



Norddeutscher Rundfunk

**Vergabeunterlagen
zum Offenen Verfahren über die Vergabe von
Design-Dienstleistungen
für den NDR**

E40F/2026-02

Inhaltsverzeichnis:

- 1 Der NDR und der Ausschreibungsgegenstand
- 2 Allgemeine Hinweise
- 3 Prüfung und Wertung der Angebote
- 4 Arbeitsaufgaben
- 5 Anlagen

1 Der NDR und der Ausschreibungsgegenstand

1.1 Darstellung des NDR

„NDR – das Beste am Norden“: Dieser Claim steht für ein modernes Medienunternehmen mit einem attraktiven und erfolgreichen Online-, Radio- und Fernsehangebot für Norddeutschland. Acht Radioprogramme, vier Fernseh-Landesprogramme, das NDR Fernsehen, ndr.de und diverse Präsenzen auf vielen Social Media Plattformen versorgen die Menschen in Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein rund um die Uhr mit qualitativ anspruchsvollen Sendungen und Inhalten, geprägt von journalistischer Kompetenz und programmlicher Vielfalt. Als drittgrößte Rundfunkanstalt der ARD beteiligt sich der NDR darüber hinaus in erheblichem Umfang am Gemeinschaftsprogramm des Ersten Deutschen Fernsehens, der ARD Mediathek und der ARD Sounds.

Aber nicht nur durch seine Programme und Online-Angebote, auch durch seine Veranstaltungen vor Ort ist der NDR fester Bestandteil des kulturellen Lebens in Norddeutschland. Als Kulturträger über die Grenzen hinaus bekannt sind das NDR Elbphilharmonie Orchester, die NDR Radiophilharmonie, die NDR Bigband und das NDR Vokalensemble.

1.2 Gegenstand der Ausschreibung

Der Norddeutsche Rundfunk sucht für Gestaltungsaufgaben von Designprodukten für Print und Digitale Angebote Designagenturen mit dem Schwerpunkt Kommunikations- und Grafikdesign. Die Umsetzung der Gestaltungsaufgaben für den NDR und seiner Angebote und Familienmarken erfolgt auf Basis des verbindlich vorgegebenen Corporate Design des NDR.

1.3 Lose/Losbeschränkung

Das Gesamtauftragsvolumen wird in 3 Lose aufgeteilt. Jedes Unternehmen darf sich nur auf ein Los bewerben. Achtung: Werden Angebote für mehr als ein Los abgegeben, wird das betreffende Angebot insgesamt vom Vergabeverfahren ausgeschlossen.

1.4 Rahmenvertrag

Für die zu vergebenden Aufträge werden pro Los Rahmenverträge mit jeweils einem Unternehmen abgeschlossen, auf dessen Grundlage unterjährig Einzelaufträge vergeben werden. In den Rahmenverträgen sind folglich nicht alle Bedingungen für die Einzelauftragsvergabe enthalten. Die Rahmenverträge werden durch den jeweiligen Einzelauftrag konkretisiert. Er legt den konkreten Leistungsumfang, -zeitraum und Preis fest.

Die Laufzeit der Rahmenverträge beträgt 12 Monate, wobei dem NDR das dreimalige Recht eingeräumt wird, die Vertragslaufzeit um jeweils weitere 12 Monate zu gleichen Konditionen zu verlängern. Die Vertragslaufzeit beträgt höchstens 48 Monate.

Die Laufzeit der Rahmenverträge beginnt am 01.01.2027.

1.5 Leistungen des Auftragnehmers

Die Gestaltungsaufgaben erfolgen auf Basis des Corporate Design des NDR bzw. bereits entwickelten Kreativ- und Designkonzepten.

Alle erforderlichen Texte, Bilder und Logos werden in der Regel von der Hauptabteilung Intendanz und Unternehmenskommunikation - Team Markenstrategie und Design zugeliefert.

Der Auftragnehmer liefert Layouts in mehreren Schritten und Korrekturläufen bis zur endgültigen Abnahme durch die Hauptabteilung Intendanz und Unternehmenskommunikation - Team Markenstrategie und Design. Für die einzelnen Kategorien gelten zur Preisgestaltung eine individuelle Anzahl an inkludierten Korrekturläufen (siehe Anlage Preisliste).

Die Erstellung von Reinzeichnungen und Druckdaten ist nicht erforderlich. Im Einzelfall sind einfache Bildretuschen erforderlich.

Das Endergebnis des Design-Prozesses wird von der Design-Agentur dem NDR in Form eines aussagekräftigen PDFs zur Verfügung gestellt. Das Ende des Prozesses ist erst durch eine verbindliche Abnahme seitens der Hauptabteilung Intendanz und Unternehmenskommunikation - Team Markenstrategie und Design erreicht. Die Agentur übergibt die offenen Daten digital an eine Druckvorstufenfirma oder den NDR.

Die beauftragten Agenturen haben als einzigen Ansprechpartner die NDR Hauptabteilung Intendanz und Unternehmenskommunikation - Team Markenstrategie und Design. Gesonderte und individuelle Kontakte seitens der Agentur zu den einzelnen Programmen und anderen Fachbereichen sind nicht gestattet.

Die Agentur ist zur Terminkontrolle verpflichtet im Sinne der Einhaltung der vom NDR vorgegebenen Liefertermine.

