

**Leistungsbeschreibung  
Performance-Marketing II 2026  
Vergabenummer: 2026-02**

Berlin, den 24.06.2026

Status Quo und Kontext des Auftrags

Das Bauhaus-Archiv / Museum für Gestaltung besitzt die weltweit größte Sammlung zum Bauhaus (1919–1933), der bedeutendsten Schule für Architektur, Design und Kunst des 20. Jahrhunderts. Wir bewahren, erforschen und vermitteln die uns anvertrauten Objekte, Dokumente und Medien. Dazu zählen Fotografien, Möbel, Textilien, Gemälde, Skulpturen, Grafiken, Zeichnungen, Architekturpläne, Briefe, Bücher und audiovisuelle Medien ebenso wie Unterlagen aus dem Unterricht.

Derzeit ist das Museum geschlossen, denn unser Gebäude, das vom Bauhaus-Gründer Walter Gropius entworfen wurde, wird denkmalgerecht saniert und um einen Neubau von Staab Architekten erweitert. Um weiterhin mit unserem Publikum und der Stadtgesellschaft in Kontakt zu sein, bespielen wir bis zur Eröffnung des Hauses (voraussichtlich Ende 2027) den Projektraum Temporary Bauhaus-Archiv in der Knesebeckstraße, Berlin-Charlottenburg.

Seit mehreren Jahren verfügen wir über verschiedene Kanäle auf Social Media und den einschlägigen Video-Plattformen: Facebook, Instagram, X, LinkedIn, YouTube und Vimeo. Die Follower\*innenzahlen sind in 2025 erfreulich angestiegen (aktuell u. a. 80.000 auf Instagram).

Der Content, den wir ausspielen, wird inhouse von den Mitarbeiterinnen – teilweise in Kooperation mit anderen Abteilungen und externen Fotograf\*innen und Filmemacher\*innen – erstellt. Zentrale Inhalte sind das Ausstellungs-, Veranstaltungs- und Vermittlungsprogramm (im Projektraum oder außer Haus an verschiedenen Standorten in Berlin) sowie der Entstehungsprozess unseres Museumsneubaus. In 2025 haben wir unsere neue Corporate Identity gelauncht – inklusive neuem Erscheinungsbild im Print- und Onlinebereich ([www.bauhaus.de](http://www.bauhaus.de)).

Zur Erhöhung der Reichweite unserer Online-Aktivitäten benötigen wir Unterstützung im Performance-Marketing. Der Auftrag soll die Entwicklung eines Konzepts, die Umsetzung und Evaluation umfassen. Inhaltliche Schwerpunkte sind die Programmaktivitäten des Hauses (s. u.).

Ziele:

- Erhöhung Google-Ranking
- Steigern der Follower\*innenzahlen auf Social Media
- Pushen von Programm und Angeboten des Temporary Bauhaus-Archiv 2026 (Erhöhung Buchungsresonanz) und ausgewählter digitaler Formate und Inhalte

Leistungen: Auftragszeitraum: 6 Monate, voraussichtlich ab August 2026

Gewünscht ist die Konzeptentwicklung, Planung und Umsetzung der Performance-Marketing-Aktivitäten für 2026, v.a. Google Ads, Onlineanzeigen, targeted und sponsored Posts in den Sozialen Medien. Die Entwicklung und Umsetzung der Performance-Marketing-Maßnahmen erfolgt in kontinuierlichem Austausch mit dem Team des Bauhaus-Archivs. Grundlage sind die Programmschwerpunkte und der Redaktionsplan des Hauses.

**1. Entwicklung Konzept Performance-Marketing**

Geplante Inhalte: Aktivitäten des Temporary Bauhaus-Archiv im Zeitraum August 2026 – Januar 2027

- Neugestaltung / Relaunch
- Zielgruppenspezifische Angebote und Kampagnen
- Endjahreskampagne

**2. Umsetzung Konzept Performance-Marketing, einschließlich Verwaltung Meta-Business-**

**Manager:** Der AN plant und realisiert in Absprache mit dem AG die Performance-Aktivitäten. Der Content (u. a. Texte, Fotos, Videos) wird vom AG zur Verfügung gestellt. Die Kommunikation auf Facebook, Instagram und Google findet in Deutsch und Englisch statt. Das Rechnungsmanagement erfolgt nach Absprache.

**3. Reporting:** Der AN beobachtet laufend die Entwicklung der Performanceaktivitäten und erstellt monatliche Berichte für den AG, die gemeinsam analysiert werden.

Für die Leistungen 1–3 und das Werbemittelbudget steht ein Gesamtbudget von brutto 40.000 € zur Verfügung.

Notwendige Expertise

- Erfahrene\*r Spezialist\*innen im Bereich Performance-Marketing und Erfolgsmessung
- Belegbare Erfahrungen anhand von Referenzen, idealerweise im Kultur- und Kreativsektor

Zuschlagskriterien

**Konzeptskizze: 25 %** (Konzept Vorgehensweise Realisierung der oben genannten Leistungen zu 1–3)

**Referenzen: 25 %** (Grundlage: bis zu drei Referenzen)

**Preis: 50 %** (Wertung bezieht sich ausschließlich auf die Angebotssumme der Agenturleistungen, Preisblatt Summe Agenturkosten A 1 + 2)