



Deutsche
Industrie- und Handelskammer

Leistungsbeschreibung

**Vergabeverfahren: Rahmenvertrag
Unterstützungsleistungen Social Media**

Los 1: Content-Erstellung Social Media

Los 2: Bewegtbildproduktion Social Media

Los 3: Podcast-Erstellung

Vergabenummer: 2026-04-10599

INHALTSVERZEICHNIS

1.	BESCHAFFUNGSZIEL.....	3
2.	ALLGEMEINE HINWEISE	3
3.	IST-SITUATION UND HINTERGRUNDINFORMATION.....	3
3.1.	DIE AUFTRAGGEBERIN: DIHK	3
3.2.	SOCIAL MEDIA AKTIVITÄTEN DER DIHK	3
3.3.	ZIELGRUPPEN	5
3.4.	ZIELSETZUNG	5
4.	LEISTUNGSBESCHREIBUNG	5
4.1.	LOS 1: CONTENT ERSTELLUNG SOCIAL MEDIA	6
4.2.	LOS 2: BEWEGTBILDPRODUKTION SOCIAL MEDIA	8
4.3.	LOS 3: PODCAST-ERSTELLUNG	10
5.	NUTZUNG VON SOFTWARE FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT.....	13
6.	FREMDKOSTEN	13
7.	LEISTUNGORT /LIEFERORT	13
8.	EIGENTUMS-, NUTZUNGS- UND VERWENDUNGSRECHTE	13
9.	AUFTRAGSVERARBEITUNGSVEREINBARUNG	113
10.	ANLAGENVERZEICHNIS	113

1. BESCHAFFUNGSZIEL

Die Deutsche Industrie- und Handelskammer (im Folgenden Auftraggeberin oder DIHK) schreibt einen Rahmenvertrag über die kreative, gestalterische und operative Unterstützung für das Social Media Team aus. Die Leistungen werden dabei in 3 Losen, wie folgt vergeben:

Los 1: Content-Erstellung Social Media

Los 2: Bewegtbildproduktion Social Media

Los 3: Podcast-Erstellung

2. ALLGEMEINE HINWEISE

Im Sinne einer leichteren Lesbarkeit ist im Folgenden die DIHK als Auftraggeberin und die sich bewerbenden Agenturen / Dienstleister als Bieter bzw. als Auftragnehmer aufgeführt. Mit Bieter oder Auftragnehmer sind stets auch „Bietergemeinschaften“ gemeint.

In allen Texten wird aus Gründen der Lesbarkeit auf eine geschlechtergerechte Formulierung verzichtet. Es sind jedoch immer alle Geschlechter angesprochen.

Hinsichtlich aller Angaben zum Leistungsumfang in diesen und den weiteren Ausschreibungsunterlagen handelt es sich um derzeitige Planungen/Schätzungen, es besteht kein Anspruch des Auftragnehmers auf eine Mindestabnahmemenge/ Mindestprojekte/Artikelanzahl etc. Es besteht keine Abnahmeverpflichtung der Auftraggeberin.

3. IST-SITUATION UND HINTERGRUNDINFORMATION

3.1. Die Auftraggeberin: DIHK

Die 1861 gegründete DIHK hat gesetzlich die Aufgabe, das Gesamtinteresse der den 79 Industrie- und Handelskammern zugehörigen Gewerbetreibenden in der Bundesrepublik Deutschland auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene wahrzunehmen, für die Förderung der gewerblichen Wirtschaft zu wirken und dabei stets die wirtschaftlichen Interessen der einzelnen Regionen, Gewerbebezweige, Branchen oder Betriebe abwägend und ausgleichend zu berücksichtigen.

Dabei vertritt die DIHK als Dachorganisation der IHKs die Interessen von über drei Millionen Unternehmen (von ganz klein bis groß) der gewerblichen deutschen Wirtschaft (oder Teilen von ihr) gegenüber Entscheidern der Bundespolitik der Bundesrepublik Deutschland und den europäischen Institutionen. Sie koordiniert und fördert das weltweite Netzwerk der deutschen Auslandshandelskammern (AHK), Delegiertenbüros und Repräsentanzen der deutschen Wirtschaft als Instrument der Außenwirtschaftsförderung der Bundesrepublik Deutschland.

Sitz ist das Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin. Seit 1958 hat die DIHK auch ein Büro in Brüssel.

Mit dem 1. Januar 2023 wurde aus einem eingetragenen Verein (Deutscher Industrie- und Handelskammertag) eine Körperschaft des öffentlichen Rechts (Deutsche Industrie- und Handelskammer). So wird noch stärker deutlich: Die DIHK ist die Kammer der Kammern. Zudem hat sich die Rechtsform geändert. Wie alle IHKs in Deutschland ist auch die neue DIHK eine Körperschaft des öffentlichen Rechts. Die Rechtsaufsicht hat das Bundeswirtschaftsministerium.

3.2. Social Media Aktivitäten der DIHK

Die DIHK bespielt derzeit überwiegend die Social-Media-Kanäle [LinkedIn](#), [Instagram](#), [YouTube](#).

[X](#), [Facebook](#) und [bluesky](#) existieren auch, werden aber nachrangig behandelt.

