

Anlage 1 zum Vertrag

Leistungsbeschreibung

Vergabeverfahren Werbe- &
Marketingdienstleistung
Vergabe-Nr. ECA-2026-054

Vergabestelle:

Bundesdruckerei GmbH

Office for EU-Contract awarding (FP ECA)

Kommandantenstraße 18

10969 Berlin

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	3
2	Leistungsgegenstand	3
	2.1 Zu erbringende Leistungen	3
	2.2 Leistungsumfang	5
3	Anforderungen an das einzusetzende Personal	5
4	Leistungsort	6
5	Ggf. Beistellungen durch Bundesdruckerei	7
6	Service- und Reaktionszeiten	7

1 Einleitung

Die Bundesdruckerei GmbH - nachfolgend „Auftraggeber“ (AG) genannt - treibt technologische Entwicklungen in den Bereichen Identitäts- und Berechtigungsmanagement, Verwaltungsdigitalisierung, Datenanalyse und Künstliche Intelligenz sowie staatliche Zahlungsmittel und Werttransfersysteme an. Damit schafft sie die Basis für eine moderne und resiliente Gesellschaft. Als Unternehmen der Bundesdruckerei-Gruppe und mit der Erfahrung von über 250 Jahren ebnet das Unternehmen den Weg in eine sichere digitale Zukunft.

Weitere Informationen unter www.bundesdruckerei-gmbh.de

2 Leistungsgegenstand

2.1 Zu erbringende Leistungen

Die Bundesdruckerei-Gruppe beabsichtigt im Rahmen der externen Unternehmenskommunikation ihre Image-, Employer-Branding und Produktkommunikation kontinuierlich weiterzuentwickeln. Zielmärkte sind Unternehmen und Organisationen mit erhöhtem Sicherheitsbedarf, der öffentliche Sektor sowie Arbeitnehmer.

Gegenstand der zu vergebenden Leistung sind Planung und Umsetzung crossmedialer Kampagnen (siehe im Detail unten) innerhalb von Deutschland und perspektivisch weiteren EU-Märkten, sowie Unterstützung im Content-Marketing (siehe im Detail unten).

Gesucht wird eine Kreativagentur für Planung, Konzeption und Umsetzung crossmedialer Kampagnen (siehe im Detail unten) für verschiedene Zielgruppen sowie Unterstützung im Bereich Content-Marketing (siehe im Detail unten). Der Fokus liegt auf B2G, B2B und Employer Branding Kommunikation. Hierbei handelt es sich insbesondere um Leistungen in den Bereichen Strategie, Konzeption, Gestaltung und Umsetzung von Kampagnen, sowie Beratung und Projektmanagement.

Diese Leistungsbeschreibung benennt sowohl die vom Auftragnehmer zu erbringenden Leistungen im Einzelnen als auch ggf. einzuhaltende Vorgaben bzw. Anforderungen an die Leistungserbringung.

Die nachfolgend benannten Aufgaben und Tätigkeiten sind nicht als vollumfänglich abschließend zu betrachten. Soweit sich aus der Leistungsbeschreibung oder der konkreten Leistungserbringung zukünftig weitere Leistungen ergeben, steht dem AG das Recht zu, die Leistungsinhalte innerhalb des vorgegebenen Rahmens entsprechend zu erweitern.

Der Aufgabenbereich des AN im **Bereich Campaigning** umfasst insbesondere die folgenden Leistungen:

- Entwicklung von Kommunikationsstrategien, -konzepten und -maßnahmen,
- Zielgruppenanalysen,
- Text und Gestaltung von Kommunikationsmaßnahmen,
- Produktion und Umsetzung von marktüblichen Kommunikationsmitteln (digitale Assets und Print-Materialien inkl. Reinzeichnung und Druckdatenlieferung nach definierten Produktionsvorgaben)
- Projektmanagement,
- Fortlaufende strategische Beratung,
- Teilnahme an, Vor- und Nachbereitung von Jour Fixes und Workshops,
- Erstellung von Präsentationen,
- Erstellung von Projektplänen,
- Termin-, Budget- und Produktionscontrolling
- Media-Zusammenarbeit / Schnittstellenmanagement

Der Aufgabenbereich des AN im **Bereich Content-Marketing** umfasst insbesondere die folgenden Leistungen:

- Weiterentwicklung und strategische Beratung im Themenplanungsprozess des Newsroom,
- Unterstützung in der strategischen Kommunikationssteuerung im politischen und technologischen Umfeld
- Entwicklung und Aktualisierung von Kommunikations- und Content-Marketing-Strategien/-Konzepten,
- Umfassende Analyse und Empfehlungen für Redaktionsplanung und Optimierung von Kommunikationsmaßnahmen,
- Erarbeitung von Guidelines für digitale Kommunikation,
- Konzeption von Themen, Botschaften und Dramaturgien,
- Konzeption, Vorbereitung und Durchführung von Planungs- und Kreativworkshops,
- Teilnahme an Redaktionskonferenzen und Themen-Jour-fixes,
- Betreuung Social Listening Tools und vergleichbarer KI-gestützter-Data oder Monitoring Tools zur Trendanalyse und Marktbeobachtung,
- Entwicklung von Vorschlägen für Themen, Content und Formate auf Basis von kontinuierlichem Monitoring,
- Erstellung von Analysen des Wettbewerbs sowie Handlungsempfehlungen in Form von regelmäßigen Reportings,
- Strategische Beratung und Konzeption zur Positionierung von Themen, Marken oder Personen der Bundesdruckerei-Gruppe,
- Produktion hochwertiger redaktioneller Inhalte