Alle den NDR betreffende Inhalte werden vertraulich behandelt.

Der Auftragnehmer benennt dem NDR mit Vertragsabschluss feste Ansprechpartner, die unmittelbar und zeitlich uneingeschränkt für Briefinggespräche zur Verfügung stehen.

Briefing und Beratungsgespräche werden nicht gesondert abgerechnet. Der NDR erstattet keine Fahrtkosten.

Alle Rechnungen sind unter Nennung der Rahmenbestellnummer digital an rechnungseingang@ndr.de zu richten.

1.6 Abnahme

Für den NDR entscheidet die Abteilung Unternehmenskommunikation | Team Corporate Design, ob die Leistung fristgerecht erbracht und ordnungsgemäß ausgeführt wurde. Bei Nicht- oder Schlechterfüllung behält sich der NDR das Recht vor, den Rechnungsbetrag zu mindern.

Weitergehende vertragliche oder gesetzliche Ansprüche des NDR bleiben unberührt.

1.10 Rechteübertragung

Dem NDR wird das Recht eingeräumt, die erbrachten Designdienstleistungen bei Bedarf auch über die Vertragslaufzeit hinaus weiter zu bearbeiten und/oder zu adaptieren.

1.11 Losbeschreibung

1.11.1 Los 1 - NDR Dachmarke, NDR Landesfunkhäuser, ARD

Los 1 umfasst Designumsetzungen für Print und Digitale Angebote der NDR Dachmarke (Unternehmenskommunikation) und für die Produkte, welche der NDR im Rahmen seiner Zuständigkeiten für die ARD erstellt. Zu Los 1 gehören ebenso Designumsetzungen für die regionalen Familienmarken, NDR Niedersachsen, NDR Mecklenburg-Vorpommern, NDR Schleswig-Holstein und NDR Hamburg.

1.11.2 Los 2 – NDR Kultur, NDR Info und Bereich NDR Ensembles

Los 2 umfasst Designumsetzungen für Print und Digitale Angebote der Familienmarken NDR Kultur und NDR Info.

Darüber hinaus umfasst das Los 2 alle Umsetzungen für den Bereich NDR Ensembles. Dazu gehören das NDR Elbphilharmonie Orchester, die NDR Radiophilharmonie, das NDR Vokalensemble und die NDR Bigband, die Veranstaltungsreihen NDR Jazz und NDR das neue werk, sowie die Konzertreihen unter der NDR Dachmarke.

1.11.2 Los 3 – Social Media, Podcast, ARD Mediathek, digitale Formate, N-JOY

Los 3 umfasst die Visuelle Entwicklung von Designs für Social-Media-Kanälen, digitale Formate und Podcast für den NDR und für die Produkte, welche der NDR im Rahmen seiner Zuständigkeiten für die ARD erstellt. Zu Los 3 gehört auch die Gestaltung der NDR Angebote für die ARD Mediathek. Darüber hinaus umfasst das Los 3 alle Umsetzungen für die junge Familienmarke N-JOY.

2 Allgemeine Hinweise

2.1 Grundsätzliches

Die nachfolgenden allgemeinen Hinweise zur Angebotserstellung ergeben sich aus dem geltenden Vergaberecht und sollen den Teilnehmern innerhalb des Verfahrens helfen, ein wertbares Angebot abzugeben.

Es gilt deutsches Recht. Auf die Vorschriften des Vierten Teils des GWB sowie der VgV wird ausdrücklich verwiesen. Die Angaben im Angebot haben wahrheitsgemäß zu erfolgen. Das Angebot und sonstiger Schriftverkehr ist in deutscher Sprache zu verfassen. Unvollständige Angebote führen stets zum Ausschluss vom weiteren Verfahren.

2.2 Vertraulichkeit der Vergabeunterlagen

Die Ihnen überlassenen Unterlagen und Informationen dürfen nur in Zusammenhang mit dieser Vergabe zum Zwecke der Erstellung eines Angebotes genutzt werden. Eine Nutzung für andere Zwecke sowie die Weitergabe an Dritte ist ausdrücklich untersagt.

2.3 Abgabe der Angebote

Das Angebot ist ausschließlich **digital** über das Deutsche Vergabeportal (www.dtv.de) einzureichen.

2.4 Angebotsfrist

Das Angebot muss rechtzeitig bis zum Ablauf der Angebotsfrist eingegangen sein. Der Schlusstermin für den Eingang der Angebote ist der

22.10.2026, 12:00 Uhr

2.5 Aufbau, Form und Inhalt der Angebote

Für die Erstellung des Angebots gelten ausschließlich die Bestimmungen aus diesen Vergabeunterlagen.

Das Angebot ist in digitaler Form einzureichen. **Achtung: Das Gesamtangebot darf eine Datenmenge von 500 MB nicht überschreiten.** Bitte komprimieren Sie Ihre Daten entsprechend und senden ggfs. zusätzlich einen passwortgeschützten Cloud-Link zu den unkomprimierten Dateien.

Das Angebot muss alle geforderten Angaben und Erklärungen enthalten.

2.6 Preise

Diese Vergabeunterlagen enthalten in Anlage 2 eine Preisliste. Für das Los, auf das sich ein Unternehmen bewirbt, ist die Preisliste komplett ausgefüllt mit dem Angebot einzureichen (siehe im Detail 3.2).