Neben den DIHK-Kanälen bestehen Kanäle der Corporate-Influencer sowie Social-Media-Kanäle der CEO, die ebenfalls intensiv vom Social-Media-Team betreut werden.

In der Regel werden auf den DIHK-Hauptkanälen im Schnitt ca. 10-15 Beiträge pro Woche gepostet. Bestandteil der Posts sind statische Post, Carousels, Bewegtbild, zum Teil mit Audio-Begleitung.

In der Regel wird ein Podcast zu aktuellen Themen wöchentlich veröffentlicht und auf den Social-Media-Kanälen sowie den gängigen Podcast Kanälen beworben [Podcast WirtschaftsWissen DIHK](#) .

Daneben kommuniziert die Auftraggeberin über andere Kanäle wie unter anderem Websites, Newsletter, Print-Produkte (Broschüren, Stellungnahmen etc.), Veranstaltungen und Bewegtbild.

Im Voraus der meisten Beiträge, die das Social Media Team veröffentlicht, finden Brainstormings, Abstimmungstermine und auch Freigabeschleifen mit Fachkolleginnen und -kollegen und/oder Bereichsleitungen statt. Um den Bedarfen des Hauses sowie der einzelnen Fachbereiche bzgl. der Veröffentlichung bzw. Vermarktung ihrer Themen gerecht zu werden, ist ein hoher Planungs- und Managementaufwand erforderlich.

In den vergangenen Jahren hat sich die DIHK immer wieder unterschiedliche Expertise in den Bereichen kreative Gestaltung, Social-Media-Strategie und Social-Media-Management von unterschiedlichen Dienstleistern eingekauft. Die Hauptleistungen erbringt das erfahrene Social-Media-Team der DIHK allerdings selbst. Diese sind wie folgt:

- **Themenplanung und -management**
 - Mithilfe des Content Planners Swat.io
 - Einbindung der Social-Media-Themen in die Gesamt-Kommunikation der DIHK (Newsroom)
 - Wöchentliche Calls innerhalb des Social-Media-Teams und ad-hoc-Calls mit den Social-Media-Dienstleistern
 - Content Calls und Planung mit CEO
 - Einbindung der aktuellen Kampagnen in die Social-Media-Planung
 - Kommunikation mit Fachbereichen (Abstimmung und Freigaben, Beratung)
 - Steuerung interner Freigabeprozesse
- **Community Management:**
 - liken, teilen und kommentieren von Beiträgen und Kommentaren aus dem Netzwerk und von Stakeholdern in enger Abstimmung mit den Fachbereichen
- **Content-Erstellung**
 - Produktion von Ad-Hoc Inhalten (SharePics, Videos und Animationen) – mit Unterstützung von Vorlagen und festen Formaten
 - Statische Posts z. B. Carousels
 - Offene Vorlagen für IHKs
 - Podcast-Aufnahmen / Produktion
 - Kreative Ideenentwicklung für Social-Media-Reihen, Aktionen in enger Abstimmung mit Kolleginnen und Kollegen aus der DIHK und IHK-Organisation
 - Unterstützung von Corporate Influencern (Ideen-Entwicklung, Umsetzung, Beratung)
- **Erstellung von Bewegtbild für Posts, Stories, Reels**
 - Dreh sowie Post-Produktion
- **Podcast-Aufnahmen**
 - Produktion und Bewerbung
- **Monitoring**
 - aller Kanäle (Entwicklungen, Performance, Qualitätssicherung)

Nach dem Wechsel in der Hausleitung haben die Social-Media-Aktivitäten eine größere Bedeutung gewonnen. Daher soll auch im Zusammenspiel mit den anderen Kommunikationskanälen das große Themenspektrum der Dachorganisation gezielt und abgestimmt auf die verschiedenen Zielgruppen in den

entsprechenden Social-Media-Kanälen optimal dargestellt werden. Die Strategie-Entwicklung für die inhaltlichen und grafischen Weiterentwicklung der Kanäle erfolgt intern. Social-Media-Strategie und Social-Media-Management sind daher keine Bestandteile des Rahmenvertrages.

3.3. Zielgruppen

Die Zielgruppen der Auftraggeberin sind überaus vielfältig und in weiten Teilen sehr heterogen:

- die gesamte gewerbliche Wirtschaft in Deutschland
 - mit ihren 79 Industrie- und Handelskammern mit überregionalen Themen
 - mit ihren Mitgliedsunternehmen und Betrieben („vom Kiosk über mittelständische Familienunternehmen bis zum DAX-Konzern“, „vom Inhaber bis zum Vorstand/CEO“), mit regionalen Themen
- das weltweite Netzwerk der deutschen Auslandshandelskammern mit ihren Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern, Delegationen, Repräsentanzen
- Politik, u.a. Abgeordnete, Minister, Staatssekretäre etc.
- Journalisten, Meinungsmacher und Influencer im Bereich der wirtschaftspolitischen Kommunikation
- die eigene Organisation
- und nicht zuletzt die breite Öffentlichkeit

3.4. Zielsetzung

Übergeordnetes Ziel bleibt die verlässliche Vermittlung von praxisnaher Kammer-Kompetenz, die durch die Selbstverwaltung am Puls der Wirtschaft operiert, über alle kommunikativen Maßnahmen: Die DIHK als Repräsentantin der deutschen Wirtschaft setzt konkrete und relevante Themenschwerpunkte und bietet verlässliche Informationen, die einen echten Mehrwert darstellen.

