

628758-2026 - Mise en concurrence

Allemagne – Services de publicité et de marketing – Werbe- & Marketingdienstleistung

OJ S 176/2026 11/09/2026

Avis de marché ou de concession – régime ordinaire

Services

1. Acheteur

1.1. Acheteur

Nom officiel: Bundesdruckerei GmbH

Adresse électronique: vergabestelle@bdr.de

Forme juridique de l'acheteur: Entreprise publique

Activité du pouvoir adjudicateur: Affaires économiques

2. Procédure

2.1. Procédure

Titre: Werbe- & Marketingdienstleistung

Description: Gegenstand der zu vergebenden Leistung sind Planung und Umsetzung crossmedialer Kampagnen innerhalb von Deutschland und perspektivisch weiteren EU-Märkten, sowie Unterstützung im Content-Marketing. Gesucht wird eine Kreativagentur für Planung, Konzeption und Umsetzung crossmedialer Kampagnen (siehe im Detail unten) für verschiedene Zielgruppen sowie Unterstützung im Bereich Content-Marketing (siehe im Detail unten). Der Fokus liegt auf B2G, B2B und Employer Branding Kommunikation. Hierbei handelt es sich insbesondere um Leistungen in den Bereichen Strategie, Konzeption, Gestaltung und Umsetzung von Kampagnen, sowie Beratung und Projektmanagement.

Identifiant de la procédure: 6e343672-a278-4f56-b028-4d3916143465

Identifiant interne: ECA-2026-054

Type de procédure: Restreinte

La procédure est accélérée: non

Principales caractéristiques de la procédure et informations sur l'endroit où obtenir les règles complètes applicables à la procédure: Das Verfahren wird somit in zwei Phasen durchgeführt. In der ersten Phase - dem Teilnahmewettbewerb - stellt der Auftraggeber anhand der mit dem Teilnahmeantrag vorgelegten Unterlagen fest, welche Bewerber, bei denen keine Ausschlussgründe nach den §§ 123 und 124 GWB vorliegen, den Anforderungen an Fachkunde und Leistungsfähigkeit (Eignung) entsprechen. In der zweiten Phase - der Angebotsphase - werden die ausgewählten Bewerber vom Auftraggeber aufgefordert, auf der Grundlage weiterer Vergabeunterlagen ein verbindliches Angebot einzureichen.

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

Adresse postale: Kommandantenstraße 18

Ville: Berlin

Code postal: 10969

Subdivision pays (NUTS): Berlin (DE300)

Pays: Allemagne

2.1.3. Valeur

Valeur estimée hors TVA: 3 500 000,00 EUR

Valeur maximale de l'accord-cadre: 3 500 000,00 EUR

2.1.4. Informations générales

Informations complémentaires: #Bekanntmachungs-ID: CXP4YVWM872# Ggf.

Bewerberreduzierung Für den Fall, dass mehr als fünf Bewerber ihre grundsätzliche Eignung nachgewiesen haben, findet eine Bewerberreduzierung anhand der im Dokument "I.11 Kriterien Bewerberreduzierung" aufgeführten objektiven Kriterien nach Maßgabe der nachfolgenden Vorgaben statt Mit dem Teilnahmeantrag sind mindestens vier (4) mit dem ausgeschriebenen Leistungsgegenstand vergleichbare Referenzprojekte einzureichen. Diese werden vom Auftraggeber bewertet und in der Folge mit Bewertungspunkten versehen. Die Bewertungspunkte spiegeln dabei den im Dokument "I.11 Kriterien Bewerberreduzierung" und unter Ziff. 10 der Teilnahmebedingungen dargestellten Zielerfüllungsgrad bzw.

