburg

Code postal: 20354

Subdivision pays (NUTS): Hamburg (DE600)

Pays: Allemagne

Adresse électronique: vergabekammer@fb.hamburg.de

Téléphone: +49 4042823-1690

Rôles de cette organisation:

Organisation chargée des procédures de recours

Organisation qui fournit des précisions concernant l'introduction des recours

8.1. ORG-0003

Nom officiel: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

Numéro d'enregistrement: 0204:994-DOEVD-83

Ville: Bonn

Code postal: 53119

Subdivision pays (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

Pays: Allemagne

Adresse électronique: noreply.esender_hub@bescha.bund.de

Téléphone: +49228996100

Rôles de cette organisation:

TED eSender

Informations relatives à l'avis

Identifiant/version de l'avis: c3d798d2-7ec4-47ff-97a6-7c3f342c28d0 - 01

Type de formulaire: Mise en concurrence

Type d'avis: Avis de marché ou de concession – régime ordinaire

Sous-type d'avis: 16

Date d'envoi de l'avis: 20/08/2026 12:11:25 (UTC+02:00) Heure de l'Europe orientale, heure d'été de l'Europe centrale

Langues dans lesquelles l'avis en question est officiellement disponible: allemand

Numéro de publication de l'avis: 579740-2026

Numéro de publication au JO S: 161/2026

Date de publication: 21/08/2026