Allerdings sollen dafür auf den digitalen Kanälen mit Schwerpunkt auf Social Media neue, modernere Formate entwickelt und genutzt werden. Ziel ist es, die Botschaften attraktiver zu gestalten und damit auch neue, jüngere Zielgruppen besser zu erreichen. Ein besonderer Fokus soll dabei auf Erklärformate gelegt werden, um komplizierte Wirtschaftsthemen einer breiteren Öffentlichkeit verständlich zu machen.

Dabei sollen zu einem die DIHK-Social-Media-Kanäle, aber auch die Kanäle der Corporate-Influencer aufeinander abgestimmt weiterentwickelt werden. Die Social-Media-Kanäle der CEO sollen inhaltlich und mit angemessenen Formaten in dieses Gesamtkonzept so weit, wie möglich integriert werden.

Ziel ist es, auf den Social-Media-Kanälen einen gesamtheitlichen Social Media-Auftritt zur Verfügung zu stellen, um die komplexen wirtschaftspolitischen Themen verständlich, attraktiv, modern und möglichst einheitlich aufzubereiten. Dabei bieten die DIHK-Kanäle die übergreifenden, faktenbasierten Informationen, Statements und Veranstaltungen, während die Corporate-Influencer mit ihrer Fachexpertise tiefer in die Themen hineingehen. Persönlich, aber auch faktenbasiert ergänzt der CEO-Kanal die Kommunikationsstrategie der Social-Media-Kanäle.

Die DIHK möchte nicht nur Diskussionen anstoßen und anregen, sondern zukünftig verstärkt in den Dialog mit den in Ziffer 3.3 genannten Zielgruppen treten.

4. LEISTUNGSBESCHREIBUNG

Aufgabe des Auftragnehmers / der Auftragnehmer ist es, das Social-Media-Team bei seinen Tätigkeiten zu unterstützen, bei denen

- dieses punktuell zu wenig personelle Kapazitäten hat, und die operative Umsetzung nicht gewährleisten kann,
- zusätzliches und / oder professionelles und innovatives technisches Equipment erforderlich ist – insbesondere bei der Erstellung von Bewegtbild,
- zusätzliche Kompetenz oder Beratung zu Innovationen und Neuerungen im Bereich Social Media benötigt wird, in selteneren Fällen auch konzeptionell.

Der Rahmenvertrag umfasst die nachfolgenden kreativen, gestalterischen und operativen Leistungen.

Die genannten Leistungen sind nicht abschließend benannt, da diese ggf. mit der Weiterentwicklung technischer Möglichkeiten oder im Bereich Sozialer Netzwerke nur bedingt vorhersehbar sind.

Bisher nicht absehbare Innovationen und technische sowie kommunikative Neuerungen, die während der Vertragslaufzeit entstehen, und in einem engen Sachzusammenhang zur ausgeschriebenen Leistung stehen sowie zur Vertragserfüllung notwendig sind, erweitern das Leistungsspektrum dementsprechend. Die Vertragspartner werden sich dazu verständigen.

4.1. Los 1: Content-Erstellung Social Media

Der Auftragnehmer unterstützt die Auftraggeberin bei ihren unter 3.2. dargestellten Aufgaben im Bereich Content-Erstellung und ergänzt diese um weitere Leistungen. Dafür erhält der Auftragnehmer die erforderlichen Informationen, Daten und Kontakte in regelmäßigen Abstimmungsterminen oder per E-Mail.

- Erstellung von Posts bzw. Posting-Reihen unter Berücksichtigung des Briefings und des angelieferten Materials der Auftraggeberin
 - Vorlagen für Posts (statisch und Bewegtbild / animierte Grafiken), inkl. Weitergabe an IHKs und Töchtergesellschaften
 - Kreative Eigenerstellung von Posts mit Animationen und Effekten (inkl. Beratung, Konzeption, Vorlage, Rechte, Text, Grafik etc.)

Anforderungen an die Zusammenarbeit

Kontinuität sowie eine partnerschaftliche Betreuung ist für die Auftraggeberin während des Vertragszeitraums von hoher Bedeutung. Daher werden die folgenden Anforderungen an die Zusammenarbeit gestellt.

