

Leistungsbeschreibung (Anlage 1)

Aktenzeichen: **2026-0997**

Rahmenvertrag Grafik ab 2027

1. Oktober 2026

Inhalt

I. Vorbemerkung	4
II. Ausgangslage.....	4
III. Laufzeit und Umfang des Rahmenvertrags	4
IV. Los I: Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsmaterialien	5
1. Konzeption von Kommunikationsmaterialien.....	5
1.1 Leistungsumfang	5
1.2 Umfang der garantierten und optionalen Leistungen	6
2. Umsetzung von Kommunikationsmaterialien mit vorgelagerter Konzeptionsarbeit.....	7
2.1 Leistungsumfang	7
2.2 Umfang der garantierten und optionalen Leistungen	7
3. Bildeinkauf	8
V. Los II: Umsetzung von Kommunikationsmaterialien.....	9
1. Abgrenzung zu konzeptionellen Leistungen	9
2. Reine grafische Umsetzung	9
2.1 Leistungsumfang	9
2.2 Umfang der garantierten und optionalen Leistungen	10
3. Bildeinkauf	11
VI. Allgemeine Anforderungen	11
1. Anforderungen an die Leistungserbringung.....	11
1.1 Corporate Design.....	11
1.2 Nutzungs- und Verwertungsrechte.....	12
1.3 Barrierefreiheit.....	12
2. Anforderungen an die Zusammenarbeit.....	13
2.1 Projektmanagement/Beratung.....	13
2.2 Sprache.....	13
2.3 Tool für die Zusammenarbeit	13
2.4 Teilnahme an Kick-off-Termin	13
VII. Vergütung und Abrechnung	13
VIII. Zuschlagskriterien	13

1. Zuschlagskriterien für Los I	13
1.1 Qualität des Konzepts	14
1.2 Gestaltungsentwurf Grafik.....	14
1.3 Preis.....	14
2. Zuschlagskriterien für Los II	14
2.1 Gestaltungsentwurf Grafik.....	14
2.2 Reaktions- und Bearbeitungszeiten.....	14
2.3 Preis.....	14
IX. Eignungskriterien (Los I)	14
1. Berufserfahrung Projektmanagement.....	14
2. Berufserfahrung Grafik	15
3. Erfahrung Barrierefreiheit	15
X. Eignungskriterien (Los II)	16
1. Berufserfahrung Grafik	16
2. Erfahrung Barrierefreiheit	17

I. Vorbemerkung

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) bündelt als Dachverband die Expertise von 16 Verbraucherzentralen und mehr als 30 verbraucherpolitischen Verbänden – darunter über 2.000 Organisationen und sieben Millionen Einzelmitglieder - für einen starken Schutz der Verbraucher:innen in Deutschland. Der Verbraucherzentrale Bundesverband ist die Stimme der Verbraucher:innen – und damit eine entscheidende Kraft in der Politik. Wir wissen, was Verbraucher:innen bewegt und verschaffen ihnen Gehör bei Politik, Wirtschaft und Verwaltung. Strukturelle Missstände decken wir auf, benennen Verbraucherprobleme und entwickeln Lösungen. So tragen wir dazu bei, dass Märkte transparent und gerecht gestaltet werden.

II. Ausgangslage

Zur Selbstdarstellung und zur Unterstützung der politischen Interessenvertretung veröffentlicht der Verbraucherzentrale Bundesverband regelmäßig zahlreiche Kommunikationsmaterialien. Dazu zählen Publikationen, Social-Media-Grafiken, Flyer, Visuals für Veranstaltungen und Kampagnen sowie digitale Formate.

Im Juli 2025 wurde die neue Marke Verbraucherzentrale mit einem überarbeiteten Corporate Design eingeführt. Grundlage hierfür ist die strategische Positionierung der Marke Verbraucherzentrale. Das neue Corporate Design setzt klare und verbindliche Gestaltungsstandards für die Kommunikation und unterstützt einen einheitlichen, zeitgemäßen und wiedererkennbaren Auftritt über alle Kanäle und Formate hinweg. Für die Erstellung und Weiterentwicklung von Kommunikationsmaterialien stehen umfassende Gestaltungsrichtlinien, Vorlagen und Templates zur Verfügung.

Die Zusammenarbeit mit einem oder mehreren festen Dienstleistern fördert die konsequente Einhaltung des Corporate Designs, einer einheitlichen Bildsprache sowie der definierten Qualitätsstandards und stärkt die Wiedererkennbarkeit der Organisation. Der Rahmenvertrag ermöglicht eine flexible und wirtschaftliche Bedarfsdeckung. So können auch kurzfristige oder zeitkritische Projekte zuverlässig umgesetzt werden.

Ziel der Ausschreibung ist daher der Abschluss eines Rahmenvertrags für Grafikleistungen mit zwei Losen.

III. Laufzeit und Umfang des Rahmenvertrags

Die zu schließenden Verträge für Grafikleistungen (Los I und Los II) haben eine Laufzeit vom 01.01.2027 bis 31.12.2028.