Dabei ist zu beachten, dass alle möglichen Rabatte bereits in die Angebotspreise einzukalkulieren sind. Die Preise sind für die Vertragslaufzeit bindend.

Werden bei den späteren Einzelabrufen Layouts bestellt, die in der Preisliste nicht abgebildet sind, müssen die Preise für diese Layoutaufgaben angemessen sein und sich plausibel aus dem Gesamtgefüge der Preisliste ergeben.

2.7 Nebenangebote

Nebenangebote sind nicht zugelassen.

2.8 Änderungen, Berichtigungen oder Rücknahmen von Angeboten

Änderungen oder Berichtigungen der Angebote sind bis zum Ablauf der Angebotsfrist zulässig. Angebote können bis zum Ablauf der Angebotsfrist schriftlich zurückgezogen werden.

2.9 Einzelbieter, Bietergemeinschaften und Nachunternehmer

Der Bieter muss aufgrund seiner technischen und personellen Voraussetzungen grundsätzlich in der Lage sein, die geforderten Leistungen zu erbringen.

Die Abgabe eines Angebots ist durch Einzelbieter, Bietergemeinschaften und die Einschaltung von Nachunternehmern zulässig.

2.9.1 Bietergemeinschaften

Bietergemeinschaften haben einen Bevollmächtigten zu benennen. Dazu ist die beiliegende Anlage „Bietergemeinschaft“ zu verwenden. Der Vordruck ist vom Bevollmächtigten und von jedem Mitglied der Bietergemeinschaft zu unterschreiben.

Es gibt keine Vorgaben über die Rechtsform der Bietergemeinschaft. Die Mitglieder der Bietergemeinschaft haften gegenüber dem NDR gesamtschuldnerisch für die Leistungserbringung.

Es ist grundsätzlich unzulässig, ein Angebot als Mitglied einer Bietergemeinschaft und gleichzeitig als einzelner Bieter zu stellen. Ein solches Verhalten kann als unzulässige wettbewerbsbeschränkende Abrede gewertet werden und gemäß §19 Abs. 3 lit. f VOL/A-EG zum Ausschluss beider Angebote führen. Gleiches gilt für den Fall, dass sich ein Bieter an verschiedenen Bietergemeinschaften beteiligt.

Die Bildung oder Änderung einer Bietergemeinschaft nach Angebotseingang ist nicht zulässig.

2.9.2 Nachunternehmer

Beabsichtigt ein Bieter oder eine Bietergemeinschaft wesentliche Leistungen durch einen Nachunternehmer erbringen zu lassen, so ist vom Bieter oder der Bietergemeinschaft der Nachunternehmer bei Angebotsabgabe zu benennen (siehe Anlage „Nachunternehmerverzeichnis“). Ferner hat der Bieter Leistungsfähigkeit, Zuverlässigkeit und Fachkunde für diesen Nachunternehmer nachzuweisen. Auf gesonderte Aufforderung durch die Vergabestelle hat der Bieter eine „Verpflichtungserklärung“ des Nachunternehmers vorzulegen.

2.10 Aufwandsentschädigung für die Angebotserstellung

Für die Erstellung der Angebote wird keine Aufwandsentschädigung gewährt.

2.12 Bieterfragen

Eventuell auftretende Fragen sind umgehend, jedoch spätestens bis zum **15.10.2026, 12:00 Uhr**, über das Deutsche Vergabeportal (www.dtv.de) zu stellen.

Rechtzeitig eingehende Fragen werden umgehend, anonymisiert und gegenüber allen Bietern gleichermaßen schriftlich beantwortet, sofern sie für den Wettbewerb relevant sind.

Antworten auf häufig gestellte Fragen sind in den FAQs (Anlage 9) sowie unter folgendem Link zusammengestellt:

https://www.ndr.de/der_ndr/unternehmen/ausschreibungen/faq166.pdf

2.13 Zuschlagserteilung/Vertragsabschluss

Die Zuschlagserteilung erfolgt schriftlich. Der Zuschlag wird voraussichtlich am **13.11.2026** erfolgen. Davon abweichend ist der Bieter gehalten, sich bis zum **30.11.2026** an sein Angebot zu binden.

2.14 Mitteilung über nicht berücksichtigte Angebote

Die Vergabestelle teilt jedem Bieter die Nichtberücksichtigung seines Angebots schriftlich mit.

2.15 Vergabestelle

Norddeutscher Rundfunk
Beschaffungsmanagement/Einkauf
Rothenbaumchaussee 132
20149 Hamburg

2.16 Hinweis zur zuständigen Vergabekammer

Anträge zur Überprüfung/Nachprüfung behaupteter Verstöße gegen die Vergabebestimmungen sind zu richten an:

Vergabekammer Hamburg
Adolphsplatz 3-5
20457 Hamburg
Telefon: +49 40 42823-1690

Wir weisen allerdings darauf hin, dass ein Nachprüfungsantrag unzulässig ist, wenn mehr als 15 Kalendertage nach Eingang einer Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind.