- Schlüsselpersonal:
 - Für die Erbringung der Leistungen verpflichtet sich die Agentur zur Bereitstellung eines festen und qualifizierten Kernteams gemäß Aufforderungsschreiben. Bei Wechsel der Ansprechpartner und Rollen (zum Beispiel Grafiker, Texter) ist eine schriftliche Genehmigung der DIHK erforderlich sowie der Nachweis der Eignung und Qualifikation der Nachfolger und dem transparenten, schriftlichen Übergabeprozess.
 - Bei den einzelnen Aktionen des Tagesgeschäfts erfolgt die Absprache mit dem ausführenden fachlichen Ansprechpartner.
 - Bei größeren Aktionen (Sonderprojekte bis hin zu Kampagnen) ist der Projektmanager zwingend erforderlich sowie der Kreativ-Verantwortliche und ggf. weitere Mitarbeiter des Auftragnehmers. Seitens der DIHK können mehrere Verantwortliche beteiligt sein.
 - Die Hauptansprechpartner (Projektmanager, aber auch Texter) beherrschen die deutsche Sprache in Wort und Schrift verhandlungssicher. Sie gewährleisten bei der Arbeitserstellung jederzeit die vollständige Einhaltung der geltenden deutschen Rechtschreibung. Bei Technisch-Mitarbeitenden, zum Beispiel Grafiker, wäre die Kommunikation auf Englisch möglich.

- Laufende Projekte können jederzeit personell weitergeführt und neue Aufgaben im Rahmen des grundsätzlich vereinbarten Arbeitsvolumens zuverlässig ausgeführt werden.
- Erreichbarkeiten:
 - Gemeinsame Absprachen erfolgen persönlich, in der Regel digital in einem geeigneten Tool, z.B. per Call über Teams.
 - Zu gewährleistende Erreichbarkeit von Montag bis Freitag (09:00–18:00 Uhr, ausgenommen gesetzliche Feiertage in Berlin) telefonisch sowie per E-Mail,
 - Ad-Hoc-Calls zu aktuellen Aktionen/Projekten.
- Transparentes Projektmanagement:
 - Verbindliche, schriftlich festgelegte Abläufe mit festen Ansprechpartnern,
 - Klare Definition der Zuständigkeiten und der Zusammenarbeit zwischen DIHK und Agentur,
 - Bei größeren Aktionen (z.B. Posting-Reihen ab fünf Posts mit unterschiedlichem Content, siehe #StandortUpgrades) – erfolgen seitens des Auftragnehmers unaufgefordert regelmäßige aktuelle Statusmeldungen (durch geeignete Tools, Excel, Jira etc.) zum Projektstand sowie zum bereits entstanden budgetären Aufwand bzw. bereits erfolgter Abrechnung.
- Abrechnung und Budgetkontrolle
 - Die Vergütung des Auftragnehmers erfolgt auf Basis der angebotenen Stückpreise im Preisblatt. Leistungen außerhalb der Stückpreise werden nach angebotenen (anteiligen) Tagesätzen vergütet. In dem Fall bedürfen die Leistungen einer vorherigen schriftlichen Auftragserteilung durch die Auftraggeberin. Grundlage dafür ist ein detaillierter Kostenvoranschlag, den der Auftragnehmer vorab vorzulegen hat. Ein Auftrag gilt erst mit schriftlicher Zustimmung der Auftraggeberin als erteilt.
 - Die vom Bieter im Rahmen der Angebotslegung dieser Ausschreibung, abgegebenen/ angegebenen Preise sind Festpreise für die maximale Dauer des Vertrages. Eine Preisanpassung ist während der Vertragslaufzeit nicht vorgesehen. Evtl. Preiserhöhungen sind im Vorfeld zu berücksichtigen und einzukalkulieren.
 - Für Korrekturen und Re-Briefings sind drei Abstimmungsrunden mit der Auftraggeberin im Angebot vorzusehen und einzukalkulieren.
 - Eine transparente, zeitnahe Abrechnung mit Leistungsnachweisen ist zu gewährleisten,
 - darüber hinaus eine Statusmeldung (quartalsweise) zum abgerechneten Rahmenvertragsvolumen (durch geeignete Tools, Excel, Jira etc.).
- Qualitätssicherung
 - Höchste Qualität, Termintreue, Flexibilität, Sorgfalt und Zuverlässigkeit bei der Umsetzung aller beauftragten Leistungen werden seitens des Auftragnehmers garantiert.
 - Es erfolgt eine fortlaufende Qualitätssicherung i.S.v. Abnahme durch Verantwortlichen oder Projektmanager des Auftragnehmers vor Versand an die Auftraggeberin - Vier-Augen-Prinzip auf Seiten des Auftragnehmers.
 - Der Auftragnehmer weist die Auftraggeberin unverzüglich und proaktiv schriftlich auf absehbare Probleme hin (z.B. hinsichtlich Budgets, Timing, der rechtlichen Zulässigkeit von Maßnahmen, Änderungen in der Zusammensetzung des Teams, etc.).

4.2. Los 2: Bewegtbildproduktion Social Media

Der Bedarf nach audio-visuellem Content für die Social-Media-Kanäle kann die Kapazitäten des Social Media-Teams überschreiten. Der Auftragnehmer übernimmt bei Bedarf unterstützend oder alleinig die Erstellung von Bewegtbild für Social Media. Dies umfasst vorwiegend:

- Reels bis 1 Minute
- Reels bis 1:30 Minuten

In seltenen Fällen können Videoproduktionen mit höherer Länge erforderlich werden.

Zur Leistungserbringung gehören das Drehen von Filmmaterial (ggf. Aufnahme von erforderlichen Fotos) und/oder Cutten und Vertonen sowie aller weiteren damit zusammenhängenden Leistungen.