Darüber hinaus enthalten die Verträge zwei einseitige Verlängerungsoptionen für den Zeitraum vom 01.01.2029 bis 31.12.2029 und vom 01.01.2030 bis 31.12.2030. Die maximal mögliche Vertragslaufzeit endet am 31.12.2030.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband hat das Recht, die Verträge durch einseitige schriftliche Erklärung bis zum 30.09. des jeweiligen Vorjahres zu verlängern, d.h. die Leistungen zu den angebotenen Bedingungen auch für die Jahre 2029 und 2030 zu beauftragen. Der Verbraucherzentrale Bundesverband ist nicht dazu verpflichtet, die Optionen abzurufen.

Die Ausschreibung besteht aus zwei Losen. Los I (vgl. IV.) beinhaltet Aufträge für die Konzeption von Kommunikationsmaterialien (vgl. IV.1.) und deren Umsetzung (vgl. IV.2.). Los II (vgl. V.) beinhaltet ausschließlich die Umsetzung grafischer Aufträge ohne Konzeption (vgl. V.2.).

Im Folgenden werden die erwarteten Leistungen der Agenturen formuliert für sämtliche digitalen und analogen grafischen Konzepte und die Umsetzung von grafischen Kommunikationsarbeiten (ohne Druck) sowie dafür avisierte feste und optionale Stunden ausgewiesen.

Für jeden Auftrag erstellt der AN ein Angebot, das bindend ist. Die erbrachten Leistungen für die Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen müssen in den Rechnungen nach Projekt differenziert aufgeführt werden. Detaillierte Informationen dazu werden dem AN nach Zuschlagserteilung, spätestens zu Beginn des Vertrages bzw. zu Beginn eines neuen Projekts mitgeteilt und sind zwingend einzuhalten.

Rechnungen für erbrachte Leistungen können nach Abschluss einer Kommunikationsmaßnahme gestellt werden. Es können nur die Stunden in Rechnung gestellt werden, die tatsächlich geleistet wurden. Nicht in Anspruch genommene Stunden werden in Absprache ins Folgejahr übertragen.

IV. Los I: Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsmaterialien

1. Konzeption von Kommunikationsmaterialien

1.1 Leistungsumfang

Teil der Leistung ist die Konzeption von Kommunikationsmaterialien im Rahmen des geltenden Corporate Designs. Grundlage für jede Konzeptionsaufgabe ist ein ausführliches schriftliches Briefing, das dem AN für jeden Einzelauftrag vom AG zur Verfügung gestellt wird. Abhängig vom Umfang und der Komplexität der Aufgabe findet ein digitaler Kick-Off-Termin zur Klärung offener Fragen statt. Mögliche Aufgaben sind zum Beispiel:

- **Erarbeitung einer kreativen Leitidee für Kampagnen oder Veranstaltungen:** Entwicklung eines grafischen Leitgedankens, Konzeption eines konsistenten Erscheinungsbilds, Auswahl entsprechender Leitfarben, Wordings, usw. (wichtig ist, dass die Ansätze kanalübergreifend funktionieren, also für print, online, aber auch für mögliches Branding von Räumen /Werbemittel)
- **Entwicklung eines Claims (z. B. für eine Aktion):** Brainstorming und Konzeption eines Wordings, das einprägsam ist und zur geplanten Aktion/Kampagne sowie zum Verbraucherzentrale Bundesverband passt

- **Neukonzeption von Formaten:** Beratung und Entwicklung von Vorschlägen für die Umsetzung von festgelegten Inhalten (Text, Grafik, usw.) in einem neuen, gegebenenfalls auch innovativen Format (z. B. für Soziale Medien oder in einer Printpublikation), einschließlich Scribble und Skizzierung des möglichen Aufbaus
- **Best-Practice-Recherche:** Suche von Formaten/Maßnahmen anderer Organisationen sowie daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen für die Kommunikation des Verbraucherzentrale Bundesverbands

Die oben genannten Leistungen dienen lediglich als Beispiele, um mögliche Aufgaben bzw. den Rahmen für die Konzeption von Maßnahmen zu illustrieren. Auch die Kombination verschiedener Aufgaben innerhalb eines Aufgabenpakets ist denkbar (z. B. Best Practice-Recherche und anschließend Formatentwicklung oder Entwicklung eines Konzepts und dessen Umsetzung).

1.2 Umfang der garantierten und optionalen Leistungen

Es gibt Projekte, die in Art und Umfang fest geplant und budgetiert sind. Diese sind unter geplanten Stunden erfasst. Bei den optionalen Stunden sind Projekte einkalkuliert, die zwar vorgesehen sind, deren genaue Ausgestaltung jedoch noch nicht feststeht. Die garantierten und optionalen Stunden beziehen sich in der folgenden Tabelle nur auf konzeptionelle Aufgaben. Im Los I kommen außerdem garantierte und optionale Stunden für die grafische Umsetzung hinzu (vgl. IV.2.2). Nicht aufgeführt sind grafische Umsetzungsarbeiten ohne Konzept, die im Los II aufgeführt sind.

Bei den optional geplanten Stunden handelt es sich um eine grobe Schätzung, es besteht kein Anspruch auf Abruf.

Jahr	Geplante Stunden (Schätzung auf Grundlage von Erfahrungswerten)	Optional zu planende Stunden (kein Anspruch auf Abruf, werden mit ausreichend Vorlauf vom AG angekündigt)
2027	100	20
2028	100	20
2029 (bei Vertragsverlängerung durch den vzbv)	100	20
2030 (bei Vertragsverlängerung durch den vzbv)	100	20

Stunden, die in einem Kalenderjahr nicht abgerufen werden, können in Absprache mit dem AN ins Folgejahr übertragen werden. Eine Übertragung über die maximale Vertragslaufzeit hinaus ist nicht zulässig.

