

392841-2026 - Konkursas

Vokietija – Reklamos ir rinkodaros paslaugos – Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“
OJ S 109/2026 09/06/2026
Skelbimas apie pirkimą arba koncesiją. Įprasta tvarka
Paslaugos

1. Pirkėjas

1.1. Pirkėjas

Oficialus pavadinimas: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn
E. paštas: info@polaris.law
Pirkėjo teisinė forma: Valstybinė įmonė, kontroliuojama regioninės valdžios institucijos
Perkančiosios organizacijos veiklos sritis: Laisvalaikis, kultūra ir religija

2. Procedūra

2.1. Procedūra

Pavadinimas: Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“
Aprašymas: Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“
Procedūros identifikatorius: 019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f
Vidaus identifikatorius: POL-2026-06-05-B
Pirkimo būdas: Derybos su išankstiniu kvietimu dalyvauti konkurse ir (arba) konkursas su derybomis
Procedūra pagreitinta: ne

2.1.1. Tikslas

Sutarties objektas: Paslaugos
Pagrindinis klasifikacijos kodas (cpv): 79340000 Reklamos ir rinkodaros paslaugos

2.1.2. Sutarties vykdymo vieta

Pašto adresas: Ostseeallee 19
Miestas: Ostseebad Kühlungsborn
Pašto kodas: 18225
Šalies administracinis vienetas (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)
Šalis: Vokietija

2.1.3. Vertė

Numatoma vertė be PVM: 350 000,00 EUR
Preliminariosios sutarties didžiausioji vertė: 350 000,00 EUR

2.1.4. Bendra informacija

Teisinis pagrindas:
Direktyva 2014/24/ES
vgv -
Taikoma tarpvalstybinė teisė: nicht einschlägig

2.1.6. Pašalinimo pagrindai

5. Pirkimo dalis

5.1. Pirkimo dalis: LOT-0001

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

Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Aprašymas: 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.

Vidaus identifikatorius: LOT-0001

5.1.1. Tikslas

Sutarties objektas: Paslaugos

Pagrindinis klasifikacijos kodas (cpv): 79340000 Reklamos ir rinkodaros paslaugos

5.1.2. Sutarties vykdymo vieta

Pašto adresas: Ostseeallee 19

Miestas: Ostseebad Kühlungsborn

Pašto kodas: 18225

Šalies administracinis vienetas (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Šalis: Vokietija

5.1.3. Numatomas galiojimas

Galiojimas: 3 Metai

5.1.5. Vertė

Numatoma vertė be PVM: 350 000,00 EUR

Preliminariosios sutarties didžiausioji vertė: 350 000,00 EUR

5.1.6. Bendra informacija

Rezervuota dalyvavimo teisė:

Dalyvavimas nerezervuotas.

Turi būti nurodyti sutarčiai vykdyti paskirtų darbuotojų vardai, pavardės ir profesinė kvalifikacija : Būtina nurodyti dalyvavimo prašyme

Iš ES fondų nefinansuojamas pirkimo projektas

Pirkimui taikoma Sutartis dėl viešųjų pirkimų (SVP): ne

Šis viešasis pirkimas taip pat tinkamas mažosioms ir vidutinėms įmonėms (MVĮ): ne

5.1.7. Strateginis viešasis pirkimas

Strateginio viešojo pirkimo tikslas: Strateginių viešųjų pirkimų nėra

5.1.9. Atrankos kriterijai

Pasirinkimo kriterijų šaltiniai: Pranešimas

Kriterijus: Atitinkamos švietimo ir profesinės kvalifikacijos

Atrankos kriterijaus aprašymas: 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)

Kriterijus: Atitinkamos švietimo ir profesinės kvalifikacijos

Atrankos kriterijaus aprašymas: 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).

Kriterijai bus taikomi atrenkant į antrąjį procedūros etapą kviečiamus kandidatus

Kriterijus: Rekomendacijos dėl nurodytų paslaugų

Atrankos kriterijaus aprašymas: 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 Punkt: nicht.

Kriterijai bus taikomi atrenkant į antrąjį procedūros etapą kviečiamus kandidatus

Kriterijus: Specifinis vidutinis metinis apyvartumas

Atrankos kriterijaus aprašymas: 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).

Informacija apie dvių etapų procedūros antrąjį etapą:

Mažiausias į antrąjį procedūros etapą kviečiamų kandidatų skaičius: 3

Didžiausias į antrąjį procedūros etapą kviečiamų kandidatų skaičius: 3

Procedūra vyks nuosekliais etapais. Kiekviena etape kai kurie dalyviai gali būti pašalinti. Pirkėjas pasilieka teisę skirti sutartį remdamasis pirminiais pasiūlymais ir be derybų.

5.1.10. Skirimo kriterijai

Kriterijus:

Rūšis: Kokybė

Pavadinimas: Bewertung des Konzepts

Aprašymas: 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.

Kategorija skyrimo kriterijaus svoris: Lyginamasis svoris (procentinė dalis, tikslus skaičius)
Skyrimo kriterijus: skaičius: 60

Kriterijus:

Rūšis: Kaina

Pavadinimas: Preis

Aprašymas: 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 %.

