

579740-2026 - Mededinging

Duitsland – Reclame- en marketingdiensten – Leadagentur Social Media

OJ S 161/2026 21/08/2026

Aankondiging van een opdracht of concessie – standaardregeling

Diensten

1. Koper

1.1. Koper

Officiële naam: Hamburg Tourismus GmbH

E-mail: ausschreibung@marketing.hamburg.de

Rechtsvorm van de koper: Overheidsonderneming

Activiteit van de aanbestedende dienst: Economische zaken

2. Procedure

2.1. Procedure

Titel: Leadagentur Social Media

Beschrijving: 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.

Identificatiecode van de procedure: c6b17f41-31dd-42d5-8aa9-c58c045c1a1e

Interne identificatiecode: HHT-SOME-20260901

Type procedure: Onderhandelingsprocedure met voorafgaande oproep tot mededinging / mededingingsprocedure met onderhandeling

De procedure wordt versneld: neen

2.1.1. Doel

Aard van het contract: Diensten

Belangrijkste classificatie (cpv): 79340000 Reclame- en marketingdiensten

2.1.2. Plaats van uitvoering

Waar dan ook

2.1.3. Waarde

Geraamde waarde exclusief btw: 1 000 000,00 EUR

2.1.4. Algemene informatie

Aanvullende informatie: #Bekanntmachungs-ID: CXP4YNSMUZK#

Rechtsgrondslag:

Richtlijn 2014/24/EU

vgv -

2.1.6. Gronden voor uitsluiting

Bronnen voor uitsluitingsgronden: Aanbestedingsstuk

5. Perceel

5.1. Perceel: LOT-0001

Titel: Leadagentur Social Media

Beschrijving: 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 Optimaliering. Dazu geh6rt auch die Konzeption und Umsetzung organischer und werblicher Social-Media-MaBnahmen sowie die Zusammenarbeit mit Creator:innen und gegebenenfalls weiteren spezialisierten Dienstleister:innen. Die Agentur soll gemeinsam mit der HHT langfristig tragfahige, wiederkehrende und skalierbare Formate entwickeln, die je nach Vereinbarung durch die HHT, die Agentur oder gemeinsam umgesetzt werden k6nnen. Neben planbaren Jahres-, Themen- und KampagnenmaBnahmen muss die Agentur bei Bedarf in der Lage sein, kurzfristig auf relevante Trends, aktuelle Anl6sse 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 Ver6ffentlichung auf den vereinbarten Kan6len umfassen. Der konkrete Umfang der (operativen) Unterst6tzung, des Community Managements und der Ver6ffentlichungsleistungen wird jeweils mit dem Einzelabruf festgelegt. Denkbar w6ren auch Media-Buchungen - dies ist keine Voraussetzung f6r die Ausschreibung, kann aber einen Vorteil bedeuten. Vorrangig soll die Agentur die HHT allerdings in der Strategie- und Kampagnenarbeit unterst6tzen. Die strategische und redaktionelle Letztentscheidung sowie die Kontrolle 6ber 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 k6nnen aus diesem Rahmenvertrag bei der zuschlagerhaltenden Bieter:in einzelne Auftr6ge bis zu einem Gesamtbudget in H6he von ca. 1.000.000 EUR zzgl. UmSt. abrufen. Der maximale Auftragswert umfasst s6mtliche 6ber die Rahmenvereinbarung beauftragten Agentur-, Produktions-, Creator-, Rechte-, Lizenz-, Tool- und sonstigen Fremdkosten, soweit sie 6ber die Rahmenvereinbarung abgerechnet werden. Von dem zuvor genannten Gesamtbudget werden 5 % als Mindestbudget definiert, welches die HHT/ HMG garantiert w6hrend der Vertragslaufzeit abrufen wird. Ein Anspruch auf Abruf 6ber das Mindestbudget hinaus besteht nicht. Anmerkung: Da die Social Media Kan6le grunds6tzlich 6berarbeitet 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 ben6tigen. Der Bieter best6tigt mit Abgabe seines Angebotes, dass er in dem vorgenannten Zeitraum Kapazit6ten zur Erbringung der Leistung hat.

Interne identificatiecode: HHT-SOME-20260901

5.1.1. Doel

Aard van het contract: Diensten

Belangrijkste classificatie (cpv): 79340000 Reclame- en marketingdiensten

5.1.2. Plaats van uitvoering

Waar dan ook

5.1.3. Geraamde duur

Looptijd: 48 Maanden

5.1.6. Algemene informatie

Voorbehouden deelname:

Deelname is niet voorbehouden.

De namen en beroepskwalificaties van het voor de uitvoering van de opdracht ingezette personeel moeten worden vermeld: Vereist in verzoek tot deelname

Aanbestedingsproject dat niet uit EU-fondsen wordt gefinancierd

De aanbesteding valt onder de Overeenkomst inzake overheidsopdrachten (GPA): ja

Deze aanbesteding is ook geschikt voor kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's): neen

5.1.7. Strategische aanbestedingen

5.1.9. Selectiecriteria

Bronnen van selectiecriteria: Aankondiging

Criterium: Specifieke jaarlijkse omzet

Beschrijving van het selectie criterium: Der nachzuweisende Mindestumsatz der letzten 3 Geschäftsjahre muss im Bereich Social Media mindestens EUR 500.000 pro Jahr betragen. De criteria zullen worden gebruikt om de gegadigden te selecteren die voor de tweede fase van de procedure zullen worden uitgenodigd

Gewicht (percentage, exact): 70,00

Criterium: Referenties voor gespecificeerde diensten

Beschrijving van het selectie criterium: 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.