Zugesichertes Kontingent an Stunden

Die vom Auftragnehmer fest zu planenden Stunden (vgl. IV.1.2) verteilen sich in der Regel auf 12 Monate, Abweichungen sind möglich.

Eine detaillierte Übersicht sowie eine Liste der Ansprechpartner:innen und Abrechnungsinformationen werden nach Zuschlagserteilung übermittelt. Wenn die Hälfte des Quartalsbudgets aufgebraucht ist, meldet der AN dem AG dies proaktiv.

Optionales Kontingent für weitere Projekte

Weiterhin bietet der AN die Option, bei Bedarf weitere Stunden zum vereinbarten Preis in Anspruch zu nehmen. Der Verbraucherzentrale Bundesverband kommt mit einer Anfrage rechtzeitig auf den AN zu, so dass dieser die zusätzliche Leistung mit ausreichender Vorlaufzeit einplanen kann.

2. Umsetzung von Kommunikationsmaterialien mit vorgelagerter Konzeptionsarbeit

2.1 Leistungsumfang

Teil der Leistung ist die grafische Umsetzung von Kommunikationsmaterialien mit vorgelagerter Konzeptionsarbeit, also keine Standard-Grafikleistungen oder Leistungen der Regelkommunikation. Der AN erhält ein ausführliches schriftliches Briefing. Je nach Bedarf kann ein digitaler Kick-Off-Termin zur Klärung offener Fragen anberaumt werden. Zur Leistung gehört zum Beispiel:

- **Grafische Gestaltung von Materialien außerhalb der Regelkommunikation:** Layout und Satz beispielsweise von Flyern, Plakaten, Publikationen, Infografiken, Social Media-Materialien, Key Visuals, Visitenkarten, Branding von Räumen (Aufkleber, Messestände, Beschilderung, etc.), Werbemittel (zum Teil stehen offene Grafikvorlagen zur Weiterbearbeitung/Anpassung zur Verfügung), wenn sie Bestandteil des Konzepts sind
- **Bildrecherche:** Suche von passendem Bildmaterial sowie Kauf entsprechender Bildrechte (z. T. auch zur Weitergabe an Dritte), ggf. Nachbearbeitung und grafischen Anpassungen
- **Korrekturat:** Prüfung der gestalteten Materialien hinsichtlich Rechtschreibung, Grammatik, Typografie, Stil, Interpunktion, etc.
- **Datenaufbereitung:** Reinzeichnung des Layouts sowie Aufbereitung der Daten für Druck oder Online-Nutzung unter Berücksichtigung der Barrierefreiheit (vgl. VI.1.1.3); Übermittlung der Daten im gewünschten Dateiformat (je nach Teilauftrag auch als offene Datei)

Alle Texte beispielsweise für Flyer oder Publikationen werden vom Verbraucherzentrale Bundesverband geliefert.

Die Leistung umfasst jeweils die Abstimmung von mindestens zwei Gestaltungsentwürfen, vier Korrekturschleifen, die Reinzeichnung sowie Aufbereitung der Daten für den Druck (bei Druckerzeugnissen) und die Bereitstellung der offenen Dateien.

2.2 Umfang der garantierten und optionalen Leistungen

Es gibt Projekte, die in Art und Umfang fest geplant und budgetiert sind. Diese sind unter geplanten Stunden erfasst. Bei den optionalen Stunden sind Projekte einkalkuliert, die zwar vorgesehen sind, deren genaue Ausgestaltung jedoch noch nicht feststeht. Die garantierten und optionalen Stunden beziehen sich nur auf grafische Aufgaben, die im Rahmen eines bestehenden Konzepts und dessen Maßnahmen umgesetzt werden sollen.

Bei den optional geplanten Stunden handelt es sich um eine grobe Schätzung, es besteht kein Anspruch auf Abruf.

Jahr	Geplante Stunden (Schätzung auf Grundlage von Erfahrungswerten)	Optional zu planende Stunden (kein Anspruch auf Abruf, werden mit ausreichend Vorlauf vom AG angekündigt)
2027	500	20
2028	500	40
2029 (bei Vertragsverlängerung durch den vzbv)	500	20
2030 (bei Vertragsverlängerung durch den vzbv)	600	40

Erläuterung:

Stunden, die in einem Kalenderjahr nicht abgerufen werden, können in Absprache mit dem AN ins Folgejahr übertragen werden. Stunden, die in einem Jahr nicht abgerufen wurden, werden auf das Folgejahr zum jeweils in dem Folgejahr gültigen Preis laut Preisblatt abgerechnet. Eine Übertragung über die maximale Vertragslaufzeit hinaus ist nicht zulässig.

Zugesichertes Kontingent an Stunden

Die vom Auftragnehmer fest zu planenden Stunden (vgl.V.2.2) verteilen sich in der Regel auf 12 Monate, Abweichungen sind möglich.

Eine detaillierte Übersicht sowie eine Liste der Ansprechpartner:innen und Abrechnungsinformationen werden nach Zuschlagserteilung übermittelt. Wenn die Hälfte des Quartalsbudgets aufgebraucht ist, meldet der AN dem AG dies proaktiv.

