

B. Leistungsbeschreibung

Inhaltsverzeichnis

1	Vertragspartner	2
2	Vertragsgegenstand	2
3	Detaillbeschreibung der Leistungen	2
3.1	Medienpreis.....	2
3.1.1	Grundlegende Informationen zur Medienpreisverleihung.....	3
3.1.2	Einrichtung einer Datenbank für Einreichungen und datenschutzrechtliche Anforderungen	4
3.1.3	Preisorganisation	6
3.1.4	Medien	6
3.1.5	Social Media.....	7
3.1.6	Veranstaltungsorganisation	7
3.2	Politische Veranstaltungen	7
3.2.1	Grundlegende Informationen zur politischen Veranstaltung.....	8
3.2.2	Veranstaltungsformate	8
3.2.3	Veranstaltungselemente und Medien	8
3.2.4	Veranstaltungsorganisation	9
4	Nachbereitung und ggf. strategische Weiterentwicklung der Veranstaltungen.....	9
5	Vom Leistungsumfang nicht umfasste Leistungen.....	10
6	Fristen	10

1 Vertragspartner

Der Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung e. V. (DGUV) ist der Spitzenverband der gewerblichen Berufsgenossenschaften und der Unfallversicherungsträger der öffentlichen Hand. Die neun gewerblichen Berufsgenossenschaften sind nach Branchen orientiert. Die Unfallversicherungsträger der öffentlichen Hand gliedern sich in 16 Unfallkassen, drei Gemeindeunfallversicherungsverbände, vier Feuerwehr-Unfallkassen sowie die Unfallversicherung Bund und Bahn.

Zentrale Aufgaben dieser Unfallversicherungsträger (UVT) sind Prävention, Rehabilitation und Entschädigung ihrer Mitglieder. Prävention hat das Ziel, Arbeitsunfälle, Berufskrankheiten und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren zu verhindern sowie für eine wirksame Erste Hilfe zu sorgen. Rehabilitation bedeutet Wiederherstellung von Gesundheit und Arbeitskraft durch umfassende medizinische Versorgung und berufliche sowie soziale Eingliederung in die Gesellschaft. Die Entschädigung beinhaltet Verletztengeld oder gegebenenfalls eine Rente.

Als Spitzenverband der gewerblichen Berufsgenossenschaften und der Unfallversicherungsträger der öffentlichen Hand nimmt der DGUV die gemeinsamen Interessen seiner Mitglieder wahr und fördert deren Aufgaben zum Wohl der Versicherten und der Unternehmen. Der Verband vertritt die gesetzliche Unfallversicherung gegenüber Politik, Bundes-, Landes-, europäischen und sonstigen nationalen und internationalen Institutionen sowie Sozialpartnern.

2 Vertragsgegenstand

Der Vertragsgegenstand ist die Unterstützung bei der Veranstaltungsplanung, -organisation und -durchführung. Die Veranstaltungen bestehen aus verschiedenen Formaten:

- ein Medienpreis, der jährlich einmal verliehen wird.
- politische Veranstaltungen, die jährlich ein- bis zweimal stattfinden werden.

Der Vertragsgegenstand ist die Medienpreisorganisation sowie die politische Veranstaltungsorganisation für 2027 und 2028. Es besteht eine Option auf Verlängerung des Vertrages für die Jahre 2029 und 2030.

3 Detailbeschreibung der Leistungen

3.1 Medienpreis

Der German Paralympic Media Award (GPMA) prämierte bisher herausragende Reportagen und Analysen sowie Interviews und andere journalistische Formen der Berichterstattung über den Sport von Menschen mit Behinderung. Es ist der bedeutendste deutsche Medienpreis im Bereich Behindertensport. Im Jahr 2026 feierte er sein 25. Jubiläum. Zu den Gästen der Preisverleihung zählen jedes Jahr hochrangige Politikerinnen und Politiker, bekannte Para-Athletinnen und -Athleten sowie Gäste aus Wirtschaft und Verbänden.