Drittkosten können dem Auftraggeber im Einzelfall projektbezogen erstattet werden, wenn diese vorab im Einzelauftrag als vereinbarte Fremdleistungen aufgeführt sind. Unter Fremdleistungen werden Leistungen verstanden, die nicht durch das Projektteam erbracht werden können und daher von externen Dienstleistern erbracht, oder eingekauft werden müssen und unmittelbar dem jeweiligen Projekt zugeordnet werden können. Hierzu zählen beispielsweise die Beauftragung von Übersetzungs- und Produktionsleistungen (Druck von Werbemitteln) oder der Einkauf von lizenziertem Stockmaterial. In jedem Fall nicht erstattet werden Künstlersozialabgaben, vergleichbare Abgaben sowie dazugehörige Nebenleistungen und Nebenkosten.

2.2 Leistungsumfang

Der AG geht derzeit von einem Gesamtbeauftragungsvolumen von maximal 3.500.000 Euro (netto) über die gesamte Laufzeit von vier Jahren aus. Das bevorstehende Auftragsvolumen beruht auf den Erfahrungen des AG und stellt den geschätzten Umfang dar. Eine detaillierte Festlegung des jeweiligen Leistungsumfangs und -inhalts bleibt der Identifizierung des konkreten Beschaffungsbedarfs während der Vertragslaufzeit vorbehalten.

3 Anforderungen an das einzusetzende Personal

Zur Erbringung der vorgenannten Leistungen hat der AN ein Kern-Projektteam bestehend aus

- einem strategischen Berater / einer strategischen Beraterin
 - mit mindestens Director Level,
 - mit mindestens 10 Jahren Berufserfahrung in der Konzeption und Steuerung crossmedialer Kommunikations- und Content-Marketing-Strategien,
 - mit Erfahrung in der Beratung von Führungskräften und Fachbereichen in strategischen Kommunikationsfragen,
 - mit Erfahrung in politisch, regulatorisch oder gesellschaftlich sensiblen Umfeldern – vorzugsweise im öffentlichen Sektor zu IT, Digitalisierung und Digitalpolitik,
 - mit Erfahrung in der Arbeit mit Newsroom-Strukturen und der Konzeption und Moderation von Strategie- und Kreativ-Workshops (insb. Themenplanung, Themenkonzeption, Markenkommunikation),
 - mit Erfahrung in der strategischen Planung crossmedialer Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.
- einem Projektmanager / einer Projektmanagerin
 - mit mindestens Senior Level,
 - mit Erfahrung in der eigenverantwortlichen Steuerung von Projekten inklusive Termin-, Budget- und Produktionscontrolling,
 - mit Erfahrung in der Umsetzung crossmedialer Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.
- einem Content-Redakteur / einer Content Redakteurin
 - mit mindestens Senior-Level,
 - mit Erfahrung in der Konzeption und Erstellung redaktioneller Lang- und Kurzformate (z. B. Fachartikel, Whitepaper, Studien, Interviews),
 - mit Erfahrung in den folgenden Themenfeldern: e-Government, e-Health, Digitalisierung, Digitalpolitik, Cybersicherheit,
- einem Texter / einer Texterin
 - mit mindestens Senior-Level,
 - mit Erfahrung in der Erstellung kampagnentypischer Textformate (Headlines, Subheads, Bodycopy, Calls-to-Action und Konzeption testfähiger Textvarianten (A/B-Logiken))
 - mit Erfahrung in der Erstellung von Performance- und Digital-Texten, insbesondere für Social Ads (LinkedIn), Newsletter, Landingpages und digitale Kampagnen-Mechaniken
 - mit Erfahrung in der Umsetzung von crossmedialen Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.
- einem Art-Director / einer Art Direktorin
 - mit mindestens Senior-Level,

- mit Erfahrung in der Konzeption und Gestaltung crossmedialer Kampagnen mit Fokus auf digitale Formate (z.B. LinkedIn, Display, Landingpages, etc.)
- mit Erfahrung in der Umsetzung von crossmedialen Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.

aufzustellen und Kontinuität sowie ein Höchstmaß an Qualität bei der Leistungserbringung zu gewährleisten.

Bei Bedarf sollte das Team auch aufgestockt werden können, um die Leistungen qualitäts- und zeitgerecht zu erfüllen. Hierfür verpflichtet sich der AN, das zur Leistungserbringung vorgesehene Projektteam ausschließlich mit fachlich qualifiziertem und erfahrenem Personal zu besetzen, welches in der Lage ist, die beschriebenen Aufgaben auf Grundlage der entsprechenden Qualifikation und Berufserfahrung zu bewältigen.