Erwartungshorizont des Auftraggebers in Bezug auf die Referenzen wider. Pro Referenz wird mithin die Punktzahl vergeben, die in ihrer Eignungsbewertung mit der entsprechend formulierten Bewertung/ dem Zielerfüllungsgrad korrespondiert. Maßgeblich für die Bewertung ist der Grad der Vergleichbarkeit der Referenzen, wobei insbesondere die im Dokument "I.11 Kriterien Bewerberreduzierung" benannten Aspekte Berücksichtigung finden. Für weitergehende Angaben zum jeweiligen Zielerfüllungsgrad bzw. Erwartungshorizont des Auftraggebers wird auf die Ausführungen unter Ziff. 10 dieser Teilnahmebedingungen sowie im Dokument "I.11 Kriterien Bewerberreduzierung" hingewiesen. Die Punktevergabe erfolgt in den im Dokument "I.11 Kriterien Bewerberreduzierung" unter Bewertungsmaßstab im Einzelnen ausformulierten Stufen. Eine weitere Differenzierung ist nicht vorgesehen. Die Bewertung der Referenzen der Bewerber kann auch vergleichend erfolgen. Insofern ist zu beachten, dass für die Bewertung ausschließlich die vier besten Referenzen eines Bewerbers herangezogen werden. Darüber hinaus eingereichte Referenzen finden keine Berücksichtigung. Für jede eingereichte Referenz werden maximal 10 Punkte vergeben. Mithin können maximal 40 Punkte erreicht werden. Für die Einzelheiten wird auf das Dokument I.11 "Kriterien Bewerberreduzierung" verwiesen. Die fünf Bewerber mit der höchsten Punktzahl werden zur Abgabe eines Angebots aufgefordert. Erfüllen mehrere Bewerber gleichermaßen die Anforderungen und übersteigt die Bewerberzahl auch nach der objektiven Auswahl entsprechend der benannten Eignungskriterien die Höchstzahl von fünf Bewerbern, wird ein Losentscheid durchgeführt. Geforderte Eignungskriterien, die nicht bei den objektiven Kriterien für die Auswahl der Bewerber benannt sind, finden im Rahmen der Bewerberreduzierung keine Berücksichtigung, sind jedoch Grundlage für die Beurteilung und Feststellung der Eignung des Bewerbers gem. Ziff. 10 dieser Teilnahmebedingungen. Der Auftraggeber behält sich vor, zur Bestätigung der vorgenommenen Bewertung auf Basis der eingereichten Unterlagen die Angaben der Bewerber zu hinterfragen. Sollten sich während des Verfahrens Änderungen an den Eigenerklärungen und Eignungsnachweisen ergeben, haben die Bewerber den Auftraggeber unverzüglich darüber zu informieren und gegebenenfalls aktualisierte Eigenerklärungen und Nachweise einzureichen.

Base juridique:

Directive 2014/24/UE

vgv -

2.1.6. Motifs d'exclusion

Sources des motifs d'exclusion: Avis, Document de marché

Manquement à des obligations liées à des motifs d'exclusion purement nationaux: Zwingende bzw. fakultative Ausschlussgründe nach §§ 123 bis 126 GWB Hierzu legen die Bewerber mit

dem Teilnahmeantrag a) das vollständig ausgefüllte Formblatt "Eigenerklärung zu Ausschlussgründen" und b) das vollständig ausgefüllte Formblatt "Bieterselbstauskunft" unter zwingenden Angaben insbesondere zu Unternehmenssitz, Steuernummer und Umsatz-Steuer-Ident-Nummer, gesetzliche Vertreter, Gesellschafter und Höhe der Gesellschafteranteile, wirtschaftlich Berechtigte und Konzernstruktur vor. Stellt der Auftraggeber das Vorliegen zwingender Ausschlussgründe fest, wird der betroffene Bieter vom Vergabeverfahren ausgeschlossen. Stellt der Auftraggeber das Vorliegen fakultativer Ausschlussgründe fest, wird der Auftraggeber unter Berücksichtigung des Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes über den Ausschluss des bietenden Unternehmens entscheiden. Der Auftraggeber ist außerdem verpflichtet, vor der Erteilung des Zuschlags abzufragen, ob im Wettbewerbsregister Eintragungen zu demjenigen Bieter vorliegen, an den der Auftrag vergeben werden soll, um zu prüfen, inwiefern für diesen Bieter Gründe für den Ausschluss vom Vergabeverfahren bestehen. Der Auftraggeber wird deshalb hinsichtlich desjenigen Bieters, dessen Angebot für die Zuschlagserteilung vorgesehen ist, einen Auszug aus dem Wettbewerbsregister abfordern. Hierbei handelt es sich mithin nicht um einen durch die Bieter einzureichenden Nachweis. Ebenso behält sich der Auftraggeber vor, hinsichtlich desjenigen Bieters, dessen Angebot für die Zuschlagserteilung vorgesehen ist, einen Auszug aus dem Gewerbezentralregister gemäß § 150a GewO abzufordern und zu prüfen, inwiefern Gründe zum Ausschluss des Bieters vorliegen. Diese Nachweise sind nicht durch die Bieter vorzulegen.