Optionales Kontingent für weitere Projekte

Weiterhin bietet der AN die Option, bei Bedarf weitere Stunden zum vereinbarten Preis in Anspruch zu nehmen. Der Verbraucherzentrale Bundesverband kommt mit einer Anfrage rechtzeitig auf den AN zu, so dass dieser die zusätzliche Leistung mit ausreichender Vorlaufzeit einplanen kann.

3. Bildeinkauf

Im Rahmen der beauftragten Leistungen gemäß IV.2.1 kann es zu notwendigen Einkäufen von Bildmaterial (Bilder, Grafiken, Icons) etc. kommen. Der AN lässt sich Einkäufe von Bildmaterial zuvor vom AG schriftlich genehmigen und erwirbt erst anschließend im Namen des AG die entsprechenden Bildrechte. Für die Beschaffung von Bildmaterial ist ein Budget in Höhe von maximal 15 % der angebotenen Vergütung für grafische Leistungen vorzusehen. Zusätzlich kann der AN eine Handling-Gebühr für die Recherche, Beschaffung, Lizenzierung und Verwaltung in Rechnung stellen. Diese darf maximal 50 % des jeweiligen Bildbudgets betragen. Folgendes Beispiel dient der Veranschaulichung: Bei einem Budget für grafische Leistungen von 10.000 Euro beträgt das Budget für Bildmaterial maximal 1.500 Euro. Die maximal zulässige Handling-Gebühr beträgt somit 750 Euro.

Im Preisblatt (Anlage 3, Tabellenblatt Los 1) sind die Kosten für die Beschaffung von Bildmaterial in % und die Handling-Gebühr in % pro Jahr einzutragen. Die Kosten für die Beschaffung von Bildmaterial in % bezieht sich dabei auf den Nettobetrag der Vergütung für grafische Leistungen. Die Handling-Gebühr in % bezieht sich dabei auf den Nettobetrag der Fremdkosten zum Bildeinkauf im jeweiligen Jahr und beinhaltet alle Leistungen von der Recherche bis hin zum Kauf und der Bereitstellung des Bildmaterials für den AG.

Die erworbenen Bilder gehen entsprechend der erworbenen Lizenz in das Eigentum des AG über.

V. Los II: Umsetzung von Kommunikationsmaterialien

1. Abgrenzung zu konzeptionellen Leistungen

Gegenstand der Leistung sind grafische Anpassungen, Aktualisierungen, Erweiterungen und Reinzeichnungen bestehender Kommunikationsmittel. Die Arbeiten erfolgen auf Basis vorhandener Gestaltungsvorgaben, Templates, Layouts und Designelemente (z. B. aus dem Brandportal). Eine konzeptionelle, strategische oder gestalterische Neuentwicklung ist nicht Bestandteil der Leistung. Hierzu zählen insbesondere das Einpflegen und Aufbereiten von Inhalten, Formatanpassungen sowie die Ableitung, Fortsetzung und Erstellung von Varianten bestehender Kommunikationsmittel.

2. Reine grafische Umsetzung

2.1 Leistungsumfang

Teil der Leistung ist die grafische Umsetzung von Materialien für die Regelkommunikation. Dabei handelt es sich um Standard-Grafikleistungen, wie die Erstellung von Varianten, Erweiterungen, Aktualisierungen, die Anpassung bestehender Materialien oder das Befüllen von Vorlagen aus dem Brandportal. Die Leistungen werden auf Basis bereits vorhandener Konzepte, Vorlagen und Gestaltungsvorgaben erbracht. Eine konzeptionelle Entwicklung ist nicht Bestandteil der Leistung. In jedem Fall erhält der AN ein ausführliches schriftliches Briefing. Je nach Bedarf kann ein digitaler Kick-Off-Termin zur Klärung offener Fragen anberaumt werden. Zur Leistung gehört zum Beispiel:

- **Grafische Gestaltung von Materialien, die nicht im Rahmen einer Kampagne entwickelt werden:** Layout und Satz beispielsweise von Flyern, Plakaten, Publikationen, Social Media-Materialien, Key Visuals, Visitenkarten, Branding von Räumen (Aufkleber, Messestände, Beschilderung, etc.), Give-aways (zum Teil stehen offene Grafikvorlagen zur Weiterbearbeitung / Anpassung zur Verfügung), Entwicklung von Icons Infografiken, Charts und PowerPoint-Präsentationen
- **Bildrecherche:** Suche von passendem Bildmaterial sowie Kauf entsprechender Bildrechte (z. T. auch zur Weitergabe an Dritte), ggf. Nachbearbeitung und grafischen Anpassungen
- **Korrektorat:** Prüfung der gestalteten Materialien hinsichtlich Rechtschreibung, Grammatik, Typografie, Stil, Interpunktion, etc.

- **Datenaufbereitung:** Reinzeichnung des Layouts sowie Aufbereitung der Daten für Druck oder Online-Nutzung unter Berücksichtigung der Barrierefreiheit (vgl. VI.1.1.3); Übermittlung der Daten im gewünschten Dateiformat (je nach Teilauftrag auch als offene Datei)

Alle Texte zum Beispiel für Flyer oder Plakate werden vom Verbraucherzentrale Bundesverband geliefert.