Criterium: Gemiddeld jaarlijks personeelsbestand

Beschrijving van het selectie criterium: Die nachzuweisende Zahl der Beschäftigten im Bereich Social Media muss in den letzten 3 Jahren mindestens 8 Mitarbeitende (FTE) pro Jahr kumuliert betragen.

De criteria zullen worden gebruikt om de gegadigden te selecteren die voor de tweede fase van de procedure zullen worden uitgenodigd

Gewicht (percentage, exact): 30,00

Criterium: Relevante onderwijs- en beroepskwalificaties

Beschrijving van het selectie criterium: Angaben zum vorgesehenen Team: - Position im Team - Name - Besondere Expertise / Qualifikation - Berufserfahrung im angefragten Umfeld - Rolle an Referenzprojekten

Informatie over de tweede fase van een procedure in twee fasen:

Minimumaantal gegadigden dat voor de tweede fase van de procedure moet worden uitgenodigd: 3

Maximumaantal gegadigden dat voor de tweede fase van de procedure kan worden uitgenodigd: 5

De procedure verloopt in opeenvolgende fasen. In elke fase kunnen deelnemers afvallen

5.1.11. Aanbestedingsstukken

Talen waarin de aanbestedingsstukken officieel beschikbaar zijn: Duits

Termijn voor verzoeken om aanvullende informatie: 11/09/2026 23:59:59 (UTC+02:00) Oost-Europese tijd, Midden-Europese zomertijd

Adres van de aanbestedingsstukken: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YNSMUZK/documents>

Ad-hoccommunicatiekanaal:

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

5.1.12. Voorwaarden van de aanbesteding

Voorwaarden voor indiening:

Elektronische indiening: Vereist

Adres voor indiening: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YNSMUZK>

Talen waarin inschrijvingen of verzoeken tot deelname kunnen worden ingediend: Duits

Elektronische catalogus: Niet toegestaan

Varianten: Niet toegestaan

Inschrijvers mogen meer dan één inschrijving indienen: Niet toegestaan

Uiterste datum voor de ontvangst van verzoeken tot deelname: 18/09/2026 12:00:00 (UTC+02:00) Oost-Europese tijd, Midden-Europese zomertijd

Informatie die na het verstrijken van de indieningstermijn kan worden aangevuld:

Voor zover de afnemer dit toestaat, kunnen sommige ontbrekende documenten in verband met de inschrijver later worden ingediend.

Aanvullende informatie: 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.

Voorwaarden van het contract:

De uitvoering van de opdracht moet plaatsvinden binnen het kader van programma's voor maatwerkbedrijven: Neen

Voorwaarden met betrekking tot de uitvoering van de opdracht: 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.

Elektronische facturering: Vereist

Er zal worden gebruikgemaakt van elektronische orderplaatsing: ja

Er zal worden gebruikgemaakt van elektronische betaling: ja

Financiële regeling: 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. Technieken

Raamovereenkomst:

Geen raamovereenkomst

Informatie over het dynamische aankoopstelsel:

Geen dynamisch aankoopstelsel

5.1.16. Nadere inlichtingen, bemiddeling en evaluatie

Organisatie voor beroepsprocedures: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Organisatie die nadere inlichtingen over de aanbestedingsprocedure verstrekt: Hamburg Tourismus GmbH

Organisatie die meer informatie geeft over beroepsprocedures: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Organisatie die verzoeken tot deelname ontvangt: Hamburg Tourismus GmbH

8. Organisaties

8.1. ORG-0001

Officiële naam: Hamburg Tourismus GmbH

Registratienummer: HRB 24469

Postadres: Wexstraße 7

Stad: Hamburg

Postcode: 20355

Onderverdeling land (NUTS): Hamburg (DE600)

Land: Duitsland

E-mail: ausschreibung@marketing.hamburg.de

Telefoon: +49 4030051-300

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

Rollen van deze organisatie:

Koper

Organisatie die nadere inlichtingen over de aanbestedingsprocedure verstrekt

Organisatie die verzoeken tot deelname ontvangt

8.1. ORG-0002

Officiële naam: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Registratienummer: keine Angabe

Postadres: Gänsemarkt 36
Stad: Hamburg
Postcode: 20354
Onderverdeling land (NUTS): Hamburg (DE600)
Land: Duitsland
E-mail: vergabekammer@fb.hamburg.de
Telefoon: +49 4042823-1690

Rollen van deze organisatie:

Organisatie voor beroepsprocedures
Organisatie die meer informatie geeft over beroepsprocedures

8.1. ORG-0003

Officiële naam: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)
Registratienummer: 0204:994-DOEVD-83
Stad: Bonn
Postcode: 53119
Onderverdeling land (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)
Land: Duitsland
E-mail: noreply.esender_hub@bescha.bund.de
Telefoon: +49228996100
Rollen van deze organisatie:
TED eSender

Informatie over een aankondiging

Identificatiecode/versie van de aankondiging: c3d798d2-7ec4-47ff-97a6-7c3f342c28d0 - 01
Type formulier: Mededinging
Type aankondiging: Aankondiging van een opdracht of concessie – standaardregeling
Subtype aankondiging: 16
Verzenddatum van de aankondiging: 20/08/2026 12:11:25 (UTC+02:00) Oost-Europese tijd, Midden-Europese zomertijd
Talen waarin deze aankondiging officieel beschikbaar is: Duits
Publicatienummer aankondiging: 579740-2026
Nummer uitgave PB S: 161/2026
Datum van bekendmaking: 21/08/2026