Vorhaben: Eventagentur (26_EU_038), Version 1

Der Leitgedanke des GPMA besteht darin, dass Medien entscheidend dazu beitragen, im Sinne der UN-Behindertenrechtskonvention ein neues Bewusstsein zu bilden, um ein inklusives Leben von Menschen mit und ohne Behinderung zu ermöglichen. Gerade Medienschaffende können über ihre Form der Darstellung dabei mitwirken, über (Erfolgs-) Geschichten von Menschen mit Behinderungen Berührungängste abzubauen, Ausgrenzung zu vermeiden und Inklusion voranzutreiben.

Die bisherige Umsetzung und inhaltliche Ausgestaltung der Preisverleihung haben sich über die lange Zeit der Durchführung nicht nur bei den Gästen, sondern auch in journalistischen Kreisen als bekannt und beliebt etabliert. Die Zahl der eingereichten Beiträge ist über die Jahre kontinuierlich gestiegen. Jedoch soll der Award nun eine inhaltliche Neugestaltung bekommen und den Fokus mehr auf die Kernaufgaben der gesetzlichen Unfallversicherung, d.h. auf Rehabilitation sowie berufliche Eingliederung und Teilhabe legen.

3.1.1 Grundlegende Informationen zur Medienpreisverleihung

- Der Award soll nach der inhaltlichen Neufokussierung weiterhin ein **Medienpreis** bleiben. Als Medienpreis zielt der Award auf strukturelle Veränderungen in der Berichterstattung und damit mittelbar auch auf Veränderungen in der aktuellen Arbeits- und Bildungswelt-Praxis ab. Menschen mit Behinderung sollen in der Medienwelt verstärkt berücksichtigt werden, d.h. es soll mehr Berichterstattung über sie stattfinden. Durch die verstärkte Präsenz in den Medien wird in der Öffentlichkeit deutlich, welche Leistungen Menschen mit Behinderung insgesamt erbringen können, und dann erhalten sie potenziell auch mehr und vor allem bessere Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Die neue inhaltliche Fokussierung soll gleichermaßen auch die Leistungen der gesetzlichen Unfallversicherung zeigen. Ziel ist es die DGUV als Förderin von Inklusion und Teilhabe zu positionieren.
- Die Beiträge, die mit dem Award gewürdigt werden, sollen in ihrer Qualität beispielgebend für die Berichterstattung über berufliche Teilhabe, Rehabilitation und Inklusion sein. Die bisherigen **Kategorien** lauteten Artikel, Foto, Audio, Film / Video und Social Media. Sie sollen im Hinblick auf die inhaltliche Neuausrichtung angepasst werden. Im Rahmen des vorliegenden Konzeptes gibt es Ideen zu der Benennung der Kategorien. Um den Radius der potenziellen Einreichungen zu vergrößern, soll der Medienbegriff zukünftig auch auf Berichterstattungen über Kultur, also Theaterstücke, Musik- und Tanzprojekte o.ä., erweitert werden. Dies ergibt gleichzeitig eine größere Zielgruppe, unterhaltsame und abwechslungsreiche Einreichungen und am Ende ebenfalls einen höheren „Glamour-Faktor“ für die Preisverleihung. Wichtig ist, dass in der Preisverleihung Einreichungen ausgezeichnet werden, die konkrete, praktische und vor allem übertragbare Teilhabe zeigen. Innovative Ansätze, Personen und Projekte mit Vorbild-Charakter und Charisma, die den Themen eine Stimme geben und Ansätze zum Weiterdenken und Umsetzen liefern. Auf Basis des Konzeptes soll vom AN eine Beratung bzw. Entwicklung einer Umsetzungsstrategie erarbeitet werden.
- Aufgrund der erweiterten inhaltlichen Ausrichtung sollen **Name, Logo und Key Visual des Awards** neugestaltet werden. Die rein sportliche Darstellung trifft nicht mehr den Kern des Awards. Vom AN sollen Entwürfe entwickelt werden.
- Bisher dauerte die **Preisverleihung** ca. zweieinhalb Stunden inkl. einer 20-minütigen Pause und fand jährlich im Frühjahr meistens in den Räumlichkeiten des Spitzenverbands DGUV in der Glinkastraße 40 in Berlin statt. Der Termin für 2027 steht bereits fest: **10. November 2027 ab 17:00 Uhr**. Im Raum gibt es eine Bühne, davor wird eine Lichtenanlage mit Rigging durch eine Technikfirma aufgebaut. Mittig geht eine Rampe