3 Prüfung und Wertung der Angebote

3.1 Eignung der Bieter

Bei der Auswahl der Angebote, die für den Zuschlag in Betracht kommen, werden nur Bieter berücksichtigt, die für die Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen die erforderliche Fachkunde und Leistungsfähigkeit besitzen. Fehlende Fachkunde, Leistungsfähigkeit oder Zuverlässigkeit führt zum Ausschluss des Bieters wegen Ungeeignetheit.

Alle Antworten und Unterlagen müssen zwingend bei Angebotsabgabe vorliegen. Das Fehlen einer einzelnen Erklärung oder eines einzelnen Nachweises kann zum Ausschluss führen. Ein Verweis auf frühere Bewerbungen wird nicht akzeptiert.

Von den Unternehmen die sich an dieser Ausschreibung beteiligen sind nachfolgende Unterlagen bzw. Nachweise zwingend bei Angebotsabgabe zu erbringen:

- Unternehmensdarstellung (Name, Anschrift, Rechtsform) mit
 - a) Leistungsspektrum,
 - b) Gründungsdatum,
 - c) Anzahl der aktuell fest angestellten Mitarbeiter,
 - d) Angabe des Gesamtumsatzes der letzten drei Geschäftsjahre (2023-2025),
 - e) Angabe der Anzahl der festangestellten Mitarbeiter der letzten drei Geschäftsjahre (2023-2025).
- Stichwortartige Darstellung von zwei Referenzen, bei denen vergleichbare Leistungen erbracht wurden/werden. Zu jeder Referenz sind bis zu fünf Arbeitsbeispiele mit einzureichen. Die Referenzen dürfen nicht älter als aus 2023 sein. Eine Referenz wird als gleichwertig anerkannt, wenn mindestens eine 3-jährige, durchgehende Erfahrung im aktiven Umgang mit dem Corporate Design eines Unternehmens mit einer herausragenden Markenwertigkeit und Markenbekanntheit dargelegt wird. Die Arbeitsbeispiele müssen inhaltlich und stilistisch auf öffentlich-rechtliche Belange übertragbar sein.

Die Referenzen müssen folgende Angaben enthalten:

- a) Angabe des Auftraggebers,
- b) Ansprechpartner mit Telefonnummer beim Auftraggeber,
- c) Auftragszeitraum,
- d) Beschreibung der Tätigkeiten für den Auftraggeber
(Erläuterung darf je Referenz nicht mehr als 1 DIN A4 Seiten, einseitig bedruckt, Arial, 12 Pkt.-Schriftgröße, 1,5-facher Zeilenabstand umfassen).

- Eine unterschriebene Eigenerklärung (vorformuliert in Anlage 1 „Angebots-erklärung“), dass
- sich das Unternehmen nicht in Liquidation befindet,
- dass über das Vermögen weder ein Insolvenzverfahren noch ein vergleichbares gesetzliches Verfahren eröffnet, die Eröffnung beantragt oder dieser Antrag mangels Masse abgelehnt worden ist,
- dass keine strafrechtlichen Verurteilungen der verantwortlichen Mitarbeiter wegen eines der in § 123 GWB aufgezählten Tatbestände bekannt sind,
- dass keine Ausschlussgründe nach § 124 GWB vorliegen,
- dass die Verpflichtungen zur Zahlung von Abgaben und Steuern sowie der Beiträge zur gesetzlichen Sozialversicherung gemäß den gesetzlichen Bestimmungen des Landes, in das Unternehmen ansässig ist, erfüllt werden,
- dass das Unternehmen ordnungsgemäß in das Handelsregister oder ein vergleichbares Register eingetragen ist oder, dass eine Eintragung in das Handelsregister nach den jeweiligen für den Bieter einschlägigen gesetzlichen Regelungen nicht vorgeschrieben ist,
- dass keine Eintragungen im Wettbewerbsregister gegen das Unternehmen vorliegen und eine solche Eintragung auch nicht droht, insbesondere dass die Verpflichtung zur Zahlung des Mindestlohns erfüllt und die Voraussetzungen von § 19 Mindestlohngesetz nicht vorliegen, d. h. nicht wegen eines Verstoßes nach § 21 Mindestlohngesetz mit einer Geldbuße von wenigstens 2.500 EUR belegt worden ist, dass die gewerberechtlichen Voraussetzungen für die Ausführung der angebotenen Leistungen erfüllt sind,
- dass Personen, deren Verhalten dem Unternehmen zuzurechnen sind, wegen illegaler Beschäftigung von Arbeitskräften nicht in den letzten 5 Jahren mit einer Freiheitsstrafe von mehr als 3 Monaten oder einer Geldstrafe von mehr als 90 Tagessätzen oder einer Geldbuße von mehr als 2.500 Euro belegt worden sind.
- dass keine Ausschlussgründe gem. Artikel 5k der Verordnung (EU) Nr. 833/2014 in der Fassung des Art. 1 Ziff. 23 der Verordnung (EU) 2022/576 des Rates vom 8. April 2022 ("EU-Sanktionspaket") vorliegen.
- Beschreibung der technischen Ausstattung inklusive Anzahl der Arbeitsplätze und der eingesetzten Software.
(Erläuterung darf nicht mehr als 1 DIN A4 Seiten, einseitig bedruckt, Arial, 12 Pkt.-Schriftgröße, 1,5-facher Zeilenabstand umfassen).
- Vorstellung des Projektteams: mindestens zwei festangestellte Personen im Unternehmen, die den Berufsabschluss eines qualifizierten Designers anhand eines Abschlusszertifikates einer Fachhochschule, Hochschule oder einer vergleichbaren staatlich anerkannten Einrichtung haben und dem NDR als Projektteam zur Verfügung stehen (Qualifikationsnachweise sind dem Angebot beizufügen).