Ein erster Entwurf des Videos wird ein Tag nach dem Drehtermin eingereicht. Die Lieferung des Endprodukts erfolgt innerhalb von 3 Tagen oder nach Absprache mit der Auftraggeberin. Zur Leistung gehören 3 Korrekturschleifen.

Das Endprodukt wird im 4K, 30 fsp, MP4-Format bereitgestellt, je nach Vereinbarung im Quer- und/oder Hochformat.

Die Einsätze finden vor Ort am Standort der DIHK sowie in externen Locations (national) statt. Die Einsätze dauern in der Regel 3 bis 5 Stunden. Die Anzahl zu produzierender Videos / Reels ist abhängig von der Aktualität und der Anzahl der DIHK-Veranstaltungen. In Hochzeiten ist unter Umständen mit zwei bis drei Videos / Reels in einer Woche zu rechnen.

Daher ist vom Auftragnehmer höchstmögliche Flexibilität erforderlich. In Ausnahmefällen sollte eine Reel-Produktion innerhalb von zwei Tagen umsetzbar sein.

Der Auftragnehmer setzt eigene professionelle Technik ein. Trends und Entwicklungen beim Drehen, Audio-Begleitung etc. sind zu berücksichtigen.

Die Reisekostenvergütung erfolgt nach interner DIHK-Richtlinie.

Hinweis: Die Einräumung, Übertragung und Wahrnehmung von Rechten nach dem Urheberrecht stellt die Hauptleistung der ausgeschriebenen Leistung dar. Daher kann bei losweiser Vergabe die Gesamtleistung inkl. der dazugehörigen Nebenleistungen gem. § 12 Abs. 2 Nr. 7 c UStG dem ermäßigten Umsatzsteuersatz von 7% unterliegen.

Anforderungen an die Zusammenarbeit

Die Kontinuität sowie eine partnerschaftliche Betreuung ist für die Auftraggeberin während des Vertragszeitraums von hoher Bedeutung. Daher werden die folgenden Anforderungen an die Zusammenarbeit gestellt.

- Schlüsselpersonal:
 - Für die Erbringung der Leistungen verpflichtet sich die Agentur zur Bereitstellung eines festen und qualifizierten Kernteams gemäß Aufforderungsschreiben.
 - Bei Wechsel der Ansprechpartner ist eine schriftliche Genehmigung der DIHK erforderlich sowie der Nachweis der Eignung und Qualifikation der Nachfolger und dem transparenten, schriftlichen Übergabeprozess.
 - Bei den einzelnen Aktionen des Tagesgeschäfts erfolgt die Absprache mit dem ausführenden fachlichen Ansprechpartner.

- Die Hauptansprechpartner (Projektmanager, aber auch Texter) beherrschen die deutsche Sprache in Wort und Schrift verhandlungssicher. Sie gewährleisten bei der Arbeitserstellung jederzeit die vollständige Einhaltung der geltenden deutschen Rechtschreibung. Bei Technisch-Mitarbeitenden, zum Beispiel Videographen, wäre die Kommunikation auf Englisch möglich.
 - Laufende Projekte können jederzeit personell weitergeführt und neue Aufgaben im Rahmen des grundsätzlich vereinbarten Arbeitsvolumens zuverlässig ausgeführt werden.
- Erreichbarkeiten:
 - Gemeinsame Absprachen erfolgen persönlich, in der Regel digital in einem geeigneten Tool, z.B. per Call über Teams.
 - Zu gewährleistende Erreichbarkeit von Montag bis Freitag (09:00–18:00 Uhr, ausgenommen gesetzliche Feiertage in Berlin) telefonisch sowie per E-Mail,
 - Ad-Hoc-Calls zu aktuellen Aktionen/Projekten.
- Transparentes Projektmanagement:
 - Verbindliche, schriftlich festgelegte Abläufe mit festen Ansprechpartnern,
 - Klare Definition der Zuständigkeiten und der Zusammenarbeit zwischen DIHK und Agentur.
- Abrechnung und Budgetkontrolle
 - Die Vergütung des Auftragnehmers erfolgt auf Basis der angebotenen Stückpreise im Preisblatt. Leistungen außerhalb der Stückpreise werden nach angebotenen (anteiligen) Tagesätzen vergütet. In dem Fall bedürfen die Leistungen einer vorherigen schriftlichen Auftragserteilung durch die Auftraggeberin. Grundlage dafür ist ein detaillierter Kostenvoranschlag, den der Auftragnehmer vorab vorzulegen hat. Ein Auftrag gilt erst mit schriftlicher Zustimmung der Auftraggeberin als erteilt.
 - Die vom Bieter, im Rahmen der Angebotslegung dieser Ausschreibung, abgegebenen/ angegebenen Preise sind Festpreise für die maximale Dauer des Vertrages. Eine Preisanpassung ist während der Vertragslaufzeit nicht vorgesehen. Evtl. Preiserhöhungen sind im Vorfeld zu berücksichtigen und einzukalkulieren.
 - Für Korrekturen und Re-Briefings sind drei Abstimmungsrunden mit der Auftraggeberin im Angebot vorzusehen und einzukalkulieren.
 - Eine transparente, zeitnahe Abrechnung mit Leistungsnachweisen ist zu gewährleisten,
 - darüber hinaus eine Statusmeldung (quartalsweise) zum abgerechneten Rahmenvertragsvolumen (durch geeignete Tools, Excel, Jira etc.).
- Qualitätssicherung
 - Höchste Qualität, Termintreue, Flexibilität, Sorgfalt und Zuverlässigkeit bei der Umsetzung aller beauftragten Leistungen werden garantiert.
 - Es erfolgt eine fortlaufende Qualitätssicherung i.S.v. Abnahme durch Verantwortlichen oder Projektmanager des Auftragnehmers vor Versand an die Auftraggeberin - Vier-Augen-Prinzip auf Seiten des Auftragnehmers.
 - Der Auftragnehmer weist die Auftraggeberin unverzüglich und proaktiv schriftlich auf absehbare Probleme hin (z.B. hinsichtlich Budgets, Timing, der rechtlichen Zulässigkeit von Maßnahmen, Änderungen in der Zusammensetzung des Teams, etc.).

