

## 579740-2026 - Concurso

Alemanha – Serviços de publicidade e marketing – Leadagentur Social Media

OJ S 161/2026 21/08/2026

Anúncio de concurso ou de concessão – regime normal

Serviços

### 1. Adquirente

---

#### 1.1. Adquirente

Nome oficial: Hamburg Tourismus GmbH

Correio eletrónico: [ausschreibung@marketing.hamburg.de](mailto:ausschreibung@marketing.hamburg.de)

Forma jurídica do adquirente: Empresa pública

Atividade da autoridade adjudicante: Assuntos económicos

### 2. Procedimento

---

#### 2.1. Procedimento

Título: Leadagentur Social Media

Descrição: 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.

Identificador do procedimento: c6b17f41-31dd-42d5-8aa9-c58c045c1a1e

Identificador interno: HHT-SOME-20260901

Tipo de procedimento: Por negociação com publicação prévia de um convite à apresentação de propostas/concurso com negociação

O procedimento é acelerado: não

##### 2.1.1. Finalidade

Natureza do contrato: Serviços

Classificação principal (cpv): 79340000 Serviços de publicidade e marketing

##### 2.1.2. Local de execução

Em qualquer local

##### 2.1.3. Valor

Valor estimado, sem IVA: 1 000 000,00 EUR

#### 2.1.4. Informações gerais

Informações adicionais: #Bekanntmachungs-ID: CXP4YNSMUZK#

#### Base jurídica:

Diretiva 2014/24/UE

vgv -

#### 2.1.6. Motivos de exclusão

Fontes dos motivos de exclusão: Documento do concurso

## 5. Lote

---

### 5.1. Lote: LOT-0001

Título: Leadagentur Social Media

Descrição: Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) beabsichtigt, eine Rahmenvereinbarung mit einer Leadagentur Social Media abzuschließen. Gesucht wird eine strategisch beratende, konzeptionell starke und zugleich operativ leistungsfähige Partnerin, die gemeinsam mit der HHT die Social-Media-Aktivitäten langfristig weiterentwickelt, vorausschauend plant und definierte Leistungen bedarfsbezogen umsetzt. Die übergeordnete Marke ist die Marke Hamburg. Das Brand Book Hamburg bildet die verbindliche strategische und gestalterische Grundlage. Innerhalb dieses Markenrahmens ist "Elbphoria" die langfristige Leitidee der HHT für die touristische Kommunikation. Elbphoria meint dabei das einzigartige Hamburggefühl, das Menschen fühlen, wenn Sie Hamburg erleben. Damit definiert die Leitidee den inhaltlichen und kreativen Rahmen für die Kommunikation der HHT. Die Leadagentur soll diese Leitidee gemeinsam mit der HHT social-native übersetzen und daraus eine konsistente Plattform-, Kanal-, Content- und Aktivierungslogik für Social Media entwickeln. Die Leitidee wird in Phase 2 der Ausschreibung in der Leistungsbeschreibung näher erläutert. Im Mittelpunkt steht der strategische Aufbau beziehungsweise die Weiterentwicklung eines touristischen Hauptkanals auf Instagram. Gemeinsam mit der HHT ist zu prüfen, ob der bestehende Kanal neu ausgerichtet werden soll oder ob der Aufbau eines neuen Kanals zielführender ist. Ziel ist ein einheitlicher, wiedererkennbarer und wachstumsorientierter Social-Media-Auftritt, der mit der Marke Hamburg, der Leitidee Elbphoria und den Unternehmenszielen der HHT übereinstimmt und insbesondere die touristisch relevante Followerschaft in den nationalen und internationalen Nahmärkten ausbaut. Facebook soll künftig nur noch mitbespielt werden und der Einsatz von TikTok soll zu einem späteren Zeitpunkt geprüft werden. Weitere Plattformen wie YouTube sind nach ihrer Zielgruppenrelevanz, ihrer Funktion innerhalb der Customer Journey und ihrem langfristigen Potenzial gemeinsam zu bewerten und gegebenenfalls entsprechend umzusetzen. Die Kanalstrategie ist entlang des Funnels auszurichten: von Awareness, Familiarity und Consideration über Active Evaluation und Conversion/Abverkauf bis zu Post Booking/Pre-Trip, On-Trip/In Destination Sales sowie Loyalty/Sharing/Re-Activation. Die Leadagentur soll für die Phasen die passenden Rollen der Kanäle, Inhalte, Formate und KPIs ableiten und zu einem konsistenten Gesamtsystem verbinden. Fokus des Instagram Kanals liegt auf dem Upper- bis Mid Funnel. Die HHT agiert darüber hinaus als Reiseveranstalterin und vertreibt mit der Hamburg CARD ein eigenes Produkt, das mit Pauschalreisepaketen, Tickets und Gutscheinen kombiniert werden kann. Diese Angebote sollen dort in die Social-Media-Logik eingebunden werden, wo sie Nutzer:innen sinnvoll zum nächsten Schritt im Funnel führen. Hierbei ist wichtig, dass dies in einer authentischen Kanalerzählweise für eine Social Media Nutzerschaft stattfinden soll. Das Leistungsbild der Leadagentur umfasst den gesamten fachlichen Bogen von Strategie und Beratung über Konzeption, redaktionelle Planung und social-native Content-Produktion mit einem besonderen Fokus auf Video bis hin zu Community Management, Creator-Management,