5. Lot

5.1. Lot: LOT-0001

Titre: Werbe- & Marketingdienstleistung

Description: Der Aufgabenbereich des AN im Bereich Campaigning umfasst insbesondere die folgenden Leistungen: - Entwicklung von Kommunikationsstrategien, - konzepten und -maßnahmen, - Zielgruppenanalysen, - Text und Gestaltung von Kommunikationsmaßnahmen, - Produktion und Umsetzung von marktüblichen Kommunikationsmitteln (digitale Assets und Print-Materialien inkl. Reinzeichnung und Druckdatenlieferung nach definierten Produktionsvorgaben) - Projektmanagement, - Fortlaufende strategische Beratung, - Teilnahme an, Vor- und Nachbereitung von Jour Fixes und Workshops, - Erstellung von Präsentationen, - Erstellung von Projektplänen, - Termin-, Budget- und Produktionscontrolling - Media-Zusammenarbeit / Schnittstellenmanagement Der Aufgabenbereich des AN im Bereich Content-Marketing umfasst insbesondere die folgenden Leistungen: - Weiterentwicklung und strategische Beratung im Themenplanungsprozess des Newsroom, - Unterstützung in der strategischen Kommunikationssteuerung im politischen und technologischen Umfeld - Entwicklung und Aktualisierung von Kommunikations- und Content-Marketing-Strategien/-Konzepten, - Umfassende Analyse und Empfehlungen für Redaktionsplanung und Optimierung von Kommunikationsmaßnahmen, - Erarbeitung von Guidelines für digitale Kommunikation, - Konzeption von Themen, Botschaften und Dramaturgien, - Konzeption, Vorbereitung und Durchführung von Planungs- und Kreativworkshops, - Teilnahme an Redaktionskonferenzen und Themen-Jour-fixes, - Betreuung Social Listening Tools und vergleichbarer KI-gestützter-Data oder Monitoring Tools zur Trendanalyse und Marktbeobachtung, - Entwicklung von Vorschlägen für Themen, Content und Formate auf Basis von kontinuierlichem Monitoring, - Erstellung von Analysen des Wettbewerbs sowie Handlungsempfehlungen in Form von regelmäßigen Reportings, - Strategische Beratung und Konzeption zur Positionierung von Themen, Marken oder Personen der Bundesdruckerei-Gruppe, - Produktion hochwertiger redaktioneller Inhalte Nähere Informationen zum Leistungsgegenstand können der den Vergabeunterlagen beigefügten Leistungsbeschreibung entnommen werden. Beabsichtigt ist der Abschluss einer

Rahmenvereinbarung mit einem Auftragnehmer. Abrufberechtigt sind neben der Bundesdruckerei GmbH auch die sog. sekundären Auftraggeber. Diese umfassen sämtliche mit der Bundesdruckerei Gruppe GmbH beziehungsweise deren Tochterunternehmen gemäß §§ 15 ff. AktG verbundene Unternehmen und solche Unternehmen, die aus diesen Unternehmen hervorgehen. Derzeit umfasst die Abrufberechtigung mithin die folgenden sekundären Auftraggeber: D-Trust GmbH, Genua GmbH, Xecuro GmbH, Maurer Electronics GmbH und Inco Sp. z o.o.