4.3. Los 3: Podcast-Produktion

Derzeit wird wöchentlich in der Regel eine Podcast-Folge mit der Länge von 30 (+/- 5 Minuten produziert) und in der Regel jeden Donnerstag veröffentlicht. Ausnahmen ergeben sich durch politische Ereignisse/Aktualität. Dann kann die Veröffentlichung auf einen anderen Wochentag fallen.

Die Terminplanung wird in einem Redaktionsplan festgehalten, mindestens zwei Wochen im Voraus.

Die Aufnahmen erfolgen in der DIHK 1. OG bei KOM, meistens in Präsenz, gelegentlich virtuell, wenn ein persönliches Gespräch nicht möglich ist. Für eine virtuelle Aufnahme wird aktuell die Plattform Riverside.fm verwendet.

Podcast-Gäste sind in der Regel Fachleute der DIHK-Organisation, seltener externe Experten oder Unternehmerinnen und Unternehmer. Es wird ein breites Spektrum an wirtschaftspolitischen Themen abgedeckt, darunter Fachkräftesicherung, Bürokratieabbau, Energiekosten, Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Im Fokus stehen die Stärkung des Standorts Deutschland, Außenwirtschaft, Bildung sowie Mittelstandsförderung, um Unternehmen in Krisen zu unterstützen.

Es gibt ein wiederkehrendes Intro und Outro mit Musik. Link zu den Folgen: [Podcast WirtschaftsWissen DIHK](#)

Geplant sind weitere Podcast-Folgen, wenn möglich immer zu den aktuellen Themen.

In der Regel wird das Aufnahmematerial dem Auftragnehmer zugeliefert. Der Auftragnehmer übernimmt den Schnitt und die Produktion. Dazu gehört Soundoptimierung, Podcast Editing (z.B. Entfernen von Pausen, Versprechern o.ä.), das Einfügen von Bauchbinden und Untertiteln, das Einfügen von grafischen Elementen wie beispielsweise des Logos, die Zulieferung des Materials im geeigneten Format (z.B. Audio in MP3- oder WAV-Format, den Teaser MP4 und ein Thumbnail in jpg.). Zur Leistung gehören drei Korrekturschleifen vor der finalen Freigabe. Zur Podcast-Produktion gehört auch die Produktion eines Video-Teasers von 0'30 bis 1'00 Länge, der für die Podcast-Plattformen und Social-Media-Kanäle genutzt wird. Den passenden Ausschnitt schlägt der Auftraggeber vor.

In Ausnahmefällen kann der Auftraggeber mit der Aufnahme des Podcast beauftragt werden. Hierfür stellt er selbst das notwendige Equipment für eine professionelle Podcast-Produktion bereit (Podcast-Mikros, Licht, Stative, mindestens 2 Kameras). Gegebenenfalls werden nach Absprache mit der Auftraggeberin weitere technische Geräte benötigt.

Anforderungen an die Zusammenarbeit

Die Kontinuität sowie eine partnerschaftliche Betreuung ist für die Auftraggeberin während des Vertragszeitraums von hoher Bedeutung. Daher werden die folgenden Anforderungen an die Zusammenarbeit gestellt.

- Schlüsselpersonal:
 - Für die Erbringung der Leistungen verpflichtet sich die Agentur zur Bereitstellung eines festen und qualifizierten Kernteams gemäß Aufforderungsschreiben.
 - Bei Wechsel der Ansprechpartner ist eine schriftliche Genehmigung der DIHK erforderlich sowie der Nachweis der Eignung und Qualifikation der Nachfolger und dem transparenten, schriftlichen Übergabeprozess.
 - Bei den einzelnen Aktionen des Tagesgeschäfts erfolgt die Absprache mit dem ausführenden fachlichen Ansprechpartner.
 - Die Hauptansprechpartner beherrschen die deutsche Sprache in Wort und Schrift verhandlungssicher. Sie gewährleisten bei der Arbeitserstellung jederzeit die vollständige

Einhaltung der geltenden deutschen Rechtschreibung. Bei Technisch-Mitarbeitenden, zum Beispiel Videospezialist wäre die Kommunikation auf Englisch möglich.