Vorhaben: Eventagentur (26_EU_038), Version 1

von der Bühne ab, um Barrierefreiheit zu gewährleisten. Im hinteren Bereich des Raumes befindet sich die Regie an Tischen.

- Der jährliche Preiszyklus soll beibehalten werden. Es werden rund 170 – 190 Gäste erwartet. Die Elemente **Ort, Uhrzeit, Setting** müssen so beibehalten werden. Das Networking in Form eines Get togethers mit Imbiss im Anschluss an die Preisverleihung ist ein wichtiges Element der Veranstaltung und wird bestehen bleiben.
- Im neuen Veranstaltungskonzept sollen auch **Preise mit Preisgeld** neu eingeführt werden. Die genaue Anzahl der zu vergebenen Awards und die Höhe des Preisgeldes muss noch definiert werden, ebenso ob mehrere oder nur ein Award dotiert werden sollen. Das Preisgeld trägt der AG.
- Für den neuen Medienpreis ist eine Schirmherrschaft vorgesehen. Eine Persönlichkeit wurde über den AG bereits angefragt.
- Die aktuell aus acht Personen bestehende **Jury** soll durch neue Personen ergänzt werden.

3.1.2 Einrichtung einer Datenbank für Einreichungen und datenschutzrechtliche Anforderungen

- Der AN programmiert bzw. stellt eine Datenbank im Corporate Design des Spitzenverbands DGUV (Farbigkeit, Schriftart u. ä.) zur Verfügung. Hierzu gibt es ein ausführliches separates Briefing. Informationen zum CD werden bei Auftragserteilung übermittelt.
- Die Datenbank dient zur Angabe persönlicher Daten sowie zum Datei-Upload der Einreichungen. Die DSGVO muss beachtet werden. Das Einreichen von Beiträgen soll barrierefrei möglich sein.
- Es ist keine Nutzung von DGUV-Servern für die Datenbank möglich. Es soll eine DGUV URL genutzt werden.
- Es muss eine Datensicherung vom Start der Einreichungsphase bis nach der Preisverleihung erfolgen.
- Die Daten müssen dem Spitzenverband DGUV (u.a. zur Planung und Organisation des Events) zur Verfügung gestellt werden, damit die Einreichenden kontaktiert werden können. Der Datensatz soll DGUV auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden.
- Die Datenbank muss eine Log-In-Funktion für die Jurymitglieder und das DGUV-Projektteam haben. Sie soll als technisches Bewertungs-Tool dienen, d.h. es sollen in der Datenbank die eingereichten Beiträge angeschaut werden können sowie eine Bewertung (Punktevergabe) inkl. Kommentaren ergänzt werden können. Es muss dann automatisch ein Ranking der Beiträge im System generiert werden können. Die Bewertungen dürfen nicht für andere Jurymitglieder einsehbar sein.
- Während der Jurysitzung müssen Beiträge aus der Datenbank abgerufen und angeschaut werden können. Außerdem muss eine Live-Punktevergabe möglich sein, die

Vorhaben: Eventagentur (26_EU_038), Version 1

zeitgleich ein aktuelles Ranking erstellt, d.h. die drei TOP (nominierten) Beiträge müssen am Ende im System erkennbar sein. In einem schriftlichen Briefing sowie Besprechung(en) werden Details bzgl. der Funktionalität der Datenbank geklärt.