Trend- und Plattformbeobachtung, Monitoring, Analyse und kontinuierlicher Optimierung. Dazu gehört auch die Konzeption und Umsetzung organischer und werblicher Social-Media-Maßnahmen sowie die Zusammenarbeit mit Creator:innen und gegebenenfalls weiteren spezialisierten Dienstleister:innen. Die Agentur soll gemeinsam mit der HHT langfristig tragfähige, wiederkehrende und skalierbare Formate entwickeln, die je nach Vereinbarung durch die HHT, die Agentur oder gemeinsam umgesetzt werden können. Neben planbaren Jahres-, Themen- und Kampagnenmaßnahmen muss die Agentur bei Bedarf in der Lage sein, kurzfristig auf relevante Trends, aktuelle Anlässe oder Veranstaltungen zu reagieren. Dies kann beispielsweise die kurzfristige Begleitung eines Events in Hamburg, die Produktion von Foto- oder Video-Content sowie dessen zeitnahe Bearbeitung, Adaption und Veröffentlichung auf den vereinbarten Kanälen umfassen. Der konkrete Umfang der (operativen) Unterstützung, des Community Managements und der Veröffentlichungsleistungen wird jeweils mit dem Einzelabruf festgelegt. Denkbar wären auch Media-Buchungen - dies ist keine Voraussetzung für die Ausschreibung, kann aber einen Vorteil bedeuten. Vorrangig soll die Agentur die HHT allerdings in der Strategie- und Kampagnenarbeit unterstützen. Die strategische und redaktionelle Letztentscheidung sowie die Kontrolle über die Social-Media-Accounts verbleiben bei der HHT. Die Hamburg Marketing GmbH (HMG) kann analog zur HHT auf die o.g. Leistungen der Rahmenvereinbarung zugreifen. Umfang der Auftragsvergabe: Die HHT und die HMG können aus diesem Rahmenvertrag bei der zuschlagerhaltenden Bieter:in einzelne Aufträge bis zu einem Gesamtbudget in Höhe von ca. 1.000.000 EUR zzgl. UmSt. abrufen. Der maximale Auftragswert umfasst sämtliche über die Rahmenvereinbarung beauftragten Agentur-, Produktions-, Creator-, Rechte-, Lizenz-, Tool- und sonstigen Fremdkosten, soweit sie über die Rahmenvereinbarung abgerechnet werden. Von dem zuvor genannten Gesamtbudget werden 5 % als Mindestbudget definiert, welches die HHT/ HMG garantiert während der Vertragslaufzeit abrufen wird. Ein Anspruch auf Abruf über das Mindestbudget hinaus besteht nicht. Anmerkung: Da die Social Media Kanäle grundsätzlich überarbeitet werden sollen, wird die HHT in dem Zeitraum ab Zuschlagserteilung bis zum 31.12.2027 voraussichtlich Leistungen auf Grundlage dieses Vertrages im Wert von ca. EUR 100.000 benötigen. Der Bieter bestätigt mit Abgabe seines Angebotes, dass er in dem vorgenannten Zeitraum Kapazitäten zur Erbringung der Leistung hat.

Identificador interno: HHT-SOME-20260901

#### **5.1.1. Finalidade**

Natureza do contrato: Serviços

Classificação principal (cpv): 79340000 Serviços de publicidade e marketing

#### **5.1.2. Local de execução**

Em qualquer local

#### **5.1.3. Duração estimada**

Duração: 48 Meses

#### **5.1.6. Informações gerais**

##### **Participação reservada:**

A participação não está reservada.

Há que indicar os nomes e as qualificações profissionais do pessoal encarregado da execução do contrato: Requisito no pedido de participação

Projeto de contratação pública não financiado por fundos da UE

O concurso é abrangido pelo Acordo sobre Contratos Públicos (ACP): sim

Este concurso também é adequado para as pequenas e médias empresas (PME): não

#### **5.1.7. Contratação estratégica**

#### 5.1.9. Critérios de seleção

Fontes dos critérios de seleção: Anúncio

Critério: Faturamento anual específico

Descrição do critério de seleção: Der nachzuweisende Mindestumsatz der letzten 3

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

Os critérios serão utilizados para selecionar os candidatos a convidar para a segunda fase do concurso

Ponderação (percentagem, valor exato): 70,00

Critério: Referências sobre serviços especificados

Descrição do critério de seleção: 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 produktionsorientierte 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.

Critério: Média anual de mão de obra

Descrição do critério de seleção: Die nachzuweisende Zahl der Beschäftigten im Bereich Social Media muss in den letzten 3 Jahren mindestens 8 Mitarbeitende (FTE) pro Jahr kumuliert betragen.