Die Leistung umfasst jeweils die Abstimmung von mind. zwei Gestaltungsentwürfen, vier Korrekturschleifen, die Reinzeichnung sowie Aufbereitung der Daten für den Druck (bei Druckerzeugnissen), ggf. die Bereitstellung der offenen Dateien.

2.2 Umfang der garantierten und optionalen Leistungen

Es gibt Projekte, die in Art und Umfang fest geplant und budgetiert sind. Diese sind unter geplanten Stunden erfasst. Bei den optionalen Stunden sind Projekte einkalkuliert, die zwar vorgesehen sind, deren genaue Ausgestaltung jedoch noch nicht feststeht. Die garantierten und optionalen Stunden beziehen sich nur auf grafische Aufgaben, die im Rahmen eines Auftrages ohne vorausgehendes Konzept abzuleisten sind (vgl. V.1.). Nicht aufgeführt sind grafische Umsetzungsarbeiten mit Konzept, die im Los I aufgeführt sind.

Bei den optional geplanten Stunden handelt es sich um eine grobe Schätzung, es besteht kein Anspruch auf Abruf.

Jahr	Geplante Stunden (Schätzung auf Grundlage von Erfahrungswerten)	Optional zu planende Stunden (kein Anspruch auf Abruf, werden mit ausreichend Vorlauf vom AG angekündigt)
2027	175	175
2028	175	175
2029 (bei Vertragsverlängerung durch den vzbv)	175	175
2030 (bei Vertragsverlängerung durch den vzbv)	175	175

Erläuterung:

Stunden, die in einem Kalenderjahr nicht abgerufen werden, können in Absprache mit dem AN ins Folgejahr übertragen werden. Stunden, die in einem Jahr nicht abgerufen wurden, werden auf das Folgejahr zum jeweils in dem Folgejahr gültigen Preis laut Preisblatt abgerechnet. Eine Übertragung über die maximale Vertragslaufzeit hinaus ist nicht zulässig.

Zugesichertes Kontingent an Stunden

Die vom Auftragnehmer fest zu planenden Stunden (vgl. V.2.2) verteilen sich in der Regel auf 12 Monate, Abweichungen sind möglich.

Eine detaillierte Übersicht sowie eine Liste der Ansprechpartner:innen und Abrechnungsinformationen werden nach Zuschlagserteilung übermittelt. Wenn die Hälfte des Quartalsbudgets aufgebraucht ist, meldet der AN dem AG dies proaktiv.

Optionales Kontingent für weitere Projekte

Weiterhin bietet der AN die Option, bei Bedarf weitere Stunden zum vereinbarten Preis in Anspruch zu nehmen. Der Verbraucherzentrale Bundesverband kommt mit einer Anfrage rechtzeitig auf den AN zu, so dass dieser die zusätzliche Leistung mit ausreichender Vorlaufzeit einplanen kann.

Die Vorlaufzeit findet als Zuschlagskriterium Eingang in die Wertung (vgl. VI.1.3)

3. Bildeinkauf

Im Rahmen der beauftragten Leistungen nach Absatz IV Nr. 1 und 2 kann es zu notwendigen Einkäufen von Bildmaterial (Bilder, Grafiken, Icons) etc. kommen. Der AN lässt sich Einkäufe von Bildmaterial zuvor vom AG schriftlich genehmigen und erwirbt erst anschließend im Namen des AG die entsprechenden Bildrechte. Für die Beschaffung von Bildmaterial ist ein Das Budget für den Bildeinkauf in Höhe von maximal 15 % der angebotenen Vergütung für grafische Leistungen vorzusehen. Zusätzlich kann der AN eine Handling-Gebühr für die Recherche, Beschaffung, Lizenzierung und Verwaltung in Rechnung stellen. Diese darf maximal 50 % des jeweiligen Bildbudgets betragen. Folgendes Beispiel dient der Veranschaulichung: Bei einem Budget für grafische Leistungen von 10.000 Euro beträgt das maximale Budget für Bildmaterial 1.500 Euro. Die maximal zulässige Handling-Gebühr beträgt 750 Euro.

Im Preisblatt (Anlage 3, Tabellenblatt Los 2) sind die Kosten für die Beschaffung von Bildmaterial in % und die Handling-Gebühr in % pro Jahr einzutragen. Die Kosten für die Beschaffung von Bildmaterial in % bezieht sich dabei auf den Nettobetrag der Vergütung für grafische Leistungen. Die Handling-Gebühr in % bezieht sich dabei auf den Nettobetrag der Fremdkosten zum Bildeinkauf im jeweiligen Jahr und beinhaltet alle Leistungen von der Recherche bis hin zum Kauf und der Bereitstellung des Bildmaterials für den AG.

Die erworbenen Bilder gehen entsprechend der erworbenen Lizenz in das Eigentum des AG über.

3 Sätze zur Abwicklung: KVA für das Projekt?

VI. Allgemeine Anforderungen

1. Anforderungen an die Leistungserbringung

1.1 Corporate Design

Für die Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen gelten grundsätzlich die Regeln des Corporate Designs (Schriften, Farben, Logo-Abbildung, sonstige Layout-Konventionen, einschließlich der Barrierefreiheit) der Verbraucherzentralen. Die Gestaltungsrichtlinien sind im Brandportal einsehbar.

