

392841-2026 - Procedură concurențială

Germania – Servicii de publicitate și de comercializare – Vergabe einer Rahmenvereinbarung der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“
OJ S 109/2026 09/06/2026

Anunț de participare sau de concesiune - regim standard
Servicii

1. Cumpărător

1.1. Cumpărător

Denumire oficială: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

E-mail: info@polaris.law

Forma juridică a achizitorului: Întreprindere de stat, controlată de o autoritate regională

Activitatea autorității contractante: Recreere, cultură și religie

2. Procedură

2.1. Procedură

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

Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

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

Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Identificatorul procedurii: 019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f

Identificator intern: POL-2026-06-05-B

Tip de procedură: Negociată cu publicarea prealabilă a unei proceduri concurențiale de ofertare / competitivă cu negociere

Procedura este accelerată: nu

2.1.1. Scop

Natura contractului: Servicii

Clasificarea principală (cpv): 79340000 Servicii de publicitate și de comercializare

2.1.2. Locul de executare

Adresă poștală: Ostseeallee 19

Localitate: Ostseebad Kühlungsborn

Cod poștal: 18225

Subdiviziunea țării (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Țara: Germania

2.1.3. Valoare

Valoarea estimată fără TVA: 350 000,00 EUR

Valoarea maximă a acordului-cadru: 350 000,00 EUR

2.1.4. Informații generale

Temei juridic:

Directiva 2014/24/UE

vgv -

Legislația transfrontalieră aplicabilă: nicht einschlägig

2.1.6. Motive de excludere

Sursele motivelor de excludere: Anunț

Încălcarea obligațiilor stabilite în temeiul unor motive de excludere pur naționale: Es gelten die Ausschlussgründe der §§ 123-125 GWB

5. Lot

5.1. Lot: LOT-0001

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

Kühlungsborn: Dienstleitungen einer „Kreativ-Leadagentur“

Descriere: 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.
Identificator intern: LOT-0001

5.1.1. Scop

Natura contractului: Servicii

Clasificarea principală (cpv): 79340000 Servicii de publicitate și de comercializare

5.1.2. Locul de executare

Adresă poștală: Ostseeallee 19

Localitate: Ostseebad Kühlungsborn

Cod poștal: 18225

Subdiviziunea țării (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Țara: Germania

5.1.3. Durata estimată

Durată: 3 Ani

5.1.5. Valoare

Valoarea estimată fără TVA: 350 000,00 EUR

Valoarea maximă a acordului-cadru: 350 000,00 EUR

5.1.6. Informații generale

Participare rezervată:

Participarea nu este rezervată.

Trebuie să fie specificate numele și calificările profesionale ale personalului însărcinat cu executarea contractului: Cerință referitoare la cererea de participare

Proiect de achiziții publice nefinanțat din fonduri UE

Achiziția face obiectul Acordului privind achizițiile publice (AAP): nu

Această procedură de achiziții publice este adecvată și pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri): nu

5.1.7. Achiziție publică strategică

Obiectivul achiziției publice strategice: Nu se aplică achiziții strategice

5.1.9. Criterii de selecție

Sursele criteriilor de selecție: Anunț

Criteriu: Calificări educaționale și profesionale relevante

Descrierea criteriului de selecție: 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)

Criteriu: Calificări educaționale și profesionale relevante

Descrierea criteriului de selecție: 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).

Criteriile vor fi utilizate pentru a selecta candidații care urmează să fie invitați în a doua etapă a procedurii

Criteriu: Referințe despre servicii specificate

Descrierea criteriului de selecție: 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 Bewerber

tungspunkte in Abhängigkeit von der Anzahl der Referenzen des jeweiligen Typs (A, B oder C) vergeben. Zusätzliche Wertungspunkte: Zudem werden zusätzliche Wertungspunkte („Zusatzpunk-te“) 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 Punkte: genügend 0 Punkt: nicht

Criteriile vor fi utilizate pentru a selecta candidații care urmează să fie invitați în a doua etapă a procedurii

Criteriu: Cifra de afaceri medie specifică anuală

Descrierea criteriului de selecție: 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).

Informații privind a doua etapă a unei proceduri în două etape:

Numărul minim de candidați care urmează să fie invitați în a doua etapă a procedurii: 3

Numărul maxim de candidați care urmează să fie invitați în a doua etapă a procedurii: 3

Procedura se va desfășura în mai multe etape. În fiecare etapă, unii participanți pot fi eliminați Achizitorul își rezervă dreptul de a atribui contractul pe baza ofertelor inițiale, fără alte negocieri

5.1.10. Criterii de atribuire

Criteriu:

Tip: Calitate

Denumire: Bewertung des Konzepts

Descriere: 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 Abstrichen 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.

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 60

Criteriu:

Tip: Preț

Denumire: Preis

Descriere: 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 %.

