

537622-2026 - Kompetizzjoni

Il-Ġermanja – Servizi tar-reklamar u l-marketing – Rahmenvertrag Personalmarketing und Employer Branding

OJ S 148/2026 04/08/2026

Avviż tal-kuntratt jew tal-konċessjoni – reġim standard
Servizzi

1. Xerrej

1.1. Xerrej

Isem uffiċjali: Universität Trier

Email: vergabe@uni-trier.de

Tip legali tax-xerrej: Korp irregolat bil-liġi pubblika, ikkontrollat minn awtorità reġionali

Attività tal-awtorità kontraenti: Edukazzjoni

2. Proċedura

2.1. Proċedura

Titlu: Rahmenvertrag Personalmarketing und Employer Branding

Deskrizzjoni: Ziel dieser Ausschreibung ist der Abschluss eines Rahmenvertrags mit einer leistungsstarken Personalmarketing- und Employer-Branding-Agentur, die die Universität Trier bei der Entwicklung und Umsetzung einer strategisch fundierten, modernen und wirkungsvollen Arbeitgeberkommunikation für bestehende Beschäftigte sowie externe Bewerberinnen und Bewerber unterstützt - sowohl dauerhaft strategisch als auch operativ.

Identifikatur tal-proċedura: c2daf8c9-1ab3-4321-9e46-f22bc798f6b1

Identifikatur intern: 3301152001/ RV Abt.III/V

Tip ta' proċedura: Miftuħa

Il-proċedura hija aċċellerata: Ie

Elementi prinċipali tal-proċedura: Der Zeitplan ist ein Richtwert. Verbindlich ist allein das in der Bekanntmachung veröffentlichte Datum für den Ablauf der Angebotsfrist. Die Universität Trier behält sich Anpassungen vor, insbesondere bei der Terminvergabe und Durchführung der Bieterpräsentationen. Bekanntmachung (TED und national) ca. 03.08.2026 Start der 30-Tage-Frist Ablauf der Angebotsfrist ca. 04.09.2026 Mind. 30 Tage nach Veröffentlichung Angebotsprüfung und -wertung ca. 04.09.-16.09.2026 ca. 10 Arbeitstage Information über Einladung zur Präsentation bis ca. 18.09.2026 Alle Bieter werden informiert Bieterpräsentationen (Pitch) ca. 23.09.-16.10.2026 Individuelle Terminvergabe Abschluss Gesamtwertung bis ca. 20.10.2026 Inkl. Präsentationsbewertung Vorabinformation gem. § 134 GWB bis ca. 22.10.2026 10-Tage-Wartefrist vor Zuschlag Zuschlagserteilung (geplant) bis ca. 03.11.2026 Nach Ablauf der Wartefrist Vertragsbeginn 01.01.2027 -

2.1.1. Għan

Natura tal-kuntratt: Servizi

Klassifikazzjoni prinċipali (cpv): 79340000 Servizi tar-reklamar u l-marketing

Klassifikazzjoni addizzjonali (cpv): 79341000 Servizi tar-reklamar, 79342000 Servizi ta' marketing, 79413000 Servizi ta' konsulenza dwar amministrazzjoni tal-marketing

2.1.2. Post tal-prestazzjoni

Indirizz postali: Universitätsring 15

Belt: Trier

Kodiċi postali: 54296

Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Trier, Kreisfreie Stadt (DEB21)

Pajjiż: Il-Ġermanja

2.1.3. Valur

Valur stmat mingħajr VAT: 520 000,00 EUR

Valur massimu tal-ftehim qafas: 520 000,00 EUR

2.1.4. Informazzjoni ġenerali

Informazzjoni addizzjonali: #Bekanntmachungs-ID: CXPDYDCYK8Z# Digitale Rechnungen im Format PDF: rechnung@uni-trier.de Elektronische Rechnungen im Format X-Rechnung /ZUGFeRD: Rechnungen per E-Mail müssen IMMER an folgende Mailadresse geschickt werden: ZRE-rlp@Poststelle.rlp.de Leitweg-ID: 07-HSUNITR000000-49

Baži legali:

Direttiva 2014/24/UE

vgv -

2.1.6. Raġunijiet għall-esklużjoni

Sors tal-motivi għall-eżklużjoni: Avviż, Dokument tal-Akkwist

Ksur tal-obbligi stabbiliti skont raġunijiet ta' esklużjoni purament nazzjonali: Es ist eine Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von Ausschlussgründen vorzulegen: Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von zwingenden Ausschlussgründen nach § 123 GWB und zum Nichtvorliegen fakultativer Ausschlussgründe nach § 124 GWB. Für das Nichtvorliegen folgender Ausschlussgründe sind explizite Nachweispflichten zu erfüllen: - Verstöße gegen Verpflichtungen zur Zahlung von Steuern oder Abgaben - Verstöße gegen Verpflichtungen zur Zahlung von Sozialversicherungsbeiträgen --> zu erbringender Nachweis:

Unbedenklichkeitsbescheinigung der tariflichen Sozialkasse (sofern Beitragspflicht besteht) und des Finanzamtes - Verstöße gegen sozialrechtliche Verpflichtungen - Verstöße gegen arbeitsrechtliche Verpflichtungen -->zu erbringender Nachweis: Mustererklärung nach § 4 LTTG Ab einer Auftragssumme von 30.000 Euro netto wird der Auftraggeber für den Bieter, auf dessen Angebot der Zuschlag erteilt werden soll, einen Auszug aus dem Wettbewerbsregister anfordern.