- Laufende Projekte können jederzeit personell weitergeführt und neue Aufgaben im Rahmen des grundsätzlich vereinbarten Arbeitsvolumens zuverlässig ausgeführt werden.

- Erreichbarkeiten:
 - Gemeinsame Absprachen erfolgen persönlich, in der Regel digital in einem geeigneten Tool, z.B. per Call über Teams.
 - Zu gewährleistende Erreichbarkeit von Montag bis Freitag (09:00–18:00 Uhr, ausgenommen gesetzliche Feiertage in Berlin) telefonisch sowie per E-Mail,
 - Ad-Hoc-Calls zu aktuellen Aktionen/Projekten.

- Transparentes Projektmanagement:
 - Verbindliche, schriftlich festgelegte Abläufe mit festen Ansprechpartnern,
 - Klare Definition der Zuständigkeiten und der Zusammenarbeit zwischen DIHK und Auftragnehmer.

- Abrechnung und Budgetkontrolle
 - Die Vergütung des Auftragnehmers erfolgt auf Basis der angebotenen Stückpreise im Preisblatt. Leistungen außerhalb der Stückpreise werden nach angebotenen (anteiligen) Tagesätzen vergütet. In dem Fall bedürfen die Leistungen einer vorherigen schriftlichen Auftragserteilung durch die Auftraggeberin. Grundlage dafür ist ein detaillierter Kostenvoranschlag, den der Auftragnehmer vorab vorzulegen hat. Ein Auftrag gilt erst mit schriftlicher Zustimmung der Auftraggeberin als erteilt.
 - Die vom Bieter, im Rahmen der Angebotslegung dieser Ausschreibung, abgegebenen/ angegebenen Preise sind Festpreise für die maximale Dauer des Vertrages. Eine Preisanpassung ist während der Vertragslaufzeit nicht vorgesehen. Evtl. Preiserhöhungen sind im Vorfeld zu berücksichtigen und einzukalkulieren.
 - Für Korrekturen und Re-Briefings sind drei Abstimmungsrunden mit der Auftraggeberin im Angebot vorzusehen und einzukalkulieren.
 - Eine transparente, zeitnahe Abrechnung mit Leistungsnachweisen ist zu gewährleisten,
 - darüber hinaus eine Statusmeldung (quartalsweise) zum abgerechneten Rahmenvertragsvolumen (durch geeignete Tools, Excel, Jira etc.).

- Qualitätssicherung
 - Höchste Qualität, Termintreue, Flexibilität, Sorgfalt und Zuverlässigkeit bei der Umsetzung aller beauftragten Leistungen werden garantiert.
 - Es erfolgt eine fortlaufende Qualitätssicherung i.S.v. Abnahme durch Verantwortlichen oder Projektmanager des Auftragnehmers vor Versand an die Auftraggeberin - Vier-Augen-Prinzip auf Seiten des Auftragnehmers.
 - Der Auftragnehmer weist die Auftraggeberin unverzüglich und proaktiv schriftlich auf absehbare Probleme hin (z.B. hinsichtlich Budgets, Timing, der rechtlichen Zulässigkeit von Maßnahmen, Änderungen in der Zusammensetzung des Teams, etc.).

5. NUTZUNG VON SOFTWARE FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT

Um eine effiziente Zusammenarbeit zu ermöglichen, sollen möglichst Kollaborations-Tools und Dateibearbeitungs- und -austauschplattformen genutzt werden – vorbehaltlich der geltenden Datenschutzvorgaben. Eine Liste der aktuellen Tools und Plattformen der Auftraggeberin findet sich in Anlage 2. Die Nutzung eigener Systeme des Auftragnehmers bedarf der Zustimmung der Auftraggeberin. Die Vertragspartner werden sich auf ein Vorgehen verständigen.

6. FREMDKOSTEN

Der Auftragnehmer ist berechtigt, für die unter Punkt 4 aufgeführten Leistungen, die er selbst nicht erbringen kann, Unterauftragnehmer zu beauftragen. Voraussetzung ist, dass es sich um Leistungen handelt, die für die Leistungserbringung erforderlich werden und in einem engen Sachzusammenhang mit dem Auftrag stehen. Die Leistungen der Unterauftragnehmer sind Bestandteil des Angebots und werden nicht separat vergütet. Hierbei garantiert der Auftragnehmer der Auftraggeberin, die entsprechenden Forderungen Dritter ohne jegliche Aufschläge, Handling-Gebühren oder Ähnliches weiter zu berechnen.

Für einmalige Produktionsleistung mit einem geschätzten Auftragswert unter 15.000 EUR netto kann die Auftraggeberin den Auftragnehmer mit der Auswahl des Lieferanten beauftragen. Der Auftragnehmer wählt dabei die unter Qualitäts- Kosten und Termingesichtspunkten geeigneten Lieferanten aus und holt mindestens 3 Angebote ein. Die Beauftragung erfolgt nach Abstimmung und auf Rechnung der Auftraggeberin. Eine Handlingfee darf für diese Leistung nicht angesetzt werden.