Die geforderten Erklärungen sind mit dem Angebot vorzulegen bzw. abzugeben. Der Auftraggeber behält sich das Recht vor, bei Zweifeln an der Eignung des Bieters Nachweise über die persönliche Lage sowie die Eintragung in ein Berufs- oder Handelsregister zu fordern.

3.2 Zuschlagskriterien (Mindest- und Bewertungskriterien)

Grundlage für die Wertung der Angebote sind die abgegebenen Preise und die Darstellung eines Projektablaufs sowie die Lösung von drei Arbeitsaufgaben. Die Anforderungen sind für beide Lose identisch. Sollten mehrere Bieter dieselbe Punktzahl erreichen, so wird das preisgünstigste Angebot ausgewählt.

25%	Highlightpreise
15%	Gesamtpreis ohne Highlights
60%	Arbeitsaufgaben

Maximal sind 100 Punkte je Los erreichbar. Den Zuschlag erhält das Angebot mit der höchsten Gesamtpunktzahl. Dafür werden die Punktzahlen, die bei den einzelnen Zuschlagskriterien ermittelt wurden, addiert.

Zudem sind die in Anlage 3 benannten Mindestkriterien vollständig zu erfüllen und per Unterschrift zu bestätigen.

3.2.1 Highlightpreise (25%)

In den Preislisten für die einzelnen Lose sind Preise grün hinterlegt, die häufiger abgerufen werden. Diese Highlight-Preise werden aufaddiert. Die aufaddierten Highlight-Preise gehen zu 25% in die Gesamtpreisbewertung ein.

Der Bieter der den günstigsten aufaddierten Highlight-Preis je Los abgibt, erhält 25 Punkte. Die nächsthöheren Bieter werden nach folgender Formel gewertet:

$$\text{Bieter A} \quad \frac{\text{Niedrigster Preis} \times 25}{\text{Preis Bieter A}}$$

Die daraus resultierenden Punkte gehen zu 25% in die Gesamtwertung des Angebots ein.

3.2.2 Gesamtpreis ohne Highlights (15%)

Die Preise die nicht grün hinterlegt sind, werden ebenfalls aufaddiert. Diese aufaddierten Gesamt-Preise gehen zu 15% in die Gesamtpreisbewertung ein.

Der Bieter der den günstigsten aufaddierten Gesamtpreis-Preis (ohne die grün hinterlegten Preise) je Los abgibt, erhält 15 Punkte. Die nächsthöheren Bieter werden nach folgender Formel gewertet:

$$\text{Bieter A} \quad \frac{\text{Niedrigster Preis} \times 15}{\text{Preis Bieter A}}$$

Die daraus resultierenden Punkte gehen zu 15% in die Gesamtwertung des Angebots ein.

3.2.3 Arbeitsaufgaben (60%)

Anhand von zwei Teilaufgaben A und B wird der Umgang mit dem NDR Corporate Design bewertet. Die Gewichtung der Teilaufgaben hinsichtlich der Gesamtbewertung ist wie folgt:

Teilaufgabe A zu 30%

Teilaufgabe B zu 30%

Die maximal zu erreichende Punktzahl für die Teilaufgaben A und B betragen jeweils 30 Punkte.

Die maximal zu erreichende Punktzahl für beide Arbeitsaufgaben beträgt somit 60 Punkte. Die daraus resultierenden Punkte je Los gehen zu 60% in die Gesamtwertung des Angebots ein.

Die Bewertung wird nach Qualität der Darstellung vorgenommen. Die unzureichende und insgesamt nicht nachvollziehbare Darstellung wird mit 1 Punkt bewertet, die maximale Bewertung erfolgt mit 10 Punkten. Im Einzelnen ergibt sich folgende Bewertungsstruktur:

1 Punkt:	Unzureichende und insgesamt nicht nachvollziehbare Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderung.
2 Punkte bis 3 Punkte:	Mangelhafte bis ausreichende Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderung, in der auf wichtige Fragen nicht oder nur teilweise eingegangen wird.
4 Punkte bis 6 Punkte:	Befriedigende Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderungen, die insgesamt aber nur teilweise an die Erwartungen des NDR heranreicht.
7 Punkte bis 9 Punkte:	Gute Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderung, die insgesamt den Erwartungen des NDR entspricht.
10 Punkte:	Hervorragende Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderung, die insgesamt den Vorstellungen des NDR in einem besonderen Maße entspricht.

Die erreichte Punktzahl wird mit dem Faktor 3 multipliziert und geht damit in die Gesamtbewertung ein.

4.1 Arbeitsaufgaben Los 1 (60%)

A Entwicklung eines Keyvisuals für NDR Landesfunkhaus-Festivals

Absendermarke: NDR MV

Im Jahre 2012 feierte der NDR das 20-jährige Bestehen von NDR Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern. Seitdem findet alle 5 Jahre ein Jubiläumsfest in Form eines Tages der offenen Tür in Schwerin statt.