Partecipazzjoni f'organizzazzjoni kriminali: Ausschluss zur Sicherstellung der Integrität und Rechtstreue der Auftragnehmer.

Reati terroristiċi jew reati marbuta ma' attivitajiet terroristiċi: Ausschluss zur Wahrung der öffentlichen Sicherheit und zur Einhaltung gesetzlicher Vorgaben.

Hasil tal-flus jew finanzjament tat-terroriżmu: Ausschluss zur Vermeidung von Geschäftsbeziehungen mit Unternehmen, die gegen grundlegende Compliance-Anforderungen verstoßen.

Frodi: Ausschluss zur Sicherstellung eines rechtmäßigen und vertrauenswürdigen Wettbewerbs.

Il-korruzzjoni: Ausschluss zur Wahrung der Integrität des Vergabeverfahrens und zur Korruptionsprävention.

Thaddim tat-tfal u forom oħra ta' traffikar tal-bnedmin: Ausschluss zur Einhaltung grundlegender menschenrechtlicher und sozialer Standards.

Ksur tal-obbligu relatat mal-ħlas tat-taxxi: Ausschluss zur Sicherstellung der wirtschaftlichen Zuverlässigkeit und Gesetzestreue der Bieter.

Ksur tal-obbligu relatat mal-ħlas tal-kontribuzzjonijiet tas-sigurtà soċjali: Ausschluss zur Gewährleistung der Einhaltung sozialversicherungsrechtlicher Verpflichtungen.

Ksur tal-obbligi fl-oqsma tal-liġi ambjentali: Ausschluss zur Förderung nachhaltiger und rechtskonformer Auftragsausführung.

Ksur tal-obbligi fl-oqsma tal-liġi soċjali: Ausschluss zur Sicherstellung der Einhaltung geltender sozialrechtlicher Standards.

Ksur tal-obbligi fl-oqsma tal-liġi tax-xogħol: Ausschluss zur Gewährleistung der Einhaltung arbeitsrechtlicher Vorschriften und fairer Arbeitsbedingungen.

Insolvenza: Ausschluss zur Sicherstellung der ordnungsgemäßen und wirtschaftlich stabilen Auftragsausführung.

Assijiet amministrati minn likwidatur: Ausschluss zur Minimierung von Risiken für die Vertragserfüllung.

L-attivitajiet kummerċjali huma sospizi: Ausschluss, da die ordnungsgemäße Leistungserbringung nicht gewährleistet werden kann.

Sitwazzjoni analoga bħal falliment skont il-liġi nazzjonali: Ausschluss aufgrund erheblicher Zweifel an der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit.

Imġiba professjonali serjament ħażina: Ausschluss zur Sicherstellung der Zuverlässigkeit und Integrität der Auftragnehmer.

Ftehimiet ma' operaturi ekonomiċi oħrajn li għandhom l-għan li jikkawżaw distorsjoni tal-kompetizzjoni: Ausschluss zur Gewährleistung eines fairen und unverfälschten Wettbewerbs.

Kunflitt ta' interess minħabba l-partecipazzjoni tiegħu fil-proċedura ta' akkwist: Ausschluss zur Sicherstellung der Gleichbehandlung aller Bieter und der Transparenz des Vergabeverfahrens.

Involvement dirett jew indirett fit-tnejn ta' din il-proċedura ta' akkwist: Ausschluss zur Vermeidung unzulässiger Wettbewerbsvorteile.

Terminazzjoni bikrija, danni jew sanzjonijiet komparabbli oħra: Ausschluss zur Sicherstellung einer ordnungsgemäßen und zuverlässigen Auftragsausführung.

Dikjarazzjoni falza, informazzjoni moħbija, ma setgħux jiġu pprovduti d-dokumenti meħtieġa jew inkisbet informazzjoni kunfidenzjali ta' din il-proċedura: Ausschluss zur Wahrung der Transparenz, Gleichbehandlung und Integrität des Vergabeverfahrens.