- Der AN erhält die Teilnahmebedingungen zur Einreichung von Beiträgen vom AG. Diese sind ohne Änderungen zu verwenden bzw. sind Änderungen nur nach Rücksprache mit dem AG möglich.
- Die Einreichungsfrist startet voraussichtlich im Frühjahr 2027. Bis zu diesem Zeitpunkt muss die Datenbank für die Einreichungen abgestimmt und komplett einsatzfähig sein.

Datenschutzrechtliche Anforderungen

Der Auftragnehmer verpflichtet sich, bei der Entwicklung und dem Betrieb des Webportals die einschlägigen datenschutzrechtlichen Anforderungen insbesondere der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) sowie des Telekommunikation-Digitale-Dienste-Datenschutz-Gesetzes (TDDDG) einzuhalten.

Dies umfasst die ausschließliche Verwendung technisch notwendiger Cookies sowie die Implementierung eines datenschutzkonformen Consent-Banners.

Etwaig eingesetzte Tracking-Verfahren sind ausschließlich ohne Cookies bzw. anonym auszugestalten. Der Auftraggeber favorisiert hierfür den Einsatz von *etracker Analytics Cookie-less*.

Eine DSGVO-konforme Datenschutzerklärung ist im Portal zu hinterlegen, die sich inhaltlich an der offiziellen Datenschutzerklärung des Auftraggebers (siehe <https://www.dguv.de/de/wir-ueber-uns/impressum/datenschutzerklaerung>) orientiert und vor Veröffentlichung durch das zuständige Referat Datenschutzrecht des Auftraggebers geprüft wird.

Einverständniserklärungen der Nutzer werden datenschutzkonform eingeholt, dokumentiert und technisch abgesichert.

Bei Registrierungsvorgängen ist ein Double-Opt-In-Verfahren verpflichtend vorzusehen.

Widerspruchs- und Widerrufsmöglichkeiten sind entsprechend den gesetzlichen Vorgaben (insbesondere bei Verarbeitung auf Grundlage berechtigter Interessen oder Einwilligung) technisch und organisatorisch umzusetzen.

Der Auftragnehmer hat das Webportal ferner so vorzubereiten, dass der Auftraggeber seinen Pflichten als Anbieter digitaler Dienste gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 1 TDDDG nachkommen kann. Dies betrifft insbesondere die jederzeitige und leicht zugängliche Darstellung von Links auf das Impressum und die Datenschutzerklärung auf sämtlichen Unterseiten des Portals.

Weitere datenschutzrechtliche Regelungen ergeben sich aus einem zwischen den Parteien abzuschließenden Auftragsverarbeitungsvertrag gemäß Art. 28 DSGVO.

3.1.3 Preisorganisation

- 1-2-stündige Abstimmungstermine mit dem DGUV-Projektteam (vorrangig Videokonferenzen) in den fünf bis sechs Monaten vor der Veranstaltung. Optimal sind Abstimmungstermine alle zwei bis drei Wochen, insgesamt jedoch nach Bedarf. Kurz vor der Preisverleihung erhöht sich die Terminfrequenz. Die Tagesordnung wird vom AG erstellt, das Protokoll vom AN.
- PR und Kontaktmanagement mit Medienschaffenden zur Generierung von Einreichungen, d.h. Recherche von Kontaktdaten zu Redaktionen, ggf. Telefonate. Zu diesen Aktivitäten müssen Nachweise erbracht werden. Die Form der Nachweise kann gemeinsam besprochen werden.
- Management-Anfragen der Medienschaffenden bzgl. Einreichungen / Nutzung der Datenbank, technischer Support im Zeitraum von Montag bis Freitag von 9:00-18:00 Uhr
- Betreuung der Jurysitzung (Dauer ca. fünf Stunden, Sitzungsort DGUV Berlin): Alle Jurymitglieder reisen an und legen nach einer Live-Punktevergabe die Preisträger / innen fest. Die Punkte werden vom AN auf Zuruf in die Datenbank live eingetragen. Die Moderation der Jurysitzung erfolgt durch das DGUV-Projektteam. Die Reisekosten können nach Absprache mit der DGUV und nach Maßgabe des Vertrags in Rechnung gestellt werden.
- Produktion der Preisstele mit individualisierter Bedruckung (Namen der Preisträger / innen), inkl. Neukonzeption der Preisstele. Die entstehenden Produktionskosten, die vorab mit der DGUV abzustimmen sind, trägt der Spitzenverband DGUV.