Identifiant interne: ECA-2026-054

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

Adresse postale: Kommandantenstraße 18

Ville: Berlin

Code postal: 10969

Subdivision pays (NUTS): Berlin (DE300)

Pays: Allemagne

5.1.3. Durée estimée

Durée: 2 Ans

5.1.4. Reconduction

Nombre maximum de reconductions: 2

Autres informations sur le renouvellement: Der Vertragszeitraum beginnt mit dem Tag der Zuschlagserteilung und hat eine Grundlaufzeit von 2 (zwei) Jahren ("Grundlaufzeit"). Die Vertragslaufzeit verlängert sich nach der Grundlaufzeit automatisch um 1(ein) weiteres Jahr ("Vertragsverlängerung"), sofern der Auftraggeber der Vertragsverlängerung nicht mit einer Frist von 3 (drei) Monaten zum Ende der jeweiligen Laufzeit widerspricht. Eine Verlängerung der Vertragslaufzeit erfolgt höchstens 2 (zwei) Mal, das heißt, eine Vertragsverlängerung über eine Gesamtlaufzeit von 4 (vier) Jahren hinaus erfolgt nicht.

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 l'offre

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

Informations complémentaires: Eigenerklärung zum Nichtvorliegen eines Russland-Bezugs gemäß Formblatt Die Eigenerklärung zum Nichtvorliegen eines Russland-Bezugs muss noch nicht, aber kann bereits mit dem Teilnahmeantrag eingereicht werden. Sofern diese Erklärung noch nicht mit Abgabe des Teilnahmeantrags vorgelegt wird, wird der Auftraggeber von demjenigen Bieter, dessen Angebot für die Zuschlagserteilung vorgesehen ist, diese Erklärung vor Zuschlagserteilung innerhalb einer angemessenen Nachfrist in Textform abfordern. Wird die Erklärung dann nicht oder nicht fristgerecht vorgelegt, muss das Angebot in der zweiten Phase des Vergabeverfahrens ausgeschlossen werden.

5.1.7. Marché public stratégique

Objectif du marché public stratégique: Pas de passation de marché stratégique

5.1.9. Critères de sélection

Sources des critères de sélection: Avis, Document de marché

Critère: Inscription à un registre du commerce

Description du critère de sélection: Auszug aus dem Handelsregister, der den zum Zeitpunkt der Teilnahmefrist aktuellen Stand wiedergibt und nicht älter als drei Monate (bezogen auf den Zeitpunkt der Teilnahmefrist) ist.

Critère: Chiffre d'affaires annuel général

Description du critère de sélection: Ausgefüllte "Bieterselbstauskunft", unter zwingenden Angaben zum Netto-Gesamtumsatz (in EUR) der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre. Sollte das Unternehmen noch keine drei Jahre bestehen, sind die geforderten Angaben seit Unternehmensgründung zu tätigen.

Critère: Chiffre d'affaires annuel spécifique

Description du critère de sélection: Ausgefüllte "Bieterselbstauskunft", unter zwingenden Angaben zum Netto-Gesamtumsatz (in EUR) hinsichtlich mit zum Leistungsgegenstand vergleichbaren Leistungen der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre. Sollte das Unternehmen noch keine drei Jahre bestehen, sind die geforderten Angaben seit Unternehmensgründung zu tätigen. Als vergleichbar gelten erfolgreich erbrachte Leistungen, die in Umfang, Art und Schwierigkeitsgrad den in der Leistungsbeschreibung dargestellten Leistungen entsprechen und sich auf die Planung und Umsetzung crossmedialer Kampagnen sowie Leistungen im Content-Marketing beziehen. Mindestanforderung: In Bezug auf die vorstehend geforderte Angabe zum Netto-Gesamtumsatz (in EUR) hinsichtlich mit zum Leistungsgegenstand vergleichbaren Leistungen der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre, wird die folgende Mindestbedingung festgelegt: Der Netto-Gesamtumsatz (in EUR) hinsichtlich mit zum Leistungsgegenstand vergleichbaren Leistungen der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre muss im Durchschnitt mindestens 5.000.000,00 EUR betragen. Eine Nichterfüllung der benannten Mindestanforderung führt zum Ausschluss des betroffenen Teilnahmeantrags vom weiteren Vergabeverfahren.