Grundsätzlich sollte der AN in der Lage sein, flexibel auf nicht vorhersehbare Projektentwicklungen zu reagieren. Insbesondere auch kurzfristig reagieren, komplexe Projekte parallel und fristgerecht übernehmen und auf passende Spezialisten zugreifen können, wenn es die Aufgabenstellung erfordert.

Zudem hat der AN sicherzustellen, dass der strategische Berater, der Projektmanager und der Content Redakteur bei Bedarf auf Anfrage des Auftraggebers grundsätzlich auch an kurzfristig angesetzten Meetings in Berlin bzw. an Ad-hoc-Besprechungen in den Räumen des Auftraggebers in Berlin teilnehmen können.

Darüber hinaus hat der AN während der Leistungserbringung folgende Positionen anzubieten:

- einem Creative Director Art (fünf Jahre Berufserfahrung; Projekterfahrung mit Kunden aus dem Bereich B2B (vorzugsweise IT-Technologien) und öffentlicher Sektor);
- einem Creative Director Text (fünf Jahre Berufserfahrung; Projekterfahrung mit Kunden aus dem Bereich B2B (vorzugsweise IT-Technologien) und öffentlicher Sektor).

Darüber hinaus soll der AN in der Lage sein, Personal für folgende Positionen anzubieten. Die genannten Erfahrungsstufen (Junior, Mid, Senior Level) dienen dabei der Orientierung; es besteht keine Verpflichtung, jede Position auf jeder Stufe vorzuhalten:

- Strategische/r Berater/in (Junior, Mid, Senior Level);
- Projektmanager/in (Junior, Mid Level);
- Art Director/in (Junior, Mid Level);
- Texter/in (Junior, Mid Level);
- Reinzeichner/in.

Diese Positionen müssen zum Zeitpunkt der Ausschreibung nicht namentlich konkret benannt werden.

4 Leistungsort

Der AN erbringt seine Leistungen grundsätzlich am eigenen Unternehmensstandort oder remote. Im Einzelfall kann der jeweilige Leistungsort auch der Standort des AG sein:

Bundesdruckerei GmbH,
Kommandantenstr. 18,
10969 Berlin.

In diesem Fall wird der AN gesondert informiert.

5 Ggf. Beistellungen durch Bundesdruckerei

- System- und Tool-Zugänge – Zugänge zu relevanten internen Systemen, insbesondere Projektmanagement- und Ticketing-Tools (z. B. Jira)

6 Service- und Reaktionszeiten

Der Auftragnehmer (AN) stellt seine Erreichbarkeit werktags zwischen 9:00 und 18:00 Uhr (Zeitzone und Feiertagsregelung am Standort des AN) sicher. Feiertage am Standort des AN, an denen keine Erreichbarkeit gewährleistet ist, sind dem Auftraggeber (AG) im Vorfeld schriftlich mitzuteilen. Die Erreichbarkeit ist während der genannten Zeiten per Telefon und E-Mail sicherzustellen.

Der AN verpflichtet sich zu folgenden maximalen Reaktionszeiten innerhalb der Servicezeiten:

- **E-Mail-Anfragen:** Eingangsbestätigung bzw. erste qualifizierte Rückmeldung innerhalb eines Werktages
- **Telefonische Anfragen / dringende Abstimmungen:** Rückruf innerhalb von 2h
- **Kritische/eskalierende Themen:** unverzügliche Bearbeitung nach Eingang

Sofern eine abschließende Bearbeitung innerhalb der Reaktionszeit nicht möglich ist, teilt der AN einen verbindlichen Bearbeitungszeitpunkt mit.

Kurzfristig angesetzte Meetings am Standort des AG müssen mit Vorlauf eines Werktages möglich sein. Etwaige hierfür anfallende Reisekosten werden vom AG nicht übernommen.

7 Wettbewerb

Während der Dauer der Zusammenarbeit mit der Auftraggeberin verpflichtet sich der Auftragnehmer keine Leistungen für solche Unternehmen und Organisationen zu erbringen, die im Wettbewerb zu dem Auftraggeber stehen, soweit diese Leistungen mit den erbrachten oder geschuldeten Leistungen vergleichbar sind und/ oder dadurch ein Interessenkonflikt entstehen oder die ordnungsgemäße, unabhängige und vertrauliche Erfüllung der vertragsgegenständlichen Leistungen beeinträchtigt werden kann. In direktem Wettbewerb stehen Unternehmen und Organisationen, deren Erzeugnisse oder Dienstleistungen aufgrund ihrer Eigenschaften und ihres Verwendungszwecks als mit den Waren oder Dienstleistungen des Auftraggebers als austauschbar oder ersetzbar angesehen werden können. Mitumfasst sind auch die Teilnahme an Wettbewerbspräsentationen (Pitches) oder sonstige Arbeiten für Wettbewerbsunternehmen des Auftraggebers. Bei Zweifeln hat sich der Auftragnehmer mit dem Auftraggeber abzustimmen.