5. Lott

5.1. Lott: LOT-0001

Titlu: Rahmenvertrag Personalmarketing und Employer Branding

Deskrizzjoni: Die Universität Trier steht wie alle öffentlichen Bildungs- und Forschungseinrichtungen vor einer zunehmend wettbewerbsintensiven Situation auf dem Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte. Qualifizierte Bewerberinnen und Bewerber - insbesondere in den Bereichen Wissenschaft, IT, Verwaltung und technischer Dienst - werden von einer Vielzahl von Arbeitgebern aus Privatwirtschaft und öffentlichem Sektor umworben. Der erhöhte Bedarf an professionellem Personalmarketing erfordert ein Vorgehen, das operativ entlastend, qualitativ konsistent, gestalterisch und kanalübergreifend einheitlich umgesetzt wird und strategisch anschlussfähig an das neue Markenkonzept der Universität bleibt. Bislang beschränkten sich die Personalmarketingaktivitäten der Universität im Wesentlichen auf die operative Schaltung von Stellenanzeigen in Print- und Onlinemedien. Eine übergeordnete Employer-Branding-Strategie, eine definierte Employer Value Proposition (EVP) sowie ein systematisches, datengestütztes Recruiting-Marketing fehlen bisher. Mit dem Abschluss des Markenprozesses im Laufe des Jahres 2026 schafft die Universität erstmals eine fundierte Grundlage für eine strategisch kohärente Arbeitgeberkommunikation. Die zu beauftragende Agentur muss insbesondere folgende Kompetenzen mitbringen: - fundierte Kenntnis aktueller Markt- und Recruiting-Entwicklungen sowie deren Übertragung auf den Hochschulkontext; - nachweisliche Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Universitäten und im Wissenschafts-Recruiting; - konsequente Orientierung am Employer-Branding-Konzept der Universität und dessen stringente Umsetzung in allen Maßnahmen; - aktive Unterstützung einer konsistenten und wiedererkennbaren Arbeitgeberpositionierung; - hohe kreative und

gestalterische Qualität im Einklang mit dem Markenkonzept der Universität; - Entwicklung systematischer, skalierbarer und anwendungsfähiger Formatlogiken für Print und digitale Kanäle; - eigenständige, strukturierte und verlässliche Umsetzung der Aufgaben mit gleichbleibend hoher Qualität, auch bei einer großen Zahl paralleler Ausschreibungen. Vor diesem Hintergrund beabsichtigt die Universität Trier, eine leistungsstarke Agentur als strategischen Partner zu gewinnen, die alle relevanten Leistungen aus einer Hand erbringen kann. Die Notwendigkeit einer integrierten Leistungserbringung ergibt sich insbesondere aus: - der engen inhaltlichen Verzahnung von Strategie, Kreation, Media-Planung und Performance-Optimierung, die eine konsistente Markenführung erfordert; - dem Erfordernis einer einheitlichen Steuerung der Kommunikationsmaßnahmen zur Vermeidung von Qualitätsbrüchen; - der Notwendigkeit, datenbasierte Erkenntnisse aus dem Performance-Marketing direkt in die strategische Weiterentwicklung der Arbeitgebermarke einfließen zu lassen; - der Reduktion von Schnittstellen und Abstimmungsaufwänden auf Seiten der Universität; - dem Ziel einer dauerhaften Qualitätssicherung durch eine Agentur, die den Gesamtprozess vom strategischen Konzept bis zur operativen Umsetzung verantwortet. Die zu beauftragende Agentur soll insbesondere: - eine Employer-Branding-Strategie für die Universität Trier entwickeln und fortlaufend weiterentwickeln; - eine Employer Value Proposition (EVP) definieren, die die Universität Trier als Arbeitgeberin authentisch und differenzierend positioniert; - strategische Beratung zu allen Fragen des Personalmarketings und der Recruiting-Kommunikation leisten - dauerhaft, nicht nur zu Projektbeginn; - operative Recruiting- und Personalmarketingmaßnahmen planen, umsetzen und optimieren; - moderne, zielgruppengerechte Stellenanzeigen und Kampagnen entwickeln und schalten; - digitale Recruiting-Kanäle professionell bespielen und weiterentwickeln; - Performance-Marketing und datenbasierte Optimierung einsetzen; - die neue Website der Universität Trier (Launch geplant für Anfang Q2 2027) bei der Umsetzung eines überzeugenden Karrierebereichs strategisch und operativ begleiten. Alle Details finden Sie im Leistungsverzeichnis bzw. den Vergabeunterlagen.