Critère: Effectif moyen annuel

Description du critère de sélection: Ausgefüllte "Bieterselbstauskunft", unter zwingenden Angaben insbesondere zu a) Gesamtanzahl der in den letzten drei abgeschlossenen Kalenderjahren jeweils durchschnittlich im Unternehmen des Bewerbers / Bieters beschäftigten Arbeitnehmer; b) Anzahl der in den letzten drei abgeschlossenen Kalenderjahren jeweils durchschnittlich im Unternehmen des Bewerbers / Bieters beschäftigten Arbeitnehmer, welche zum ausgeschriebenen Leistungsgegenstand vergleichbare Leistungen erbringen. Als vergleichbar gelten erfolgreich erbrachte Leistungen, die in Umfang, Art und Schwierigkeitsgrad den in der Leistungsbeschreibung dargestellten Leistungen entsprechen und sich auf die Planung und Umsetzung crossmedialer Kampagnen sowie Leistungen im Content-Marketing beziehen. Sollte das Unternehmen noch keine drei Jahre bestehen, sind die geforderten Angaben seit Unternehmensgründung zu tätigen. Mindestanforderung: In Bezug auf die vorstehend unter a) geforderte Angabe zur Gesamtanzahl der in den letzten drei abgeschlossenen Kalenderjahren jeweils durchschnittlich im Unternehmen des Bewerbers / Bieters beschäftigten Arbeitnehmer, wird die folgende Mindestbedingung festgelegt: Die Gesamtanzahl der in den letzten drei abgeschlossenen Kalenderjahren jeweils durchschnittlich im Unternehmen des Bewerbers /

Bieters beschäftigten Arbeitnehmer muss im Durchschnitt mindestens 40 festangestellte Mitarbeiter betragen. Eine Nichterfüllung der benannten Mindestanforderung führt zum Ausschluss des betroffenen Teilnahmeantrags vom weiteren Vergabeverfahren.

