



Deutsche
Industrie- und Handelskammer

Leistungsbeschreibung

Vergabeverfahren:

Rahmenvertrag Kreativagentur

Kampagne „Wir unternehmen das“

Vergabenummer: 2026-09-11639

INHALTSVERZEICHNIS

1.	BESCHAFFUNGSZIEL.....	4
2.	IST-SITUATION UND HINTERGRUNDINFORMATION.....	4
2.1.	DIE AUFTRAGGEBERIN	4
2.2.	ZIELE.....	5
2.3.	ZIELGRUPPE	5
2.4.	PROJEKTARCHITEKTUR	6
2.5.	BISHERIGE UMSETZUNG UND VORHANDENE KAMPAGNENINSTURMENTE	6
3.	LEISTUNGSBESCHREIBUNG.....	10
3.1.	STRATEGIE, BERATUNG UND KAMPAGNENENTWICKLUNG	10
3.2.	PROJEKTMANAGEMENT, KOORDINATION UND GREMIENBEGLEITUNG.....	11
3.3.	KREATION UND FORMATENTWICKLUNG	12
3.4.	MITMACHBEWEGUNG UND UNTERSTÜTZUNG DER IHKS.....	14
3.5.	BETREUUNG UND WEITERENTWICKLUNG DER KAMPAGNENPLATTFORM	14
3.6.	PRODUKTION: FOTO, FILM, GRAFIK UND TEXT	15
3.7.	DRUCK- UND WERBEMITTEL.....	16
3.8.	MEDIASTRATEGIE, MEDIAPLANUNG UND AUSSPIELUNG	17
3.9.	KOMMUNIKATIVE UND GESTALTERISCHE VERANSTALTUNGSBEGLEITUNG.....	17
3.10.	ÜBERGREIFENDE LEISTUNGSANFORDERUNG	18
4.	VERTRAGLICHE REGELUNGEN	19
4.1.	VERTRAGSBESTANDTEILE	19
4.2.	AUFTRAGSVOLUMEN.....	19
4.3.	ABRUFMODALITÄTEN BEI RAHMENVEREINBARUNGEN	19
4.4.	VERTRAGSLAUFZEIT	19
4.5.	AUFTRAGGEBERIN	20
4.6.	VERGÜTUNG DER AGENTUR.....	20
4.7.	UNTERAUFTRAGNEHMER UND FREMDLEISTUNGEN	21
4.8.	OFFENE DATEIEN, DOKUMENTATION UND FORTFÜHRBARKEIT.....	22
4.9.	NUTZUNGS- UND VERWENDUNGSRECHTE	23
5.	RAHMENBEDINGUNGEN.....	25
5.1.	AUFTRAGSERTEILUNG	25
5.2.	AGENTURTEAM.....	25

5.3.	ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN AN DIE ZUSAMMENARBEIT	25
5.4.	TERMINE UND REISEKOSTEN	26
5.5.	LEISTUNGS- UND LIEFERORTE	26
6.	AUFTRAGSVERARBEITUNGSVEREINBARUNG	27
7.	ANLAGENVERZEICHNIS	27

Allgemeiner Hinweis:

Im Sinne einer leichteren Lesbarkeit ist im Folgenden die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) als Auftraggeberin und die sich bewerbende Agentur/Bietergemeinschaft als Bieter oder als Auftragnehmer aufgeführt.

1. BESCHAFFUNGSZIEL

Wie wird Wirtschaft wahrgenommen – und wie sieht sie sich selbst? Mit dieser Frage startete 2025 die Initiative „Zukunftsbild Wirtschaft“ der IHK-Organisation. In einem partizipativen Prozess arbeiten Unternehmerinnen und Unternehmer gemeinsam mit dem Hauptamt von DIHK und den Industrie- und Handelskammern (IHKs) seitdem an einem Bild der Wirtschaft, das unternehmerische Verantwortung und Soziale Marktwirtschaft in den Vordergrund stellt. Auf Basis dieser inhaltlichen Arbeit ist im Frühjahr 2026 die Kampagne „Wir unternehmen das“ als Teil der Initiative „Zukunftsbild Wirtschaft“ entstanden.