Identifikatur intern: 3301152001/ RV Abt.III/V

5.1.1. Għan

Natura tal-kuntratt: Servizi

Klassifikazzjoni prinċipali (cpv): 79340000 Servizi tar-reklamar u l-marketing

Klassifikazzjoni addizzjonali (cpv): 79341000 Servizi tar-reklamar, 79342000 Servizi ta' marketing, 79413000 Servizi ta' konsulenza dwar amministrazzjoni tal-marketing

5.1.2. Post tal-prestazzjoni

Indirizz postali: Universitätsring 15

Belt: Trier

Kodiċi postali: 54296

Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Trier, Kreisfreie Stadt (DEB21)

Pajjiż: Il-Ġermanja

5.1.3. Tul ta' żmien stmat

Tul ta' żmien: 2 Snin

5.1.4. Tiġdid

Numru massimu ta' tiġdid: 2

Informazzjoni oħra dwar it-tiġdid: Vertragsbeginn 1. Januar 2027 Grundlaufzeit 2 Jahre (1. Januar 2027-31. Dezember 2028) Verlängerungsoption Automatische jährliche Verlängerung um 12 Monate, sofern keine Partei 6 Monate vor Laufzeitende schriftlich kündigt Maximale Gesamtlaufzeit 4 Jahre (bis längstens 31. Dezember 2030); endet automatisch ohne

Kündigung Kündigungsfrist 6 Monate zum jeweiligen Laufzeitende Der geschätzte Auftragswert ohne MwSt. ergibt sich aus dem maximal geschätzten Auftragsvolumen für 4 Jahre. Diese Angaben stellen ausschließlich Schätzwerte für die Bieterkalkulation dar und begründen keine Abnahmepflicht des Auftraggebers.

5.1.6. Informazzjoni ġenerali

Parteċipazzjoni riżervata:

Il-parteċipazzjoni mhijiex riżervata.

Iridu jingħataw l-ismijiet u l-kwalifiki professjonali tal-istaff assenjat biex iwettaq il-kuntratt:

Rekwizit tal-offerta

Proġett ta' akkwist mhux iffinanzjat mill-Fondi tal-UE

L-akkwist huwa kopert mill-Ftehim dwar l-Akkwisti Pubbliċi (GPA): le

Dan l-akkwist huwa adattat ukoll għall-intrapriżi żgħira u ta' daqs medju (SMEs): le

5.1.7. Akkwist strateġiku

Għan tal-akkwist strateġiku: Ebda akkwist strateġiku

5.1.9. Kriterji tal-għażla

Sors tal-kriterji ta' għażla: Avviż

Kriterju: Volum ta' negozju annwali ġenerali

Deskrizzjoni tal-kriterju ta' selezzjoni: Eigenerklärung zum Gesamtumsatz des Unternehmens sowie den Umsatz bezüglich der besonderen Leistungsart, die Gegenstand der Vergabe ist, jeweils bezogen auf die letzten drei Geschäftsjahre.

Kriterju: Volum ta' negozju annwali speċifiku

Deskrizzjoni tal-kriterju ta' selezzjoni: Eigenerklärung zum Gesamtumsatz des Unternehmens sowie den Umsatz bezüglich der besonderen Leistungsart, die Gegenstand der Vergabe ist, jeweils bezogen auf die letzten drei Geschäftsjahre.

Kriterju: Volum ta' negozju annwali medju

Deskrizzjoni tal-kriterju ta' selezzjoni: Als Nachweis ist vorzulegen: Erklärung über einen durchschnittlichen Jahresumsatz von mindestens dem Zweifachen des geschätzten jährlichen Auftragsvolumens, mindestens jedoch 200.000 EUR netto, in den letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahren (2023, 2024, 2025) - belegt durch Eigenerklärung oder Jahresabschlüsse.

Kriterju: Assigurazzjoni ta' indennità għar-riskji professjonali

Deskrizzjoni tal-kriterju ta' selezzjoni: Eigenerklärung, dass der Bieter bzw. die Bietergemeinschaft über eine ausreichende Berufs- bzw. Betriebshaftpflichtversicherung verfügt oder eine Haftpflichtversicherung mit markt-üblichen Haftpflichtdeckungssummen im Falle der Auftragserteilung abgeschlossen wird. --> zu erbringender Nachweis: Einreichung eines gültigen Versicherungsscheins

Kriterju: Referenzi fuq servizzi speċifiċi

Deskrizzjoni tal-kriterju ta' selezzjoni: Bieter haben mindestens zwei Referenzprojekte vorzulegen: - Inhaltliche Vergleichbarkeit: Leistungen im Bereich Employer Branding, Personalmarketing oder Recruiting-Kommunikation. - Zeitliche Relevanz: Erbracht in den letzten fünf Jahren (2020-2025). - Wertmäßige Vergleichbarkeit: Auftragsvolumen mindestens 50.000 EUR netto pro Pro-jekt/Jahr. - Mindestens eine Referenz aus dem deutschen öffentlichen Sektor (Behörden, Hochschulen, öffentliche Unternehmen oder vergleichbare Einrichtungen). Mehrere Aufträge für denselben Auftraggeber werden als separate

Referenzen gewertet, sofern sie inhaltlich eigenständige Projekte darstellen. Die Referenzen umfassen folgende Angaben: Bezeichnung der Leistung, Auftraggeber mit Ansprechperson (Name, Telefon, E-Mail), Auftragswert (netto), Leistungszeitraum, kurze Beschreibung der erbrachten Leistungen. Der Auftraggeber behält sich vor, Referenzen zu überprüfen.