Os critérios serão utilizados para selecionar os candidatos a convidar para a segunda fase do concurso

Ponderação (percentagem, valor exato): 30,00

Critério: Qualificações educacionais e profissionais relevantes

Descrição do critério de seleção: Angaben zum vorgesehenen Team: - Position im Team - Name - Besondere Expertise / Qualifikation - Berufserfahrung im angefragten Umfeld - Rolle an Referenzprojekten

**Informações sobre a segunda fase de um procedimento de concurso em duas fases:**

Número mínimo de candidatos a convidar para a segunda fase do procedimento: 3

Número máximo de candidatos a convocar para a segunda fase do procedimento: 5

O procedimento irá decorrer em fases sucessivas. Em cada fase, alguns participantes podem ser eliminados

#### 5.1.11. Documentos do concurso

Línguas em que os documentos do concurso estão oficialmente disponíveis: alemão

Prazo para solicitar informações adicionais: 11/09/2026 23:59:59 (UTC+02:00) hora da Europa Oriental, hora de verão da Europa Central

Endereço dos documentos do concurso: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YNSMUZK/documents>

**Canal de comunicação ad hoc:**

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

#### 5.1.12. Condições do concurso

**Condições de apresentação:**

Apresentação por via eletrónica: Necessário

Endereço para apresentação: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YNSMUZK>

Línguas em que podem ser apresentadas as propostas ou pedidos de participação: alemão

Catálogo eletrónico: Não autorizado

Variantes: Não autorizado

Os proponentes podem apresentar mais do que uma proposta: Não autorizado

Prazo para a receção dos pedidos de participação: 18/09/2026 12:00:00 (UTC+02:00) hora da Europa Oriental, hora de verão da Europa Central

**Informações que podem ser completadas após o prazo de apresentação:**

Ao critério do comprador, alguns documentos em falta relacionados com o proponente poderão ser apresentados posteriormente.

Informações adicionais: 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.

**Condições do contrato:**

A execução do contrato tem de ser efetuada no âmbito de programas de emprego protegido: Não

Condições relacionadas com a execução do contrato: 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.

Faturação eletrónica: Necessário

Serão utilizadas encomendas eletrónicas: sim

Será utilizado o pagamento eletrónico: sim

Condições financeiras: 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. Técnicas

##### **Acordo-quadro:**

Inexistência de acordo-quadro

##### **Informações sobre o sistema de aquisição dinâmico:**

Inexistência de sistema de aquisição dinâmico

#### 5.1.16. Informações adicionais, mediação e recurso

Instância de recurso: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Organização que fornece informações adicionais sobre o processo de adjudicação: Hamburg  
Tourismus GmbH

Organização que fornece mais informações sobre os procedimentos de recurso:

Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Organização que recebe pedidos de participação: Hamburg Tourismus GmbH

## 8. Organizações

---

### 8.1. ORG-0001

Nome oficial: Hamburg Tourismus GmbH

Número de registo: HRB 24469

Endereço postal: Wexstraße 7

Cidade: Hamburg

Código postal: 20355

Subdivisão do país (NUTS): Hamburg (DE600)

País: Alemanha

Correio eletrónico: [ausschreibung@marketing.hamburg.de](mailto:ausschreibung@marketing.hamburg.de)

Telefone: +49 4030051-300

Endereço Internet: <https://www.hamburg-tourism.de/>

##### **Funções desta organização:**

Adquirente

Organização que fornece informações adicionais sobre o processo de adjudicação

Organização que recebe pedidos de participação

### 8.1. ORG-0002

Nome oficial: Finanzbehörde - Vergabekammer (FB VK)

Número de registo: keine Angabe

Endereço postal: Gänsemarkt 36  
Cidade: Hamburg  
Código postal: 20354  
Subdivisão do país (NUTS): Hamburg (DE600)  
País: Alemanha  
Correio eletrónico: [vergabekammer@fb.hamburg.de](mailto:vergabekammer@fb.hamburg.de)  
Telefone: +49 4042823-1690

**Funções desta organização:**

Instância de recurso

Organização que fornece mais informações sobre os procedimentos de recurso

**8.1. ORG-0003**

Nome oficial: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

Número de registo: 0204:994-DOEVD-83

Cidade: Bonn

Código postal: 53119

Subdivisão do país (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

País: Alemanha

Correio eletrónico: [noreply.esender\\_hub@bescha.bund.de](mailto:noreply.esender_hub@bescha.bund.de)

Telefone: +49228996100

**Funções desta organização:**

TED eSender

## Informações sobre o anúncio

---

Identificador/versão do anúncio: c3d798d2-7ec4-47ff-97a6-7c3f342c28d0 - 01

Tipo de formulário: Concurso

Tipo de anúncio: Anúncio de concurso ou de concessão – regime normal

Subtipo de anúncio: 16

Data de envio do anúncio: 20/08/2026 12:11:25 (UTC+02:00) hora da Europa Oriental, hora de verão da Europa Central

Línguas em que o presente anúncio está oficialmente disponível: alemão

Número de publicação do anúncio: 579740-2026

N.º de edição do JO S: 161/2026

Data de publicação: 21/08/2026