3.1.4 Medien

- Alle entstehenden Medien müssen barrierefrei sein, damit der Medienpreis insgesamt auch für Menschen mit Behinderungen oder Beeinträchtigung zugänglich ist. Es muss bei der Preisverleihung eine Hörschleife zur Verfügung gestellt werden.
 - Videoclips müssen Untertitel haben, d.h. sowohl der Trailer zum Werben für Einreichungen als auch die Nominiertenclips für die Preisverleihung (s.u. für weitere Infos zu Videoclips). Ebenso müssen die Videoclips eine Audio-Diskription für blinde/sehbeeinträchtigte Menschen enthalten.
 - Anzeigen müssen barrierefrei gestaltet sein.
 - Bei den Vorschlägen von Show-Acts muss Barrierefreiheit mitbedacht werden.
- Erstellung von Anzeigen zur Bewerbung des Awards (mindestens zwei pro Jahr, zwei Varianten: Print und Social Media)
- Produktion eines Trailers zum Werben für Einreichungen (max. 1,5 Minuten) für die DGUV-Social-Media-Kanäle sowie der DGUV-Webseite zum Award
- Produktion von Nominierten-Clips für die Veranstaltung (maximal 3 Minuten)
- Die Clips müssen alle in entsprechend hoher qualitativer Auflösung (4k) produziert werden, damit sie auf einer großen Leinwand gezeigt werden können.

3.1.5 Social Media

- Erstellung von Vorlagen für Sharepics in Canva

3.1.6 Veranstaltungsorganisation

- Gestaltung eines Bühnendesigns/Bühnenbildes im Hinblick auf das grafische und dramaturgische Gesamtkonzept der Veranstaltung.
- Ggf. Absprache mit dem Messebauer bei evtl. anfallenden Aufbauarbeiten in den Räumlichkeiten
- Absprache technischer Anforderungen mit dem Technik-Dienstleister der DGUV, gemeinsam mit dem DGUV-Projektteam
- Alle textlichen Dokumente müssen drei Wochen vor dem Event zur Verfügung gestellt und abgestimmt werden. Das Timing für die Erstellung der Unterlagen wird in der ersten Abstimmung zur jeweiligen Veranstaltungs-Timeline festgelegt.
- Feinkonzeption
- Optional nach Absprache:
 - Erstellung von Moderationstexten, Moderationshandbuch
 - Erstellung von Eventdisposition
 - Erstellung und ständige Aktualisierung eines Ablaufplans
 - Suche nach künstlerischem Show-Act als lockerer Programm-Break in der Preisverleihung, Vorschlag von alternativen Möglichkeiten, Briefing der beauftragten Person(en)
 - Suche nach Moderator/in und Briefing der Person
- Regisseur/in für Veranstaltung
- Stagemanager/in / Projektleiter/in für Veranstaltung

3.2 Politische Veranstaltungen

Die politischen Veranstaltungen sollen eine kommunikative Plattform bieten, um den fachlichen Austausch zu fördern, den gesellschaftlichen Mehrwert der gesetzlichen Unfallversicherung (UV) sichtbar zu machen und gezielte Impulse an politische Entscheidungsträger zu richten. In diesem Kontext will sich die DGUV im politischen Berlin als maßgebliche Akteurin für den politischen und fachlichen Dialog positionieren. Darüber hinaus soll das Format die Diskussion aktueller und zukünftiger Herausforderungen sowie die Förderung eines professionellen Netzwerks zwischen relevanten Stakeholdern aus Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Praxis ermöglichen.