Absehbar ist demnach die Veranstaltung „35 Jahre NDR in Mecklenburg-Vorpommern“.

Aus gegebenem Anlass sind wir in der Vorbereitung auf der Suche nach einem Key-Visual, das im Rahmen dieser Aufgabe auf einem Plakat (DIN A1) und einer TZ-Anzeige (184 x 250 mm) zur Ankündigung sowie einem Signalisations-Element (Trilite-Plane 1,25 x 4,6 m) zur Begrüßung am Tag des Geschehens eingesetzt werden soll.

Die Kommunikation richtet sich an alle Altersstufen. Wir laden unser Publikum und das Eroberungsmilieu dazu ein, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen, den Produktions- und Sendebetrieb kennenzulernen sowie mit Moderator*innen und Macher*innen persönlich ins Gespräch zu kommen.

Das Programm setzt sich zusammen aus Bühnenshow, Livemusik und Spielen, begleitet von Führungen, Präsentationen und Besichtigungen. Für Speisen und Getränke zu moderaten Preisen sorgen Kooperationspartner aus der Gastronomie.

Ziel des Events ist es, Vertrauen und Nähe zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu schaffen, Akzeptanz zu fördern und Sympathiewerte zu steigern. Die regionale Verankerung ist hierbei von entscheidender Bedeutung.

Eckdaten:

Ort: NDR Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern, Schlossgartenallee 61, 19061 Schwerin

Datum/Uhrzeit: Sonntag, 19. September 2027, 10.00 – 18.00 Uhr

Material:

Designrichtlinien und Logos sind zu finden unter ausschreibung.brand.ndr.de

Auslieferung:

Dateiformat als Ansicht PDF

B Erstellung von Layouts und Textkreation für Stellenangebote im NDR

Absendermarke: NDR Dachmarke

Die Designaufgabe besteht aus 2 Teilen:

Teil 1: Der NDR möchte zukünftig zusätzlich zu anderen Job-Plattformen auch auf LinkedIn (Format 4:5) Stellenangebote schalten. Gestaltet werden soll ein Angebot für die Stelle eines/r Redakteur*in bei NDR Info 21.45

Aufgaben:

Termin- und Sendeplanung, Abnahmen und Programm-Controlling, Erstellen/Redigieren/Bearbeiten und Distribution von multimedialen Beiträgen, gemeinsame Planung und Abwicklung mit den Landesfunkhäusern und den Channels von NDR Info

Anforderung an Bewerber*innen:

Abgeschlossenes Studium und Redaktionsvolontariat oder eine vergleichbare Ausbildung, die dem Aufgabengebiet entspricht, News Judgement gemäß Relevanz- und Auswahlkriterien einer Nachrichtenredaktion, Sicherheit in der Beurteilung relevanter Themen für „NDR Info 21.45“ sowie weiterer Ausspielwege von NDR Info (Social Media und Online), hohe soziale Kompetenz, Teamfähigkeit, Mehrjährige Berufserfahrung in einer aktuellen Fernsehredaktion, Engagement bei der Weiterentwicklung crossmedialer Nachrichtenformate

In seiner Ausdruckskraft darf sich ein neues Design unter der Dachmarke (Bildsprache und Grafikdesign) an sowohl jüngere Jobinteressent*innen als auch an ältere potenzielle Jobsuchende wenden. Ganz generell ist eine moderne Designsprache gewünscht.

Teil 2: Insbesondere für Ausbildungsmessen im Sendegebiet wird ein junges, dynamisches Design gesucht, welches den NDR als attraktiven Arbeitgeber präsentiert, als ein Unternehmen, in dem junge Menschen in einer perspektivreichen und herausfordernden Umgebung eine berufliche Karriere starten können.

Printprodukte für Messen:

- Karten in A7 (jeweils 2-seitig bedruckt):
- Signalisation/Roll Up (Sichtformat von 840 x 2300 mm)

Material:

- Designrichtlinien und Logos sind zu finden unter ausschreibung.brand.ndr.de

Auslieferung:

Dateiformat als Ansicht PDF

4.2 Arbeitsaufgaben Los 2 (60%)

A Entwicklung eines gestalterischen Elements für Print- und Digitalanwendungen

Absendermarke: NDR Elbphilharmonie Orchester

Das NDR Elbphilharmonie Orchester ist im Januar 2027 seit 10 Jahren das Residenzorchester in der Elbphilharmonie. Start des Jubiläums ist das Jubiläumskonzert am 10./11.01.2027

Gefordert ist die Entwicklung eines gestalterischen Elements zum Jubiläum „10 Jahre Residenzorchester“. Im Rahmen der Bewerbungen der Einzelprojekte des NDR Elbphilharmonie Orchesters soll dieses Jubiläum für eine Saison sichtbar gemacht werden.

Wichtig ist die nahtlose Einbindung in das bestehende Corporate Design sowie die flexible Anwendbarkeit auf verschiedene Einzelprojekte und Formate.

Der genaue Wortlaut („10 Jahre Residenzorchester“) ist nicht bindend – inhaltlich muss jedoch der Bezug auf das 10-jährige Jubiläum als Residenzorchester klar erkennbar bleiben.