Critère: Références sur des services spécifiques

Description du critère de sélection: Nachweis gemäß "Referenzzerklärung" von Referenzprojekten, welche mit den zu vergebenden Leistungen vergleichbar sind, aus den letzten fünf (5) Jahren ausgehend vom Zeitpunkt der Teilnahmefrist unter Angabe: - der Bezeichnung und Beschreibung der erbrachten Leistung(en) (Aufgabenstellung, Leistungsinhalte und Tätigkeiten), Zur Beschreibung der jeweiligen Referenzleistung haben die Bewerber eine kurze Präsentation mit max. zehn Charts zu erstellen und diese im Format PDF als Anlage zur Referenzzerklärung einzureichen. Die Präsentation muss die Beschreibung - der Aufgabe(n) (alle Referenzen), - der Ziele und der Zielgruppe (alle Referenzen), - der Strategie (Referenzen a, c, d) - kreative Leitidee (Referenzen a, b, d) - der Umsetzungsbeispiele für klassische und digitale Kanäle (Referenzen a und d) und - der Umsetzungsbeispiele für den Kanal LinkedIn (Referenz b) beinhalten; - des Auftraggebers der Referenz (nebst den geforderten Angaben im Dokument "Formblatt Referenzzerklärung"), - des ungefähren Auftragsvolumens (Umsatz oder Mengen), - des Leistungszeitraums und - des Leistungserbringers. Als vergleichbar gelten erfolgreich erbrachte Leistungen, die in Umfang, Art und Schwierigkeitsgrad den in der Leistungsbeschreibung dargestellten Leistungen entsprechen und sich auf die Planung und Umsetzung crossmedialer Kampagnen sowie Leistungen im Content-Marketing beziehen. Mindestanforderung: In Bezug auf die vorstehend geforderten Erklärungen zu vergleichbaren Referenzleistungen werden die folgenden Mindestanforderungen festgelegt: - Es sind mindestens 4 mit der ausgeschriebenen Leistung vergleichbare Referenzprojekte aus den letzten fünf (5) Jahren ausgehend vom Zeitpunkt der Teilnahmefrist einzureichen. Als vergleichbar gelten erfolgreich erbrachte Leistungen, die in Umfang, Art und Schwierigkeitsgrad den in der Leistungsbeschreibung dargestellten Leistungen entsprechen und sich auf die Planung und Umsetzung crossmedialer Kampagnen sowie Leistungen im Content-Marketing beziehen. - Min. 1 Referenz muss die Konzeption und Umsetzung einer crossmedialen B2G Kampagne für erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen für Entscheider-Zielgruppen (z. B. Behördenleitung, CIO/IT-Leitung, Fachreferatsleitung, Datenschutz- und Informationssicherheitsbeauftragte, Vergabe und Beschaffung, etc.) betreffen. Im Rahmen der Bewertung der Vergleichbarkeit dieser Referenzleistung wird darauf abgestellt, ob der Bewerber nachweisen kann, dass die Kampagne sich an Entscheider-Zielgruppen im öffentlichen Sektor (Bund, Länder, Kommunen) gerichtet hat; komplexe, erklärungsbedürftige Inhalte in zielgruppenrelevante Botschaften, Argumentationen und Maßnahmen übersetzt wurden und die Umsetzung tatsächlich crossmedial erfolgte, also über mehrere aufeinander abgestimmte Kanäle hinweg (digital und analog), mit konsistenter Kampagnenidee und kanalspezifischer Adaption. - Min. 1 Referenz muss die Konzeption und Umsetzung einer B2B-Kampagne für digitale Produkte oder Dienstleistungen mit Schwerpunkt auf der Plattform LinkedIn betreffen, gerichtet an Entscheider-Zielgruppen (z. B. C-Level, IT-Leitung, Fachbereichsleitung, Beschaffung). Im Rahmen der Bewertung der Vergleichbarkeit dieser Referenzleistung wird darauf abgestellt, ob der Bewerber nachweisen kann, dass die kreative Umsetzung plattformgerecht erfolgte - also für die spezifische Mechanik von LinkedIn - und die Kampagne eine zielgruppenadäquate Tonalität und Bildsprache für den B2B-Entscheider-Kontext gefunden hat. - Min. 1 Referenz muss die Erstellung einer Kommunikationsstrategie zu komplexen Themen aus den Bereichen IT, Digitalisierung, Technologie, Cybersicherheit oder Digitalpolitik umfasst haben. Die Referenz soll vorzugsweise für einen Auftraggeber aus dem öffentlichen Sektor oder einem vergleichbar regulierten Umfeld erbracht worden sein. Im Rahmen der Bewertung der

Vergleichbarkeit dieser Referenzleistung wird darauf abgestellt, ob der Bewerber nachweisen kann, dass er komplexe Themen zielgruppen- und kanalgerecht kommunizieren kann und so in der Lage ist Organisationen oder Personen strategisch zu positionieren, z.B. durch konsistente Botschaften und Kommunikationsansätze. - Min. 1 Referenz muss die Erstellung und Umsetzung eines Employer-Branding-Konzepts betreffen. Die Referenz muss Maßnahmen zur Positionierung als Arbeitgebermarke sowie zur Ansprache relevanter bzw. unterschiedlicher Zielgruppen (z. B. IT-Professionals oder Auszubildende & Dual Studierende) umfassen. Im Rahmen der Bewertung der Vergleichbarkeit dieser Referenzleistung wird darauf abgestellt, ob der Bewerber nachweisen kann, dass eine strategisch fundierte Arbeitgeberpositionierung entwickelt wurde, die zielgruppenspezifisch in geeignete Kommunikationsmaßnahmen übersetzt wurde. Ferner wird bewertet, ob das Kommunikationskonzept eine konsistente Arbeitgeberbotschaft vermittelt hat und die Ansprache hinsichtlich Tonalität, Bildsprache und Kommunikationsmaßnahmen auf die jeweiligen Bewerberzielgruppen abgestimmt war. Eine Nichterfüllung der benannten Mindestanforderung führt zum Ausschluss des betroffenen Teilnahmeantrags vom weiteren Vergabeverfahren.