Kriterju: Kwalifiki edukattivi u professionali rilevanti

Deskrizzjoni tal-kriterju ta' selezzjoni: II. Qualifikation Kernteam Der Bieter benennt das vorgesehene Kernteam und weist nach: - Projektleitung/Beratung Senior Level: Mindestens 5 Jahre Berufserfahrung im Bereich Employer Branding, Personalmarketing oder strategische Kommunikation; Erfahrung in der Steuerung von Projekten mit öffentlichen Auftraggebern. - Deutschsprachigkeit: Alle operativ tätig werdenden Kernteammitglieder verfügen über sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift. - Internationale Sprachkompetenz: Mindestens ein Teammitglied verfügt über Sprachkenntnisse in Englisch und/oder Französisch auf mindestens B2-Niveau. Dies ist angesichts der dreisprachigen Ausrichtung und der Großregion-Lage der Universität Trier erforderlich. - Teamkapazität: Ausreichende personelle Kapazitäten für die gesamte Vertragslaufzeit; Vertretungsregelungen bei Personalwechsel sind darzustellen. --> Der Nachweis für alle genannten Qualifikationen erfolgt über Kurzlebensläufe (max. 2 Seiten je Person); weitere Nachweise (wie Zertifikate o. ä.) müssen nicht vorgelegt werden.

Kriterju: Sigurtà tal-informazzjoni

Deskrizzjoni tal-kriterju ta' selezzjoni: Sonstiges Beinhaltet das Angebot Beratungs- oder Schulungsleistungen, wird das eingesetzte Personal nicht die "Technologie von L. Ron Hubbard" zur Erfüllung des Auftrags anwenden, lehren oder in sonstiger Weise verbreiten. Der / die Bewerber / Bieter gehört / gehören nicht zu den in Artikel 5 k) Absatz 1 der Verordnung (EU) Nr. 833/2014 in der Fassung des Art. 1 Ziff. 23 der Verordnung (EU) 2022/576 des Rates vom 8. April 2022 über restriktive Maßnahmen angesichts der Handlungen Russlands, die die Lage in der Ukraine destabilisieren, genannten Personen oder Unternehmen, die einen Bezug zu Russland im Sinne der Vorschrift aufweisen. Uns ist bewusst, dass eine wissentlich falsche Erklärung im Formblatt unseren Ausschluss vom Wettbewerb und von weiteren Auftragserteilungen zur Folge haben kann. Ich/wir erkläre/n mich/uns damit einverstanden, dass die auftraggebende Stelle jederzeit das Recht hat diese Eigenerklärung zu überprüfen und ich/wir auf Anforderung, notwendige Bescheinigungen, Nachweise und/oder Bestätigungen zuständiger Stellen zum von der auftraggebenden Stelle genannten Zeitpunkt zur Verfügung stellen werde/n. Ich/Wir erkläre/n mich/uns damit einverstanden, dass die von mir/uns mitgeteilten personenbezogenen Daten zum Zweck des Vergabeverfahrens und ggf. zustande kommenden Vertragsverhältnisses verarbeitet und gespeichert werden dürfen. Ich bin/Wir sind damit einverstanden, dass der Name meines/unseres Unternehmens und ggf. weitere rechtlich zugelassenen Inhalte zur Bewerbung oder zum Angebot vor oder nach der Auftragserteilung den nicht berücksichtigten Bewerbenden oder Bietenden mitgeteilt werden.

Kriterju: Ġestjoni tal-katina ta' provvista

Deskrizzjoni tal-kriterju ta' selezzjoni: Der Bieter erklärt, dass er - soweit für die angebotenen Leistungen relevant - Maßnahmen zur Sicherstellung der Integrität und Nachvollziehbarkeit der Lieferkette erfolgt hat und - soweit gesetzlich vorgesehen - insbesondere die Vorgaben des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz bzw. allgemeine Anforderungen an eine nachhaltige und transparente Lieferkette berücksichtigt.