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 40

5.1.11. Documentele achiziției

Limbile în care documentele achiziției sunt disponibile oficial: germană

Unde se găsesc documentele achiziției: <https://www.evergabe.de/unterlagen/019e97c9-8565-436e-ac2a-886dba3fe15f/zustellweg-auswaehlen>

5.1.12. Condițiile achiziției publice

Condițiile procedurii:

Data estimată de trimitere a invitațiilor de depunere a ofertelor: 13/07/2026

Condiții de depunere:

Depunere electronică: Autorizată

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

Descriere: nur elektronische Einzureichung

Limbile în care pot fi depuse ofertele sau cererile de participare: germană

Catalog electronic: Nu este permisă

Variante: Nu este permisă

Ofertanții pot depune mai multe oferte: Nu este permisă

Termenul-limită pentru primirea cererilor de participare: 06/07/2026 23:59:00 (UTC+02:00) ora Europei de Est, ora de vară a Europei Centrale

Informații care pot fi completate după termenul-limită de depunere:

La latitudinea cumpărătorului, toate documentele lipsă legate de ofertant pot fi depuse ulterior.

Informații suplimentare: es gilt § 56 Abs 2, 3 VgV

Clauzele contractuale:

Executarea contractului trebuie efectuată în cadrul unor programe de angajare protejată: Nu

Este necesar un acord de confidențialitate: nu

Facturare electronică: Autorizată

Se va utiliza comanda electronică: da

Se va utiliza plata electronică: da

5.1.15. Aspecte tehnice**Acord-cadru:**

Acord-cadru, fără reluarea procedurii concurențiale

Numărul maxim de participanți: 3

Informații despre sistemul dinamic de achiziții:

Nu există un sistem dinamic de achiziție

5.1.16. Informații suplimentare, mediere și căi de atac

Organizația responsabilă cu căile de atac: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Informații privind termenele-limită pentru reexaminare: 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.

Organizația care furnizează informații suplimentare cu privire la procedura de achiziții:

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Organizația care oferă acces offline la documentele achiziției: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Organizația care furnizează mai multe informații cu privire la căile de atac: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

8. Organizații

8.1. ORG-0001

Denumire oficială: Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

Număr de înregistrare: USt-ID. DE321701079

Adresă poștală: Ostseeallee 19

Localitate: Ostseebad Kühlungsborn

Cod poștal: 18225

Subdiviziunea țării (NUTS): Landkreis Rostock (DE80K)

Țara: Germania

Punct de contact: POLARIS Rechtsanwälte Rode Schulz und Partner mbB

E-mail: info@polaris.law

Telefon: +49381491440

Adresa de internet: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>

Profilul achizitorului: <https://www.kuehlungsborn.de/service/ueber-uns/impressum/>

Rolurile acestei organizații:

Cumpărător

Organizația care furnizează informații suplimentare cu privire la procedura de achiziții

Organizația care oferă acces offline la documentele achiziției

8.1. ORG-0002

Denumire oficială: Vergabekammern bei dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Număr de înregistrare: VKMV-13-L50010000000-78

Adresă poștală: Johannes-Stelling-Str. 14

Localitate: Schwerin

Cod poștal: 19053

Subdiviziunea țării (NUTS): Schwerin, Kreisfreie Stadt (DE804)

Țara: Germania

E-mail: vergabekammer@wm.mv-regierung.de

Telefon: +4938558815164

Adresa de internet: <https://www.regierung-mv.de/Landesregierung/wm/Das-Ministerium/Vergabekammern/>

Rolurile acestei organizații:

Organizația responsabilă cu căile de atac

Organizația care furnizează mai multe informații cu privire la căile de atac

8.1. ORG-0003

Denumire oficială: Datenservice Öffentlicher Einkauf (in Verantwortung des Beschaffungsamts des BMI)

Număr de înregistrare: 0204:994-DOEVD-83

Localitate: Bonn

Cod poștal: 53119

Subdiviziunea țării (NUTS): Bonn, Kreisfreie Stadt (DEA22)

Țara: Germania

E-mail: noreply.esender_hub@bescha.bund.de

Telefon: +49228996100

Rolurile acestei organizații:

TED eSender

Informații privind anunțul

Identificatorul versiunea anunțului: 019e97d0-6ad7-4ac2-b414-918c4f528f31 - 01

Tip de formular: Procedură concurențială

Tip de anunț: Anunț de participare sau de concesiune - regim standard

Subtipul anunțului: 16

Data notificării expedierii: 05/06/2026 16:25:41 (UTC+02:00) ora Europei de Est, ora de vară a Europei Centrale

Limbile în care acest anunț este disponibil oficial: germană

Numărul de publicare al anunțului: 392841-2026

Numărul ediției JO S: 109/2026

Data publicării: 09/06/2026