Bei Auftragserteilung erhalten Sie unbegrenzten Zugang zu unserem Brandportal. Dort finden Sie neben detaillierten Vorgaben zu Schriften, Farben und dem Einsatz von Logos auch Vorlagen (offene Grafikdateien) zu gängigen Printformaten (zum Beispiel Broschüren, Flyer, Plakate, Postkarten).

Für einzelne Drittmittelprojekte (zum Beispiel Lebensmittelklarheit oder Verbraucherbildung) speziell geltende Gestaltungsrichtlinien werden nach Zuschlagserteilung mitgeteilt.

1.2 Nutzungs- und Verwertungsrechte

Der AN räumt dem AG die Nutzungsrechte an den Arbeitsergebnissen und Teilergebnissen nach Maßgabe von § 5 des Vertrags ein.

Der AG ist außerdem berechtigt, Originaldateien zur Bearbeitung von dem AN zu verlangen. Dabei handelt es sich in der Regel um Grafikdateien in Formaten wie InDesign, Illustrator oder Photoshop. Änderungen durch den AG können sowohl an Bildern und am Text vorgenommen werden, zum Beispiel bei dem Organigramm des Verbands das Ändern von Namen, bei Social Media-Vorlagen Änderungen sowohl am Text oder Auswechseln von Bildern, oder Anpassungen bei Bildmaterial. Gemäß § 23 UrhG ist die Bearbeitung und Umgestaltung durch den AG ausdrücklich erlaubt.

1.3 Barrierefreiheit

Der Verbraucherzentrale Bundesverband ist als überwiegend öffentlich geförderte Einrichtung zu Barrierefreiheit verpflichtet. Bei der Erstellung von Kommunikationsmaterialien ist daher folgendes zu beachten:

- Informationen sollten **nicht ausschließlich über Farben** transportiert werden. Sie sind von Screen Readern nicht zu erfassen und darüber hinaus für Menschen mit einer eingeschränkten Farbwahrnehmung schwer zu identifizieren und unterscheiden.
- Dokumente (insbesondere Symbole, Schaubilder oder Diagramme) sollten **gute Kontraste** aufweisen.
- Das **Kontrastverhältnis** zwischen Text und seinem Hintergrund muss **mindestens 4,5 zu 1** sein. Von der 4,5-zu-1-Regel für das Kontrastverhältnis gelten zwei Ausnahmen: Für Text mit einer Schriftgröße oberhalb von 18pt muss das Kontrastverhältnis nur mindestens 3 zu 1 betragen. Für fetten Text oberhalb von 14pt (entspricht 19px in CSS-Pixeln) muss das Kontrastverhältnis ebenfalls nur mindestens 3 zu 1 betragen.
- **Hintergründe** sollten **einfarbig** sein (keinen Text über Bilder legen)

PDFs von Flyern, Broschüren o.Ä., die auf den Webseiten des Verbraucherzentrale Bundesverbands veröffentlicht werden, müssen barrierefrei gemäß BITV 2.0 und damit gemäß EN 301 549 in der geltenden Fassung zur Verfügung gestellt werden. Das beinhaltet:

- Bereitstellung von barrierefreien PDF-Dokumenten, die den WCAG 2.3 (Web Content Accessibility Guidelines - WCAG 2.3) (WCAG 2.3 ist ab November 2026 geltendes Recht) und dem PDF/UA-Standard (= DIN ISO 14289) entsprechen müssen, Das schließt ein, dass die Dokumente zusätzlich auch den Kriterien der EN 301 549 entsprechen müssen.
- PDFs müssen den PAC-Test sowie einen Screenreader-Test bestehen. Ein Nachweis in Form eines PAC-Protokolls sowie eine Bestätigung der manuellen Prüfung muss mitgeliefert werden. Die dokumentierte manuelle Prüfung der Barrierefreiheit umfasst, insbesondere die Kontrolle von Lesereihenfolge, Dokumentenstruktur, Alternativtexten, Kontrasten und die Nutzbarkeit assistiver Technologien.

2. Anforderungen an die Zusammenarbeit

2.1 Projektmanagement/Beratung

Der AN stellt dem AG eine feste Ansprechperson sowie eine Vertretung zur Verfügung, die die Planung und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen vom Briefing bis zur Abnahme begleitet. Regelmäßige digitale Jours fixes (monatlich eine halbe Stunde) müssen in der Preiskalkulation berücksichtigt werden. Diese können weder separat noch nachträglich in Rechnung gestellt werden.

2.2 Sprache

Die Kommunikation zwischen AN und AG erfolgt in deutscher Sprache.

2.3 Tool für die Zusammenarbeit

Der AN stellt ein webbasiertes Projektmanagement-Tool für die Zusammenarbeit kostenfrei zur Verfügung, in dem die einzelnen Projekte einschließlich Fristen und Status hinterlegt sind. Sollte ein solches Tool zur Abwicklung dieses Auftrags extra angeschafft werden müssen, geht das zu Lasten des AN. Das Tool muss den Datenschutzanforderungen des Verbraucherzentrale Bundesverbands entsprechen (vgl. Vertrag § 6 Geheimhaltung (2)).

