Öffentliche Agenturausschreibung

Influencer:innen-Marketing anhand themenbezogener Kampagnen und Emergencies für CARE Deutschland e.V.

Hintergrund und Zielsetzung

CARE Deutschland e.V. steht für eine lange Tradition der Hilfe und Partnerschaft, die mit dem CARE-Paket begann. Wir sind Teil des Netzwerkes von CARE International und arbeiten weltweit gemeinsam mit Partnern daran, Not zu lindern, Entwicklungschancen zu schaffen und die Würde aller Menschen zu sichern. Besonders am Herzen liegt uns dabei die Beteiligung und Gleichberechtigung von Frauen und Mädchen. Wir sind überparteilich, konfessionslos und dem humanitären Mandat verpflichtet. Mit der steigenden Not in der Welt steigt auch unser Bedürfnis, immer mehr Menschen zu erreichen und für unsere Themen zu begeistern. Wir haben uns für die nächsten Jahre viel vorgenommen und suchen eine Influencer:innen-Agentur, die mit uns zusammen mehr erreichen möchte. CARE Deutschland ist auf der Suche nach einer dynamischen und modernen Social-Media-Agentur, die mit unseren wachsenden Anforderungen mithält, selbst Optimierungen anregt und beratend zur Seite steht.

Was wird gesucht?

Wir sind auf der Suche nach einer langfristigen Zusammenarbeit mit einer Agentur für Influencer:innen-Marketing für themenbezogene Kampagnen und Emergencies auf Instagram. Wir wünschen uns eine Agentur, die uns dabei unterstützt, auf Instagram (Dauer-)Spenden zu generieren, Spender:innen-Bindung zu stärken und unsere Reichweite zu erhöhen. Unser Instagram-Account wurde 2020 neu aufgesetzt und wird von unserem Online-Marketing-Team betreut.

Unsere zukünftige Agentur sollte nah am Trendgeschehen im Bereich Social Media und Influencer:innen-Marketing sein. Dabei ist ein strategisches Denken im Sinne der Ziele von CARE für uns selbstverständlich. Von der Agentur wünschen wir uns eine gemeinsame Entwicklung von Strategie und Roadmap, die genau auf unsere Schwerpunktthemen und Ziele zugeschnitten sind. Wir planen mit 3-5 Kampagnen im Kalenderjahr. Die vorhergesehene Dauer der Zusammenarbeit beläuft sich vorerst und unter Vorbehalt auf **3 Jahre** ab Auftragserteilung.

Mindestanforderungen

- Mind. 10 Mitarbeiter:innen
- Persönliche Ansprechpartner:in
- Erreichbarkeit in Notfällen (weltweite Katastrophen, wie Erdbeben oder Tsunamis) auch außerhalb der üblichen Bürozeiten
- Wissen über Strategieprozesse sowie den neuesten Stand der Technik und Social-Media-Möglichkeiten

Was wir bieten

- AP, die vollumfassend den CARE-Instagram-Kanal betreut (Contenterstellung und -verwaltung sowie Communitymanagement)
- Erstellen von passgenauen Briefings je nach Kampagne
- Zielgruppenspezifische Kommunikation auf Basis von Personas (Instagram (organisch) dient v.a. der Spender:innenbindung)
- Innovative Ideen und eine große Bandbreite an NGO-spezifischen Themen
- Hausinterne Bild- und Videodatenbank
- Erfahrungen mit Auswertungstools, Social-Media-gerechte Kommunikation und Aufbereitung von Themen
- Erfahrung im Bereich Influencer:innen-Marketing

Anforderungen und Wünsche

- Pool von reichweiten- und conversionstarken Influencer:innen
- Vermarktungs- und Kampagnenansätze zur Gewinnung von v.A. regelmäßigen Spenden
- Budgetkontrolle und -steuerung
- Proaktives Brainstorming / Vorschläge für Kampagnen im NGO-Bereich
- Übernahme der Verantwortung für das Briefing der Influencer:innen nach vorheriger Absprache mit den Ansprechpartner:innen bei CARE
- Schnelle und zuverlässige Kommunikation und Erreichbarkeit
- Sensibilität im Bereich der Kommunikation zu Krisen und Katastrophen

Vorgehensweise des Bewerbungsverfahrens

Bitte erstellen Sie uns bis zum **08.12.2026** ein Angebot mit folgenden Informationen:

- Eine Selbstbeschreibung der Agentur – hier haben Sie die Möglichkeit von sich zu überzeugen und von Ihrer Social-Media-Expertise zu berichten.
- Zwei bis drei aktuelle Projekte aus Ihrem Portfolio – bitte gehen Sie hier auch kurz auf unsere Anforderungen ein und berichten Sie darüber, wie das Thema angegangen wurde, wie lange der Prozess gedauert hat und wie die Lösung aussieht.
- Eine detaillierte Übersicht ihrer Leistungen und Kosten für die jeweiligen Aufgabenbereiche
- Bitte senden Sie uns zusätzlich eine Ausarbeitung zu folgender Aufgabe, gerne mit der Vorstellung der zukünftigen Ansprechpartner:innen:
    - Conversionorientierte Instagram-Kampagne über Influencer:innen zum Thema „Hunger und Ernährungssicherung“ mit Fokus auf die Generierung von Dauerspenden
        - Spendenaufruf → Ziel: Gewinnung von 100 monatlichen Spenden (Spendendurchschnitt 8 Euro)
        - Angaben über Bereich, Reichweite und Anzahl von Influencer:innen
        - Angaben zum einzuplanenden Budget
        - Definition der über Creator:innen anzusprechenden Zielgruppe sowie Begründung der Zielgruppenauswahl
        - Skizzierung des Briefings/Storytellings

- Skizzierung des organisatorischen und zeitlichen Ablaufs inkls. der Absprachen mit der Ansprechperson bei CARE

Ausführungsfrist / Vertragslaufzeit

Der Vertrag über die Agenturleistungen wird für eine Festlaufzeit von **36 Monaten** ab dem Zeitpunkt des Vertragsschlusses geschlossen.

Der Auftraggeber behält sich das Recht vor, den Vertrag einmalig um weitere **12 Monate** zu verlängern (optionale Verlängerung). Die Ausübung dieser Option erfolgt durch schriftliche Erklärung des Auftraggebers gegenüber dem Auftragnehmer spätestens **3 Monate** vor Ablauf der regulären Vertragslaufzeit. Ein Anspruch des Auftragnehmers auf Ausübung der Verlängerungsoption besteht nicht.

Die Erbringung der einzelnen Leistungen erfolgt nach Abruf durch den Auftraggeber innerhalb der jeweiligen Vertragslaufzeit.

Befähigung und Erlaubnis zur Berufsausübung:

Nachweis der Eintragung im Handelsregister bzw. Berufsregister des Sitzes oder Wohnsitzes des Bieters (sofern eintragungspflichtig) sowie Eigenerklärung über das Nichtvorliegen von Ausschlussgründen (gemäß §§ 123, 124 GWB).

Eine Kopie des Handelsregisterauszugs (nicht älter als 6 Monate) reicht hier aus

Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit

1. Eigenerklärung über den Gesamtumsatz der letzten 3 Geschäftsjahre sowie den Umsatz in dem Tätigkeitsbereich, der Gegenstand der Vergabe ist.

2. Nachweis einer bestehenden Berufshaftpflichtversicherung mit einer Deckungssumme von mindestens 250.000 EUR für Sach- und Vermögensschäden) oder eine Eigenerklärung, im Auftragsfall eine entsprechende Versicherung abzuschließen.

Technische und berufliche Leistungsfähigkeit

1. Vorlage von mindestens zwei geeigneten Referenzen über in den letzten drei Jahren erbrachte Leistungen, die mit dem Gegenstand dieser Ausschreibung (Online-Marketing/Werbeagentur-Leistungen) vergleichbar sind, unter Angabe von Ansprechpartnern und Kontaktdaten.

2. Beschreibung des für die Leistungserbringung vorgesehenen Schlüsselpersonals (Projektleitung) inklusive kurzer Darstellung der Qualifikation/Erfahrung.

Bewertungsgrundlagen

Ein internes Team wird die eingehenden Angebote sichten und bewerten. Wichtige Kriterien hierbei werden sein:

- Preis-Leistungs-Verhältnis (**25%**)
- Qualität (**25%**)
- Professionalität (**15%**)
- Erfahrung mit Fundraising und NGOs (**20%**)
- Kreativität (**15%**)

Zeitplan

Angebote sind einzureichen über das **Deutsche Vergabeportal** (https://www.dtvp.de/Satellite/notice/CXP4D9AMTXM/documents) bis einschließlich **08.12.2026**.
Die Bindefrist für das Angebot sollte mindestens **einen Monat** betragen.
Rückfragen sind möglich und bitte **ausschließlich** über das Vergabeportal bis zum **22.11.2026**.

Die Fragen aller Interessenten werden bis zum **22.11.2026** auf dem Vergabeportal gesammelt und danach öffentlich beantwortet, als E-Mail an alle freigeschalteten Interessenten oder als Datei, die heruntergeladen werden kann.

Angebote, die nicht bis zur genannten Frist oder nicht über das Portal eingereicht werden, können in der Auftragsvergabe nicht beachtet werden.

Vielen Dank im Voraus für Ihre Mühe!

Herzliche Grüße,

CARE Deutschland e.V.

Siemensstraße 17 | 53121 Bonn

wirkt.
weltweit.