3.2.1 Grundlegende Informationen zur politischen Veranstaltung

Die Hauptzielgruppen der Ansprache sind wie folgt:

- Bundes- und Landespolitiker/innen (Arbeits-, Sozial-, Gesundheitsressorts)
- Vertreter/innen der Sozialpartner, d.h. Arbeitgeber-, Arbeitnehmerverbände
- Sozialversicherungsträger
- Wirtschafts- und Branchenverbände
- Fachleute aus Arbeitsschutz, Arbeitsmedizin, Rehabilitation
- Wissenschaft/Forschung zu Arbeitsunfällen, Arbeitsschutz, Prävention
- Interessensvertretungen und Spitzenorganisationen, NGOs, ehrenamtlich Engagierte

Ziel der Veranstaltungen ist es, die Sichtbarkeit und Relevanz der gesetzlichen Unfallversicherung im Kontext von Gesetzgebungsverfahren und öffentlicher Debatte zu erhöhen. Gleichzeitig sollen die zentralen Leistungen und Stärken der UV – insbesondere in den Bereichen Prävention, Rehabilitation und Entschädigung – klar und verständlich vermittelt werden. Ein weiterer Fokus liegt auf der Präsentation des Expertenwissens der UV-Träger sowie auf der Schaffung einer Plattform für den Austausch zwischen politischen Akteuren, Sozialpartnern und Fachleuten. Ergänzend sollen Wissenstransfer, etwa durch Best Practices, Innovationen und die Diskussion aktueller Herausforderungen, sowie die gezielte Förderung von Networking-Möglichkeiten unter den Teilnehmenden unterstützt werden.

3.2.2 Veranstaltungsformate

Die Veranstaltungen können in verschiedenen Formaten stattfinden. Kompakte Pre-/After-Work-Events, Diskussionsrunden, Keynotes, Ausstellungen – hier sind fachlicher Inhalt und Zielgruppe entscheidend für die Auswahl des Formates und der Veranstaltungsdauer. Die Veranstaltung soll in der Regel ein- bis zweimal jährlich stattfinden. Je nach Bedarf sind aktuell jeweils ein größeres und kleineres politisches Event pro Jahr vorgesehen. Größere Events sehen in der Regel einen circa zweistündigen Programmteil und ein Get-together vor. Ergänzt werden können sie durch ein Ausstellungsformat, die Leistungen der gesetzlichen Unfallversicherung sichtbar machen und begleiten. Gäste für große Events werden per Einladung gewonnen. Die maximale Kapazität der DGUV-Räume beträgt 199 Personen. Für kleinere politische Formate sind maximal 90 Minuten sowie maximal 100 Gäste vorgesehen. Dieses Format soll insgesamt exklusiver gehalten werden und wird von einem Imbiss begleitet.

Als Veranstaltungsort dienen die Räume der DGUV in Berlin. Zur Steigerung der Attraktivität und Interaktivität sollen moderne Raumdesignvarianten entwickelt und je nach Bedarf und Thema verschiedene Aktionsflächen integriert werden. Ergänzend ist der Einsatz angemieteter Bühnenmöbel sowie eines professionellen Beleuchtungskonzepts möglich. Die konkrete Ausgestaltung der Veranstaltungselemente soll jeweils flexibel an das inhaltliche Schwerpunktthema angepasst werden.