2.4 Teilnahme an Kick-off-Termin

Nach Zuschlagserteilung nimmt der AN an einem zweistündigen digitalen Kick-Off-Termin teil, in dem der AG die Hintergründe zur Marke sowie alle Anforderungen an die Gestaltung von Kommunikationsmaterialien (CD) mitteilt. Termine müssen nicht in Präsenz stattfinden, sondern können digital durchgeführt werden.

VII. Vergütung und Abrechnung

Die erbrachten Leistungen für die Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen müssen in den Rechnungen nach Projekt differenziert aufgeführt werden. Detaillierte Informationen dazu werden dem AN nach Zuschlagserteilung, spätestens zu Beginn des Vertrages bzw. zu Beginn eines neuen Projekts mitgeteilt und sind zwingend einzuhalten.

Rechnungen für erbrachte Leistungen können nach Abschluss einer Kommunikationsmaßnahme gestellt werden. Es können nur die Stunden in Rechnung gestellt werden, die tatsächlich geleistet wurden. Nicht in Anspruch genommene Stunden werden in Absprache ins Folgejahr übertragen. Eine Übertragung von Kontingenten über die maximal Vertragslaufzeit hinaus ist nicht zulässig.

VIII. Zuschlagskriterien

1. Zuschlagskriterien für Los I

1.1 Qualität des Konzepts

Konzept für ein Mailing-Format für den Verbraucherreport

Das Konzept für ein innovatives Mailing-Format für den Verbraucherreport findet als Zuschlagskriterium Eingang in die Wertung (30 Prozent).

Die Aufgabenstellung und weitere Informationen finden Sie in Anlage 7.

1.2 Gestaltungsentwurf Grafik

Grafik zum Thema Jahresgruß

Der Gestaltungsentwurf (beispielhafte Erstellung einer Grafik für einen Jahresgruß) findet als Zuschlagskriterium Eingang in die Wertung (30 Prozent).

Die Aufgabenstellung und weitere Informationen finden Sie in Anlage 8.

1.3 Preis

Der Gesamtpreis findet als Zuschlagskriterium Eingang in die Wertung (40 Prozent).

2. Zuschlagskriterien für Los II

2.1 Gestaltungsentwurf Grafik

Der Gestaltungsentwurf (beispielhafte Erstellung einer Grafik für einen Jahresgruß) findet als Zuschlagskriterium Eingang in die Wertung (40 Prozent).

Die Aufgabenstellung und weitere Informationen finden Sie in Anlage 8.

2.2 Reaktions- und Bearbeitungszeiten

Die Vorlaufzeiten in Arbeitstagen für die Umsetzung von optionalen Kommunikationsmaterialien finden als Zuschlagskriterium Eingang in die Wertung (10 Prozent).

Die detaillierten Wertungskriterien entnehmen Sie der Wertungsmatrix als Anlage 6.

2.3 Preis

Der Gesamtpreis findet als Zuschlagskriterium Eingang in die Wertung (50 Prozent).

IX. Eignungskriterien (Los I)

1. Berufserfahrung Projektmanagement

(max. 1 A4 Seite, Schriftgröße Arial 11)

Bitte machen Sie Angaben zur Berufserfahrung der Person, die für den vzbv als Projektmanager:in und erste Ansprechperson zur Verfügung stehen würde.

Bitte beschreiben Sie einschlägige Berufserfahrung anhand von zwei vergleichbaren Projekten oder Auftraggebern. Die fachliche Eignung ist durch ein aussagekräftiges Profil der Person mit konkreter

Beschreibung der einschlägigen Erfahrungen und Angaben zur Dauer der einschlägigen Berufserfahrung nachzuweisen.

Reichen Sie als Nachweis entsprechende Referenzen ein. Die Referenzen müssen folgende Informationen enthalten:

- Art und Umfang der erbrachten Leistung
- Beschreibung der Tätigkeit bei der Auftragsdurchführung
- Auftraggeber inkl. Kontakt einer Ansprechperson für etwaige Rückfragen
- Zeitraum der Leistungserbringung (Referenz nicht älter als 1.1.2022)
- Angabe, ob die Person hauptverantwortlich für die Leistungserbringung war oder als Teil einer Projektgruppe mitgewirkt hat.

Mindestanforderung:

Benennung einer für den Verbraucherzentrale Bundesverband vorgesehenen Projektmanager:in und Nachweis von zwei vergleichbaren* Referenzprojekten.

2. Berufserfahrung Grafik

(max. 1 A4 Seite, Schriftgröße Arial 11)

Bitte machen Sie Angaben zur Berufserfahrung von mindestens zwei Personen, die für den vzbv als Grafiker:innen zur Verfügung stehen würden.

Bitte beschreiben Sie einschlägige Berufserfahrung anhand von zwei vergleichbaren Projekten oder Auftraggebern. Die fachliche Eignung ist durch ein aussagekräftiges Profil der Person mit konkreter Beschreibung der einschlägigen Erfahrungen und Angaben zur Dauer der einschlägigen Berufserfahrung nachzuweisen.

Reichen Sie als Nachweis entsprechende Referenzen ein. Die Referenzen müssen folgende Informationen enthalten:

- Art und Umfang der erbrachten Leistung
- Beschreibung der Tätigkeit bei der Auftragsdurchführung
- Auftraggeber inkl. Kontakt einer Ansprechperson für etwaige Rückfragen
- Zeitraum der Leistungserbringung (Referenz nicht älter als 1.1.2022)
- Angabe, ob die Person hauptverantwortlich für die Leistungserbringung war oder als Teil einer Projektgruppe mitgewirkt hat.