5.1.10. Kriterji tal-ġhoti

Kriterju:

Tip: Prezz

Isem: Preis (Gesamthonorarbewertung) [Gewichtung 30 %; GP 6; max.30 Punkte]

Deskrizzjoni: Den Zuschlag erhält das wirtschaftlichste Angebot im Sinne des besten Preis-Leistungs-Verhältnisses (§ 127 Abs. 1 GWB). Erläuterung der Bewertungsmethode (GP-Methode) Jedes Qualitätskriterium wird mit Rohpunkten (RP) von 0 bis 5 bewertet. Diese Rohpunkte werden mit dem jeweiligen Gewichtungsfaktor (GP = Gewichtungspunkte) multipliziert. $1 \text{ GP} = 5 \% \text{ Gewichtung}$ Gewichtete Punktzahl = Rohpunkte (0-5) $\times$ GP Beispiel: Kriterium II (Konzept) hat 4 GP. Ein Bieter erhält 4 von 5 Rohpunkten. Gewichtete Punkte = $4 \times 4 = 16$ von maximal 20. Maximal erreichbare Gesamtpunktzahl: $20 \text{ GP} \times 5 \text{ RP} = 100 \text{ Punkte}$. Bewertungsformel Preis: Der niedrigste Jahresgesamtpreis (Preisblatt C Leistungskorb) erhält die Höchstpunktzahl. Die übrigen Angebote werden im Verhältnis dazu bewertet.

Medienkosten und Agenturhonorare sollten dabei nach Möglichkeit getrennt ausgewiesen werden, um die Vergleichbarkeit zu verbessern. RP Abweichung vom günstigsten Angebot GP Punkte 5 Günstigstes Angebot 6 30 4 bis 16,7 % teurer 6 24 3 bis 33,4 % teurer 6 18 2 bis 50,1 % teurer 6 12 1 bis 66,8 % teurer 6 6 0 Mehr als 66,8 % teurer 6 0

Kategorija tal-kriterju tal-għoti piż: Fattur ta' ponderazzjoni (punti, eżatt)

Numru tal-kriterju għall-għoti: 30

Kriterju:

Tip: Kwalità

Isem: Qualität des strategischen Konzepts [Gewichtung 20 %; GP 4; max. 20 Punkte]

Deskrizzjoni: Bewertet wird die Konzeptskizze (max. 10 Seiten) gemäß folgender Unterkriterien. Nr. Unterkriterium GP Max. RP Max. Pkt. II.1 Tiefe und Überzeugungskraft des methodischen Ansatzes zur EVP-Entwicklung 2 5 10 II.2 Verständnis der spezifischen Situation einer öffentlichen Hochschule und des Arbeitsmarkts 1 5 5 II.3 Kreative Erstidee: Überzeugungskraft und Originalität des ersten Positionierungsansatzes für die Uni Trier 1 5 5 Gesamt II 4 - 20 Bewertungsmaßstab II.1 (EVP-Methodik): - 5 RP: Vollständige, klar strukturierte Methodik mit Analyse-, Synthese-, Implementierungs- und Lernphase; klarer Hochschulbezug. - 3 RP: Wesentliche Phasen benannt, aber ohne ausreichende Tiefe oder Konkretheit. - 1 RP: Sehr allgemein; kaum erkennbarer Bezug zum spezifischen Auftrag. - 0 RP: Kein Konzept oder vollständig unzureichend.

Kategorija tal-kriterju tal-għoti piż: Fattur ta' ponderazzjoni (punti, eżatt)

Numru tal-kriterju għall-għoti: 20

Kriterju:

Tip: Kwalità

Isem: Referenzen und Erfahrung [Gewichtung 20 %; GP 4; max. 20 Punkte]

Deskrizzjoni: Nr. Unterkriterium GP Max. RP Max. Pkt. III.1 Anzahl und Qualität vergleichbarer Projekte im deutschen öffentlichen Sektor (letzte 5 Jahre) 2 5 10 III.2 Nachweisliche Erfahrung mit Hochschulen oder Wissenschaftseinrichtungen 1 5 5 III.3 Erfahrung mit datengetriebenen Kampagnen und Performance Marketing 1 5 5 Gesamt III 4 - 20 Bewertungsmaßstab III.1 (Projekte im öffentlichen Sektor): RP Kriterium 5 5 oder mehr vergleichbare Projekte im öffentlichen Sektor (letzte 5 Jahre), davon mind. 2 mit Hochschulen 4 3-4 vergleichbare Projekte im öffentlichen Sektor, davon mind. 1 mit einer Hochschule oder vergleichbarer Einrichtung 3 2 vergleichbare Projekte im öffentlichen Sektor 2 1 vergleichbares Projekt im öffentlichen Sektor; weitere vergleichbare Projekte in der Privatwirtschaft 1 Keine Projekte im öffentlichen Sektor, aber mehrere vergleichbare privatwirtschaftliche Projekte mit strategischer Tiefe 0 Keine vergleichbaren Referenzprojekte

Kategorija tal-kriterju tal-għoti piż: Fattur ta' ponderazzjoni (punti, eżatt)

Numru tal-kriterju għall-għoti: 20

Kriterju:

Tip: Kwalità

Isem: Teamqualität [Gewichtung 10 %; GP 2; max. 10 Punkte]