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

Pondération (points, valeur exacte): 40,00

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

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

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

5.1.10. Critères d'attribution

Critère:

Type: Prix

Nom: Preis

Description: Wertungspreis gemäß Preisblatt

Catégorie du critère d'attribution poids: Pondération (pourcentage, valeur exacte)

Nombre critère d'attribution: 30

Critère:

Type: Qualité

Nom: Qualität der angebotenen Leistung

Description: Die Qualität der angebotenen Leistung wird anhand 1. der Berufserfahrung und Qualifikation des für die Leistungserbringung vorgesehenen Projektteams, 2. der inhaltlichen Qualität der Angebotspräsentation sowie 3. der Qualität des Präsentationstermins bewertet.

Catégorie du critère d'attribution poids: Pondération (pourcentage, valeur exacte)

Nombre critère d'attribution: 70

5.1.11. Documents de marché

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

Date limite de demande d'informations complémentaires: 09/10/2026 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/CXP4YVWM872/documents>

Canal de communication ad hoc:

URL: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YVWM872>

5.1.12. Conditions du marché public

Conditions de soumission:

Soumission par voie électronique: Requise

Adresse de soumission: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YVWM872>

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: 19/10/2026 10:00:00 (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, tous les documents manquants relatifs au soumissionnaire peuvent être transmis ultérieurement.

Informations complémentaires: Sämtliche Unterlagen, inkl. Eignungsnachweise, sind bis zum Ablauf der Teilnahmefrist einzureichen. Der Auftraggeber behält sich vor, eventuell fehlende Erklärungen und Nachweise bis zum Ablauf einer von ihm gesetzten angemessenen Nachfrist nachzufordern.

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 haben sich gegenüber dem Auftraggeber zu verpflichten, die Vergabeunterlagen und alle Informationen, die ihnen im Rahmen des Vergabeverfahrens über die Verhältnisse des Auftraggebers bekannt werden, vertraulich zu behandeln und Dritten nicht zugänglich zu machen. Eine entsprechende Vertraulichkeitsvereinbarung liegt den Vergabeunterlagen bei und gilt mit Abgabe des Teilnahmeantrags als akzeptiert.

Facturation électronique: Requise

La commande en ligne sera utilisée: oui

Le paiement électronique sera utilisé: oui

5.1.15. Techniques**Accord-cadre:**

Accord-cadre, sans remise en concurrence

Nombre maximal de candidats: 1

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: Vergabekammern des Bundes beim Bundeskartellamt

Description des délais d'introduction des procédures de recours: Das deutsche Vergaberecht regelt die Frist für die Einlegung von Rechtsbehelfen in § 160 Abs. 3 GWB. Dort heißt es: "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."

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

Organisation qui reçoit les demandes de participation/candidatures: Bundesdruckerei GmbH

8. Organisations

8.1. ORG-0001

Nom officiel: Bundesdruckerei GmbH

Numéro d'enregistrement: 992-80152-82

Adresse postale: Kommandantenstraße 18

Ville: Berlin

Code postal: 10969

Subdivision pays (NUTS): Berlin (DE300)

Pays: Allemagne

Point de contact: FP ECA - Office for EU-Contract awarding (Vergabestelle)

Adresse électronique: vergabestelle@bdr.de

Téléphone: +49 302598-0

Télécopieur: +49 302598-6074

Adresse internet: <http://www.bundesdruckerei.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: Vergabekammern des Bundes beim Bundeskartellamt

Numéro d'enregistrement: keine Angabe

Adresse postale: Kaiser-Friedrich-Str. 16

Ville: Bonn

Code postal: 53113

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

Pays: Allemagne

Adresse électronique: vk@bundeskartellamt.bund.de

Téléphone: +49 22894990

Télécopieur: +49 2289499163

Adresse internet: <https://www.bundeskartellamt.de/>

Rôles de cette organisation:

Organisation chargée des procédures de 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: d4d46e38-7b32-4213-ab8e-addc1e300883 - 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: 10/09/2026 08:45:46 (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: 628758-2026

Numéro de publication au JO S: 176/2026

Date de publication: 11/09/2026