3.2.3 Veranstaltungselemente und Medien

Die Veranstaltung kombiniert unterschiedliche Formate und Medien, um Abwechslung, Interaktion und nachhaltige Wissensvermittlung zu gewährleisten sowie nachklingende Erinne-

Vorhaben: Eventagentur (26_EU_038), Version 1

rungsimpulse bei den Teilnehmenden zu setzen. Hierzu zählen auditive Elemente wie Audiobeiträge oder O-Töne sowie visuelle Impulse, beispielsweise durch Fotos, Grafiken oder Videoinhalte, die verschiedene Perspektiven aufzeigen. Klassische Wissensvermittlung erfolgt über Vorträge oder Keynotes, ergänzt durch pointierte Statements oder Thesen zur Meinungsbildung. Interaktive Komponenten wie Publikumsabstimmungen oder Fragerunden fördern die aktive Einbindung der Teilnehmenden. Darüber hinaus sind dialogische Formate wie Kurzinterviews, insbesondere unter Einbeziehung von Sozialpartnern, vorgesehen. Praxisnahe Einblicke werden durch Best-Practice-Beispiele und Erfahrungsberichte aus der Anwendung vermittelt.

3.2.4 Veranstaltungsorganisation

- Gestaltung eines Bühnendesigns/Bühnenbildes im Hinblick auf das grafische und dramaturgische Gesamtkonzept der Veranstaltung.
- Koordination des Messebaus bei ggf. anfallenden Aufbauarbeiten in den Räumlichkeiten
- Absprache technischer Anforderungen mit dem Technik-Dienstleister der DGUV, gemeinsam mit dem DGUV-Projektteam
- Alle textlichen Dokumente müssen drei Wochen vor dem Event zur Verfügung gestellt und abgestimmt werden. Das Timing für die Erstellung der Unterlagen wird in der ersten Abstimmung zur jeweiligen Veranstaltungs-Timeline festgelegt.
- Feinkonzeption
- Optional nach Absprache:
 - Erstellung von Moderationstexten, Moderationshandbuch
 - Erstellung von Eventdisposition
 - Erstellung und ständige Aktualisierung eines Ablaufplans
 - Suche nach Moderator/in und Briefing der Person
 - Regisseur/in für Veranstaltung
 - Stagemanager/in / Projektleiter/in für Veranstaltung

4 Nachbereitung und ggf. strategische Weiterentwicklung der Veranstaltungen

- Nachbereitung der Veranstaltungen, d.h.
 - Prüfung des Programms und des Ablaufs der Veranstaltung auf Optimierung
 - Besprechung von Verbesserungsvorschlägen und Möglichkeiten zur Optimierung von Prozessen und der Zusammenarbeit

Vorhaben: Eventagentur (26_EU_038), Version 1

Hinweis zur Vergütung: Die Nachbereitung und ggf. strategische Weiterentwicklung des Medienpreises nach Nr. 3.1 der Leistungsbeschreibung ist in die Pauschale einzukalkulieren. Für die weiteren Veranstaltungen nach Nr. 3.2 der Leistungsbeschreibung erfolgt die Vergütung nach Stundensätzen.

5 Vom Leistungsumfang nicht umfasste Leistungen

Die folgenden Punkte sind nicht Bestandteil des Auftrages:

- Die Gebärdendolmetschung für die Medienpreis-Verleihung wird über die DGUV gebucht.
 - Diese Ausschreibung enthält ebenfalls nicht die mediale Begleitung der Veranstaltung, d.h. Fotografen und Filmteams können ggf. vom AG anderweitig beauftragt werden. Es wird jedoch die Zusammenarbeit erwartet. Das Briefing erfolgt über die DGUV.
 - Die Kosten für künstlerische Acts, die Moderation und Bereitstellung des technischen Equipments trägt die DGUV, ebenso wie anfallende GEMA-Kosten. Gleiches gilt für die Produktion der Preisstelen des Medienpreises. Die Rechnungen werden direkt an die DGUV gestellt und beglichen.
 - Den Aufbau in den Räumlichkeiten (Bestuhlung, Rigging) organisiert die DGUV.
 - Das Catering und die Servicekräfte werden über die DGUV gebucht.
 - Das Einladungsmanagement läuft über die DGUV.
-

6 Fristen

Der Vertragsbeginn ist der 01.02.2027. Vertragsende ist der 31.01.2029, es besteht zweimal die Option auf Verlängerung, d.h. bis max. 31.01.2031.