Mindestanforderung:

Benennung von zwei für den Verbraucherzentrale Bundesverband vorgesehenen Grafiker:innen und Nachweis von zwei vergleichbaren* Referenzprojekten.

3. Erfahrung Barrierefreiheit

(max. 1 A4 Seite, Schriftgröße Arial 11)

Bitte machen Sie Angaben zur Expertise Ihrer Agentur bei der Erstellung barrierefreier Kommunikationsmittel, insbesondere barrierefreier PDF-Dokumente aus Adobe InDesign und Microsoft PowerPoint.

Benennen Sie bitte mindestens eine Referenz, für die Sie barrierefreie Kommunikationsmittel erstellt haben. Fügen Sie bitte dem Angebot ein Referenzprodukt, zum Beispiel Flyer oder eine Präsentation) bei.

Beschreiben Sie kurz Ihr Vorgehen zur Erstellung barrierefreier Dokumente, insbesondere

- Dokumentenstruktur
- Einhaltung der WCAG 2.3. und des PDF/UA-Standards (= DIN ISO 14289)
- Prüfung mit geeigneten Prüfwerkzeugen bzw. Dokumentation der manuellen Prüfung
- Test mit einem Screenreader

Benennen Sie mindestens eine Person, die für die Projekte des vzbv die Barrierefreiheit verantwortlich zeichnet. Die Expertise ist durch Referenzprojekte nachzuweisen.

Mindestanforderung:

Benennung einer für den Verbraucherzentrale Bundesverband vorgesehenen Person mit nachweisbarer Expertise im Bereich barrierefreier Dokumente, Nachweis von einem vergleichbaren Referenzprojekt sowie Beschreibung eines nachvollziehbaren Vorgehens bei der Erstellung barrierefreier PDF-Dokumente.

X. Eignungskriterien (Los II)

1. Berufserfahrung Grafik

(max. 1 A4 Seite, Schriftgröße Arial 11)

Bitte machen Sie Angaben zur Berufserfahrung von mindestens zwei Personen, die für den Verbraucherzentrale Bundesverband als Grafiker:innen zur Verfügung stehen würden.

Bitte beschreiben Sie einschlägige Berufserfahrung anhand von zwei vergleichbaren Projekten oder Auftraggebern. Die fachliche Eignung ist durch ein aussagekräftiges Profil der Person mit konkreter Beschreibung der einschlägigen Erfahrungen und Angaben zur Dauer der einschlägigen Berufserfahrung nachzuweisen.

Reichen Sie als Nachweis entsprechende Referenzen ein. Die Referenzen müssen folgende Informationen enthalten:

- Art und Umfang der erbrachten Leistung
- Beschreibung der Tätigkeit bei der Auftragsdurchführung
- Auftraggeber inkl. Kontakt einer Ansprechperson für etwaige Rückfragen
- Zeitraum der Leistungserbringung (Referenz nicht älter als 1.1.2022)

- Angabe, ob die Person hauptverantwortlich für die Leistungserbringung war oder als Teil einer Projektgruppe mitgewirkt hat.

Mindestanforderung:

Benennung von zwei für den Verbraucherzentrale Bundesverband vorgesehenen Grafiker:innen und Nachweis von zwei vergleichbaren* Referenzprojekten.

2. Erfahrung Barrierefreiheit

(max. 1 A4 Seite, Schriftgröße Arial 11)

Bitte machen Sie Angaben zur Expertise Ihrer Agentur bei der Erstellung barrierefreier Kommunikationsmittel, insbesondere barrierefreier PDF-Dokumente aus Adobe InDesign und Microsoft PowerPoint.

Benennen Sie bitte mindestens eine Referenz, für die Sie barrierefreie Kommunikationsmittel erstellt haben. Fügen Sie bitte dem Angebot ein Referenzprodukt, zum Beispiel Flyer oder eine Präsentation) bei.

Beschreiben Sie kurz Ihr Vorgehen zur Erstellung barrierefreier Dokumente, insbesondere

- Dokumentenstruktur
- Einhaltung der WCAG 2.3. und des PDF/UA-Standards (= DIN ISO 14289)
- Prüfung mit geeigneten Prüfwerkzeugen bzw. Dokumentation der manuellen Prüfung
- Test mit einem Screenreader

Benennen Sie mindestens eine Person, die für die Projekte des Verbraucherzentrale Bundesverband die Barrierefreiheit verantwortlich zeichnet. Die Expertise ist durch Referenzprojekte nachzuweisen.

Mindestanforderung:

Benennung einer für den Verbraucherzentrale Bundesverband vorgesehenen Person mit nachweisbarer Expertise im Bereich barrierefreier Dokumente, Nachweis von einem vergleichbaren Referenzprojekt sowie Beschreibung eines nachvollziehbaren Vorgehens bei der Erstellung barrierefreier PDF-Dokumente.

*Als vergleichbar gelten Projekte der Konzeption und Gestaltung von Publikationen, Informationsmaterialien, Kampagnenmedien oder digitalen Kommunikationsmitteln für Organisationen, Verbände, öffentliche Auftraggeber oder Unternehmen mit vergleichbarer Aufgabenstellung.