Kategorija skyrimo kriterijaus svoris: Lyginamasis svoris (procentinė dalis, tikslus skaičius)
Skyrimo kriterijus: skaičius: 40

5.1.11. Pirkimo dokumentai

Kalbos, kuriomis oficialiai skelbiami pirkimo dokumentai: vokiečių kalba

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

5.1.12. Pirkimo sąlygos

Procedūros sąlygos:

Numatoma kvietimų pateikti pasiūlymus išsiuntimo data: 13/07/2026

Pateikimo sąlygos:

Pateikimas elektroninėmis priemonėmis: Neprivalomos

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

Aprašymas: nur elektronische Einzureichung

Kalbos, kuriomis galima pateikti pasiūlymus arba dalyvavimo prašymus: vokiečių kalba

Elektroninis katalogas: Draudžiamos

Alternatyvūs pasiūlymai: Draudžiamos

Dalyviai gali pateikti daugiau kaip vieną pasiūlymą: Draudžiamos

Dalyvavimo prašymų priėmimo terminas: 06/07/2026 23:59:00 (UTC+02:00) Rytų Europos laikas, Vidurio Europos vasaros laikas

Informacija, kurią galima papildyti po pateikimo termino:

Pirkėjo nuožiūra, visi trūkstami su konkurso dalyviais susiję dokumentai gali būti pateikti vėliau.

Papildoma informacija: es gilt § 56 Abs 2, 3 VgV

Sutarties sąlygos:

Sutartis turi būti vykdoma pagal globojamų darbo grupių užimtumo programas: Ne

Būtinasis konfidencialumo susitarimas: ne

Elektroninės sąskaitos faktūros: Neprivalomos

Bus naudojami elektroniniai užsakymai: taip

Bus naudojami elektroniniai mokėjimai: taip

5.1.15. Metodai

Preliminarioji sutartis:

Preliminarioji sutartis, neskelbiant naujo konkurso

Didžiausias dalyvių skaičius: 3

Informacija apie dinaminę pirkimo sistemą:

Dinaminės pirkimo sistemos nėra

5.1.16. Išsamesnė informacija, tarpininkavimas ir peržiūra

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

Informacija apie peržiūros terminus: 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.

Organizacija, teikianti papildomą informaciją apie pirkimo procedūrą: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Organizacija, teikianti neinternetinę prieigą prie pirkimo dokumentų: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Organizacija, teikianti daugiau informacijos apie peržiūros procedūras: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

8. Organizacijos

8.1. ORG-0001

Oficialus pavadinimas: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn
Registracijos numeris: USt-ID. DE321701079
Pašto adresas: Ostseeallee 19
Miestas: Ostseebad Kühlungsborn
Pašto kodas: 18225
Šalies administracinis vienetas (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)
Šalis: Vokietija
Ryšių centras: POLARIS Rechtsanwälte Rode Schulz und Partner mbB
E. paštas: info@polaris.law
Telefono numeris: +49381491440
Interneto adresas: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>
Pirkėjo profilis: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>

Šios organizacijos vaidmenys:

Pirkėjas

Organizacija, teikianti papildomą informaciją apie pirkimo procedūrą

Organizacija, teikianti neinternetinę prieigą prie pirkimo dokumentų

8.1. ORG-0002

Oficialus pavadinimas: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit
Registracijos numeris: VKMV-13-L50010000000-78
Pašto adresas: Johannes-Stelling-Str. 14
Miestas: Schwerin
Pašto kodas: 19053
Šalies administracinis vienetas (NUTS): Schwerin, Kreisfreie Stadt (DE804)
Šalis: Vokietija
E. paštas: vergabekammer@wm.mv-regierung.de
Telefono numeris: +4938558815164
Interneto adresas: <https://www.regierung-mv.de/Landesregierung/wm/Das-Ministerium/Vergabekammern/>

Šios organizacijos vaidmenys:

Peržiūros organizacija

Organizacija, teikianti daugiau informacijos apie peržiūros procedūras

8.1. ORG-0003

Oficialus pavadinimas: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)
Registracijos numeris: 0204:994-DOEVD-83
Miestas: Bonn
Pašto kodas: 53119
Šalies administracinis vienetas (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)
Šalis: Vokietija
E. paštas: noreply.esender_hub@bescha.bund.de
Telefono numeris: +49228996100
Šios organizacijos vaidmenys:
TED eSender

Skelbimo informacija

Skelbimo identifikatorius / versija: 019e97d0-6ad7-4ac2-b414-918c4f528f31 - 01

Formos tipas: Konkursas

Skelbimo rūšis: Skelbimas apie pirkimą arba koncesiją. Įprasta tvarka

Skelbimo porūšis: 16

Skelbimo išsiuntimo data: 05/06/2026 16:25:41 (UTC+02:00) Rytų Europos laikas, Vidurio Europos vasaros laikas

Kalbos, kuriomis šis skelbimas oficialiai skelbiamas: vokiečių kalba

Skelbimo paskelbimo numeris: 392841-2026

OL S numeris: 109/2026

Paskelbimo data: 09/06/2026