Ziel:

Jubiläum bekannt machen, Image stützen, Sichtbarkeit stärken

Aufgabe:

Auf Basis des zugelieferten Materials (Brandportal CI, Foto Gilbert, Text Konzert) soll folgendes erstellt werden:

- Entwicklung eines gestalterischen Elements (z. B. Signet, Label, grafischer oder typografischer Zusatz), welches das Jubiläum klar kommuniziert. Das Element soll für den Rest der Saison auf allen Produkten des EO einsetzbar sein.

- Beispielanwendung: Entwicklung eines Plakates A1, Hochformat, zum Jubiläumskonzert am 10./11.01.2027

- Social Media Post (Paid), statisch, Formate 1:1 (1080×1080 px) und 9:16 (1080×1920 px), Plattform: Instagram, Inhalt: Konzertbewerbung 10./11.1.2027, inklusive der Verwendung des gestalterischen Elements, Tickets verkaufen

Material:

- Designrichtlinien und Logos sind zu finden unter ausschreibung.brand.ndr.de
- Fotos Alan Gilbert
- redaktioneller Konzerttext:

ALAN GILBERT

Dirigent

Werke von UNSUK CHIN, RICHARD WAGNER, LUDWIG VAN BEETHOVEN, JOHN ADAMS

Elbphilharmonie Hamburg

Sonntag, 10.01.27 – 18 Uhr

Montag, 11.01.27 – 20 Uhr

Jetzt Tickets sichern

Auslieferung:

Dateiformat als Ansicht PDF

B NDR Kultur, Kampagnenmotiv Oper/Theater

Absendermarke: NDR Kultur

NDR Kultur bedient sich aus einer Reihe von Kampagnenmotiven zur Anzeigenschaltung. Sie zeigen eine Bandbreite verschiedener Themengebiete des kulturellen Lebens und verdeutlichen die Programmvietfalt in Norddeutschland und auf den Ausspielkanälen des Senders.

Nach dem Leitgedanken „VON/BIS“ ist für jeden etwas dabei. Und so lautet auch der Claim: Da bin ich dabei.

Damit zielt die Botschaft im Kern auf den niedrigschwelligen Zugang für Kulturangebote ab. Gestützt wird dieser Ansatz durch das Artwork in Form von Composings mit spielerisch-leichter Anmutung, gepaart mit einer lockeren Headline-Mechanik. Die Ansprache soll unverkrampft wirken und zum Mitmachen animieren.

Aufgabe:

Die Aufgabe besteht darin, im Stil der Serie die Erweiterung durch eine Anzeige mit dem Inhalt Oper/Theater zu erstellen.

Eckdaten:

Absenderschaft: Die Marke NDR Kultur

Format: DIN A4

Material:

Designrichtlinien und Logos sind zu finden unter ausschreibung.brand.ndr.de/kultur_uebersicht_motive

Auslieferung:

Dateiformat als Ansicht PDF

4.3 Arbeitsaufgaben Los 3 (60%)

A Neuentwicklung des Podcast-Covers für „NDR Info – Streitkräfte und Strategien“

Absendermarke: NDR Info

Aufgabe

Entwicklung eines neuen, zeitgemäßen Podcast-Covers sowie eines zugehörigen 16:9-Visuals für den Podcast „NDR Info – Streitkräfte und Strategien“.

Der Podcast ist seit Jahrzehnten eines der erfolgreichsten Formate der Marke NDR Info. Er ordnet den Krieg in der Ukraine ein und richtet den Blick zugleich auf weitere Krisen und Konflikte weltweit. Die Ausspielung erfolgt regelmäßig dienstags und freitags ab 16:30 Uhr.

Inhalt und redaktionelle Positionierung

Die langjährigen ARD-Korrespondent:innen Anna Engelke, Stefan Niemann, Kai Küstner und Astrid Corall sprechen mit sicherheitspolitischen Expert:innen über:

den Krieg in der Ukraine,

aktuelle Krisen und Kriege weltweit,

die neue Weltordnung,

Europas Antwort auf die Machtinteressen der USA, Russlands und Chinas,

sicherheits- und geopolitische Entwicklungen.

Der Podcast steht für journalistische Einordnung, Aktualität, Glaubwürdigkeit und eine fundierte sicherheitspolitische Perspektive.

Kommunikationsziel

Das neue Cover soll:

die Relevanz und journalistische Autorität des Formats sichtbar machen,

Aktualität, Analyse und geopolitische Komplexität vermitteln,

in Podcast-Apps und auf Drittplattformen schnell wiedererkennbar sein,

auch bei kleiner Darstellung funktionieren,

ohne Darstellung einzelner Hosts auskommen, da Besetzung und Gesprächspartner:innen je nach Folge variieren.

Gestaltungsrichtung

Gewünscht ist eine moderne, eigenständige und journalistisch seriöse Optik. Die Gestaltung soll nicht illustrativ-beliebig oder rein dekorativ wirken, sondern die inhaltliche Positionierung des Podcasts unterstützen, ohne dabei eine Inhaltsgliederung zu werden.

Wichtig: Für NDR Info werden keine KI-generierten Bildmotive verwendet. Als primäre Bildagenturen stehen dpa picture alliance, iStock und Getty Images zur Verfügung. Die Bildauswahl muss rechtlich lizenzierbar sein (erfolgt direkt über den NDR).