7. LEISTUNGORT / LIEFERORT

Berlin und national

8. EIGENTUMS-, NUTZUNGS- UND VERWENDUNGSRECHTE

- 8.1. Der Auftragnehmer räumt der Auftraggeberin an sämtlichen im Rahmen des Vertrages erstellten oder bereitgestellten Arbeitsergebnissen sämtliche Nutzungs-, Leistungsschutz-, Bearbeitungs-, Veröffentlichungs- und Verwertungsrechte ein. Dies umfasst insbesondere Konzepte, Strategien, Kampagnenideen, Texte, Designs, Grafiken, Fotografien, Bewegtbildinhalte, Audioinhalte, Podcastfolgen, Social-Media-Posts, Templates, Rohmaterial, Projektdateien sowie sonstige Produktions- und Arbeitsergebnisse.
- 8.2. Die Rechteeinräumung erfolgt ausschließlich, unwiderruflich, übertragbar, unterlizenzierbar sowie zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkt. Sie gilt für alle bekannten und unbekanntenen Nutzungsarten, national und international, in allen Medien, Formaten, Plattformen und Kommunikationskanälen, insbesondere für Websites, Newsletter, Presseportale, Veranstaltungen, Messen, Präsentationen, Publikationen, Podcasts, Video- und Audioplattformen sowie Social-Media-Kanäle wie LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, X/Twitter und vergleichbare Plattformen. Erfasst sind sowohl eigene unbezahlte Veröffentlichungen als auch bezahlte Werbe- und Kampagnenmaßnahmen, insbesondere reguläre Posts, Reels, Stories, Shorts, Podcastfolgen, Websitebeiträge, Newsletter, Social Ads, Sponsored Posts, Boosting sowie sonstige Media- und Performance-Maßnahmen.
- 8.3. Die Auftraggeberin ist berechtigt, die Arbeitsergebnisse selbst oder durch Dritte zu vervielfältigen, zu veröffentlichen, öffentlich zugänglich zu machen, zu verbreiten, zu senden, zu bearbeiten, zu übersetzen, zu kürzen, neu zu schneiden, zu formatieren, mit anderen Inhalten zu verbinden, weiterzuentwickeln und in sonstiger Weise zu nutzen. Dies gilt auch zugunsten mit der Auftraggeberin verbundener Organisationen, Mitgliedsunternehmen und sonstiger von ihr berechtigter Dritter.
- 8.4. Die Rechte gehen spätestens mit Entstehung, hilfsweise mit Übergabe des jeweiligen Arbeitsergebnisses, auf die Auftraggeberin über. Die Einräumung der Rechte ist mit der vereinbarten Vergütung vollständig abgegolten. Eine Pflicht zur Urheber-, Agentur- oder sonstigen Namensnennung besteht nicht, soweit gesetzlich zulässig und nicht ausdrücklich abweichend vereinbart.
- 8.5. Der Auftragnehmer gewährleistet, dass die Arbeitsergebnisse frei von Rechten Dritter sind, die der vertragsgemäßen Nutzung entgegenstehen. Dies umfasst insbesondere Urheber-, Leistungsschutz-, Persönlichkeits-, Marken-, Musik-, Sprecher-, Darsteller-, Model-, Foto-, Film-, Design- und sonstige Rechte.

Er setzt Drittmaterialien, Stockinhalte, Musik, Schriften, Templates, KI-generierte Inhalte oder sonstige Fremdinhalte nur nach vorheriger Rechtklärung und, soweit erforderlich, Freigabe durch die Auftraggeberin ein.

- 8.6. Soweit Fremdlizenzen erforderlich oder wirtschaftlich sinnvoll sind, teilt der Auftragnehmer der Auftraggeberin vor Nutzung die konkrete Bezugsquelle, Rechteinhaber, Lizenzbedingungen, Nutzungsumfang, Beschränkungen und Kosten mit. Der Lizenzerwerb erfolgt grundsätzlich durch die Auftraggeberin selbst, sofern nichts anderes vereinbart ist.
- 8.7. Der Auftragnehmer holt erforderliche Einwilligungen, Releases und Rechtfreigaben von abgebildeten, aufgenommenen oder sonst beteiligten Personen ein und dokumentiert die Rechtekette vollständig. Die entsprechenden Nachweise, insbesondere Lizenznachweise, Einwilligungen, Model Releases, Sprecher- und Darstellerfreigaben, sind der Auftraggeberin auf Verlangen herauszugeben.
- 8.8. Der Auftragnehmer stellt die Auftraggeberin von sämtlichen Ansprüchen Dritter einschließlich angemessener Rechtsverteidigungskosten frei, die aus einer unzureichenden Rechtklärung, Rechtebeschaffung oder vertragswidrigen Nutzung von Drittmaterialien resultieren.
- 8.9. Die vorstehenden Regelungen gelten auch nach Beendigung des Vertrages fort.

9. AUFTRAGSVERARBEITUNGSVEREINBARUNG

Nach Zuschlagserteilung ist zwischen der Auftraggeberin und dem Auftragnehmer eine Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV) abzuschließen. Ein entsprechendes Muster liegt den Vergabeunterlagen bei.

10. ANLAGENVERZEICHNIS

Anlage ./1 [Styleguide | IHK München](#)

Anlage ./2 Liste der aktuellen Tools und Plattformen