Deskrizzjoni: Nr. Unterkriterium GP Max. RP Max. Pkt. IV.1 Seniorität und Qualifikation der Projektleitung (inkl. Public-Sector-Erfahrung) 1 5 5 IV.2 Breite und Interdisziplinarität des Kernteams (Strategie, Kreation, Digital, Beratung) 1 5 5 Gesamt IV 2 - 10 Bewertungsmaßstab IV.1 (Projektleitung): - 5 RP: Mehr als 10 Jahre Berufserfahrung im Employer Branding oder Personalmarketing; nachweislich erfolgreiche Projekte mit öffentlichen Auftraggebern. - 3 RP: 5-10 Jahre Berufserfahrung; Hochschul- oder Public-Sector-Erfahrung vorhanden, aber weniger ausgeprägt. - 1 RP: Weniger als 5 Jahre Erfahrung oder unvollständige Nachweise. - 0 RP: Keine nachvollziehbaren Angaben zur Projektleitung.

Kategorija tal-kriterju tal-għoti piż: Fattur ta' ponderazzjoni (punti, eżatt)

Numru tal-kriterju għall-għoti: 10

Kriterju:

Tip: Kwalità

Isem: Bieterpräsentation (Pitch) [Gewichtung 20 %; GP 4; max. 20 Punkte]

Deskrizzjoni: Nr. Unterkriterium GP Max. RP Max. Pkt. V.1 Darstellung der strategischen Kompetenz im Rahmen der Präsentation (Tiefe der Analyse, Qualität des Konzeptansatzes) 1 5 5 V.2 Operative Überzeugungskraft im Rahmen der Präsentation (Qualität der Case Studies, Praxisnähe) 1 5 5 V.3 Darstellung der kreativen Erstidee im Rahmen der Präsentation (Originalität, Relevanz für die Uni Trier, kreatives Potenzial) 1 5 5 V.4 Teamkompetenz (Auftreten, Rollenklarheit, fachliche Breite und Tiefe im Q&A) 1 5 5 Gesamt V 4 - 20 Die Bewertung erfolgt durch ein Gremium (mind. 3 Personen auf Auftraggeberseite). Jedes Gremiumsmitglied vergibt Rohpunkte nach der einheitlichen Skala (s. 7.2); der arithmetische Mittelwert wird gebildet und mit dem GP multipliziert.

Kategorija tal-kriterju tal-għoti piż: Fattur ta' ponderazzjoni (punti, eżatt)

Numru tal-kriterju għall-għoti: 20

5.1.11. Dokumenti tal-akkwist

Lingwi li bihom id-dokumenti tal-akkwist huma disponibbli uffiċjalment: Ġermaniż

Skadenza biex tintalab informazzjoni addizzjonali: 25/08/2026 23:59:59 (UTC+02:00) Hin tal-Ewropa tal-Lvant, Hin tas-sajf tal-Ewropa Ċentrali

Indirizz tad-dokumenti tal-akkwist: <https://landesverwaltung.vergabe.rlp.de/VMPSatellite/notice/CXPDYDCYK8Z/documents>

Mezz ta' komunikazzjoni ad hoc:

URL: <https://landesverwaltung.vergabe.rlp.de/VMPSatellite/notice/CXPDYDCYK8Z>

5.1.12. Termini tal-akkwist

Termini tas-sottomissjoni:

Sottomissjoni elettronika: Meħtieġa

Indirizz għas-sottomissjoni: <https://landesverwaltung.vergabe.rlp.de/VMPSatellite/notice/CXPDYDCYK8Z>

Lingwi li bihom jistgħu jiġu sottomessi offerti jew talbiet għall-partecipazzjoni: Ġermaniż

Katalogu elettroniku: Mhux permessa

Varjanti: Permissa

L-offerenti jistgħu jifgħu aktar minn offerta waħda: Mhux permessa

Skadenza biex jintlaqgħu l-offerti: 04/09/2026 11:00:00 (UTC+02:00) Hin tal-Ewropa tal-Lvant, Hin tas-sajf tal-Ewropa Ċentrali

Perjodu waqt li l-offerta għandha tibqa' valida: 60 Jiem

Informazzjoni li tista' tiġi ssupplimentata wara l-iskadenza għas-sottomissjoni:

Fid-diskrezzjoni tax-xerrej, xi dokumenti neqsin relatati mal-offerent jistgħu jiġu pprezentati aktar tard.

Informazzjoni addizzjonali: Wertungsrelevante Unterlagen mit Einfluss auf die Bewertung /Bewertungsmatrix dürfen NICHT nachgereicht werden.