Typografie: NDR Sans Cond Heavy in weiß, stilistische Überlagerung über eine Strukturüberlagerung ist möglich).

Markenintegration gemäß bestehendem NDR-Info-Auftritt (ausschreibung.brand.ndr.de)

Formate und Ausspielwege

Die Assets werden ausgespielt auf:

ndr.de,

ARD Sounds App,

Podcast-Drittplattformen.

Die im Template angelegte ARD-Ecke wird ausschließlich auf Podcast-Drittplattformen angezeigt. Der dafür vorgesehene Bereich muss in der Gestaltung berücksichtigt und freigehalten werden.

Zu entwickelnde Motive

Gesucht werden:

ein neues Podcast-Cover im Format 1:1,

ein zugehöriges Visual im Format 16:9.

Die Visual-Assets müssen sowohl im 16:9- als auch im 1:1-Crop funktionieren. Der zentrale Bildfokus ist deshalb in der Mitte zu halten; wichtige Informationen dürfen nicht in Randbereichen liegen.

Material NDR Info Podcast Cover Template

Designrichtlinien und Logos sind zu finden unter ausschreibung.brand.ndr.de

Auslieferung

Es werden folgende Dateien benötigt:

Arbeitsdateien

2 "offene" PSD-Dateien:

Cover 1:1

Visual 16:9

Exporte als JPG

Cover 3.000 × 3.000 px mit Titel und NDR-Info-Branding, maximal 1,5 MB

Cover 3.000 × 3.000 px clean, maximal 1,5 MB

Visual 5.334 × 3.000 px mit Titel und NDR-Info-Branding, maximal 1,5 MB

Visual 5.334 × 3.000 px clean, maximal 1,5 MB

B Gestaltung eines animierten Formattitels und CTA für die Reels des Formats „Grau und schlau“

Absendermarke: N-JOY

Was ist "Grau & schlau"?

Im N-JOY Format "Grau & schlau - Lebenserfahrung to go" interviewt ein Host Menschen der Generation 80+ und bespricht mit ihnen die kleinen und großen des Fragen Lebens. Die Antworten sind oft sehr unterhaltsam, manchmal emotional und häufig lehrreich, weil sie uns Jüngeren auch andere Perspektiven zeigt, die uns gelassener auf unser eigenes Leben blicken lassen. Also: wertvolle Lebenserfahrung to go, die keine KI geben kann!

<https://www.ndr.de/n-joy/grau-schlau-lebenserfahrung-to-go,grau-und-schlau-104.html>

Es ist ein bestehendes Radio-Format, das ins Digitale verlängert wird. Fokus auf die Social-Plattform Instagram. Entsprechend muss das Video für die Plattform und die Nutzungsgewohnheiten der User optimiert sein.

Aufgabe

Teil 1: Gestaltung und Animation des Formattitels „Grau und schlau“, sowie Integration in das bestehende Design. Das Format soll um einen animierten Formattitel „Grau und schlau“ ergänzt werden, um dem Format mehr Eigenständigkeit zu verleihen und es schnell wiedererkennbar zu machen. Es soll geprüft und eine Empfehlung ausgesprochen werden, an welcher Stelle der Formattitel am besten eingesetzt werden kann.

Teil 2: Gestaltung und Animation eines CTA, sowie Integration in das bestehende Design. Wichtig ist uns die Einbindung der Community. Das soll am Ende des Videos über einen CTA (Call-To-Action) stattfinden. Über eine Einblendung wird bspw. Gefragt: "Was sind eure Ratschläge" oder "Welche Fragen habt ihr an unsere Senioren?" Reaktionen der User landen in den Kommentaren. Somit sind die User fester Bestandteil des Formats und prägen diese mit. Die Gestaltung muss sich in den Rest der Verpackung integrieren.

Material:

Rohmaterial Video Clip „Was war die beste Wahl deines Lebens“:

[Grau und Schlau \(reel\) - Guidelines - N-JOY](#)

Link zum Reel: <https://www.instagram.com/njoyde/reel/DbicdphCckS/?hl=de>

Designrichtlinien und Reel Vorlagen sind zu finden unter ausschreibung.brand.ndr.de

Auslieferung:

Zielformat Mp4, 1080x1920px, (Reel)

Das Video muss folgende Designelemente beinhalten:

Neue Gestaltungselemente:

Formattitel

CTA

Folgende Gestaltungselemente, die bestehen bleiben:

Textliche Einblendung des Themas

Textliche Einblendung des Namens des Protas

Einblendung von Emojis passend zum Thema und zur Auflockerung

Untertitel

Branding: Einblendung der N-JOY Flagge in klein

5 Anlagen

- Anlage 1 – EG-Angebotserklärung
- Anlage 2 – Preisblatt
- Anlage 3 – Mindestkriterien
- Anlage 4 – Bietergemeinschaft
- Anlage 5 – Nachunternehmerverzeichnis
- Anlage 6 – Verpflichtungserklärung Nachunternehmer
- Anlage 7 – Zusätzliche Vertragsbedingungen
- Anlage 8 – Bewerbungsbedingungen
- Anlage 9 – dtvp FAQs
- Anlage 10 – Eigenerklärung Informationen zum Bieter
- Anlage 11 – Material für die Arbeitsaufgaben