Informazzjoni dwar il-ftuħ pubbliku:

Data tal-ftuħ: 04/09/2026 11:00:00 (UTC+02:00) Ħin tal-Ewropa tal-Lvant, Ħin tas-sajf tal-Ewropa Ċentrali

Termini tal-kuntratt:

L-eżekuzzjoni tal-kuntratt għandha titwettaq fil-qafas ta' programmi ta' impjegi protetti: Le Fatturazzjoni elettronika: Permessu

Se tintuża l-ordni elettronika: iva

Se jintuża l-pagament elettroniku: iva

5.1.15. Tekniki

Ftehim qafas:

Ftehim qafas, mingħajr ma terġa' tinfetaħ il-kompetizzjoni

Numru massimu ta' parteċipanti: 1

Informazzjoni dwar is-sistema dinamika tax-xiri:

Ebda sistema dinamika ta' xiri

5.1.16. Aktar informazzjoni, medjazzjoni u rieżami

Organizzazzjoni tar-rieżami: Vergabekammer Rheinland-Pfalz beim Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Energie und Klima

Informazzjoni dwar l-iskadenzi tar-rieżami: Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung oder in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, sind spätestens bis zum Ablauf der Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Auftraggeber zu rügen. Im Übrigen sind Verstöße gegen Vergabevorschriften innerhalb einer Frist von 10 Kalendertagen nach Kenntnis gegenüber dem Auftraggeber zu rügen. Ein

Nachprüfungsantrag ist innerhalb von 15 Kalendertagen nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, bei der zuständigen Vergabekammer zu stellen (§ 160 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)). Die o. a. Fristen gelten nicht, wenn der Auftraggeber gemäß § 135 Absatz 1 Nr. 2 GWB den Auftrag ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union vergeben hat, ohne dass dies aufgrund Gesetzes gestattet ist. Setzt sich ein Auftraggeber über die Unwirksamkeit eines geschlossenen Vertrages hinweg, indem er die Informations- und Wartepflicht missachtet (§ 134 GWB) oder ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union vergeben hat, ohne dass dies aufgrund Gesetzes gestattet ist, kann die Unwirksamkeit nur festgestellt werden, wenn sie im Nachprüfungsverfahren innerhalb von 30 Kalendertagen nach der Information der betroffenen Bieter und Bewerber durch den öffentlichen Auftraggeber über den Abschluss des Vertrags, jedoch nicht später als 6 Monate nach Vertragsschluss geltend gemacht worden ist. Hat der Auftraggeber die Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union bekannt gemacht, endet die Frist 30 Kalendertage nach Veröffentlichung der Bekanntmachung der Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union (§ 135 GWB).

Organizzazzjoni li tipprovdi informazzjoni addizzjonali dwar il-proċedura tal-akkwist: Universität Trier

Organizzazzjoni li tirċievi t-talbiet għall-partekipazzjoni: Universität Trier

8. Organizzazzjonijiet

8.1. ORG-0001

Isem uffiċjali: Universität Trier

Numru tar-reġistrazzjoni: 07-HSUNITR000000-49
Indirizz postali: Universitätsring 15
Belt: Trier
Kodiċi postali: 54296
Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Trier, Kreisfreie Stadt (DEB21)
Pajjiż: Il-Ġermanja
Email: vergabe@uni-trier.de
Telefown: 06512014308

Rwoli ta' din l-organizzazzjoni:

Xerrej

Organizzazzjoni li tipprovdi informazzjoni addizzjonali dwar il-proċedura tal-akkwist

Organizzazzjoni li tirċievi t-talbiet għall-partecipazzjoni

8.1. ORG-0002

Isem uffiċjali: Vergabekammer Rheinland-Pfalz beim Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Energie und Klima

Numru tar-reġistrazzjoni: 07-0001801100000-05

Indirizz postali: Stiftsstraße 9

Belt: Mainz

Kodiċi postali: 55116

Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Mainz, Kreisfreie Stadt (DEB35)

Pajjiż: Il-Ġermanja

Telefown: +49 613116-2234

Fax: +49 613116-2113

Rwoli ta' din l-organizzazzjoni:

Organizzazzjoni tar-rieżami

8.1. ORG-0003

Isem uffiċjali: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

Numru tar-reġistrazzjoni: 0204:994-DOEVD-83

Belt: Bonn

Kodiċi postali: 53119

Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

Pajjiż: Il-Ġermanja

Email: noreply.esender_hub@bescha.bund.de

Telefown: +49228996100

Rwoli ta' din l-organizzazzjoni:

TED eSender

Informazzjoni dwar l-avviż

Identifikatur/verżjoni tal-avviż: 46dcc6a3-b656-441d-861c-1aa4a75d1279 - 01

Tip ta' formola: Kompetizzjoni

Tip ta' avviż: Avviż tal-kuntratt jew tal-konċessjoni – reġim standard

Sottotip tal-avviż: 16

Data ta' meta ntbagħat l-avviż: 03/08/2026 14:37:37 (UTC+02:00) Hin tal-Ewropa tal-Lvant,
Hin tas-sajf tal-Ewropa Ċentrali

Lingwi li bihom dan l-avviż huwa disponibbli uffiċjalment: Ġermaniż

Numru tal-pubblikazzjoni tal-avviż: 537622-2026