Ziel der Kampagne ist es, den gesellschaftlichen Beitrag von Unternehmerinnen und Unternehmern sichtbar zu machen und das Vertrauen in Unternehmertum und Soziale Marktwirtschaft zu stärken. Ihre drei Bestandteile – Narrativ, Dachkampagne und Mitmachbewegung – sollen fortgeführt und in ihrem Zusammenwirken weiterentwickelt werden. Dabei sollen insbesondere die Reichweite und Wirkung in der breiten Öffentlichkeit erhöht sowie die inhaltlichen, kreativen und partizipativen Ansätze über die bisherigen Formate und Beteiligungsinstrumente hinaus erweitert werden.

Hierfür benötigt die DIHK strategische, konzeptionelle, kreative und operative Leistungen sowie ein leistungsfähiges Projektmanagement. Der Auftrag umfasst folgende, eng aufeinander abzustimmende Leistungsbausteine:

1. Strategie/Projektbetreuung/Koordination/Projektmanagement,
2. Kreativleistungen für verschiedene Formate sowie Kanäle und Zielgruppen,
3. Produktion Foto, Film, Grafik, Text,
4. Plattformbetreuung,
5. Druck- und Werbemittel und
6. Medialeistungen.

Alle Leistungsbausteine sind eng miteinander verzahnt, so dass von einer Losaufteilung abgesehen wird. Bewerber- bzw. Bietergemeinschaften sowie der Einsatz von Unterauftragnehmern sind zugelassen.

Die DIHK übernimmt die Steuerung der Kampagne und die Freigabe der Leistungen. Die beauftragte Agentur verantwortet die vertragsgemäße Planung, Koordination und Umsetzung der beauftragten Leistungen in enger Abstimmung mit der DIHK. Die regionalen IHKs sind wesentliche Partner bei der Aktivierung und Beteiligung von Unternehmen sowie bei der regionalen Umsetzung der Kampagne.

Der Rahmenvertrag mit dem aktuellen Dienstleister endet am 31. März 2027. Gegenstand dieser Ausschreibung ist der Abschluss eines Rahmenvertrags mit einem Auftragnehmer für den Zeitraum März 2027 bis Dezember 2028. Dies beinhaltet eine einmonatige Übergabephase im März 2027.

Das Angebot muss sämtliche Leistungsbausteine abdecken und die in den Vergabeunterlagen geforderten Angaben, Erklärungen und Nachweise enthalten.

2. IST-SITUATION UND HINTERGRUNDINFORMATION

Die deutsche Wirtschaft steht vor großen Herausforderungen und verfügt zugleich über erhebliches Potenzial. Unternehmerinnen und Unternehmer schaffen Arbeitsplätze, bilden aus, entwickeln Innovationen und übernehmen Verantwortung für ihre Beschäftigten und ihre Regionen. In der öffentlichen Diskussion stehen jedoch häufig wirtschaftliche Krisen und strukturelle Probleme im Vordergrund. Der konkrete Beitrag unternehmerischen Handelns zu Wohlstand, Fortschritt und gesellschaftlichem Zusammenhalt soll deshalb stärker sichtbar werden.

Hier setzt die Initiative „Zukunftsbild Wirtschaft“ der IHK-Organisation an. Sie verbindet einen gemeinsamen Verständigungsprozess über die Rolle von Wirtschaft und Unternehmertum in der Gesellschaft mit dem Anspruch, die Soziale Marktwirtschaft verständlich und zeitgemäß zu vermitteln. Unternehmerinnen und Unternehmer bringen dabei ihre Erfahrungen und Perspektiven ein.

Aus dieser Arbeit entstand die Kampagne „Wir unternehmen das“, die im Mai 2026 beim IHK-Tag gestartet ist. Zum Auftakt wurden die strategische und kreative Konzeption, das Erscheinungsbild sowie erste Formate, Werbemittel und Beteiligungsmöglichkeiten vorgestellt und erste Aktivitäten vor Ort umgesetzt. Ein Schwerpunkt lag dabei auf der Aktivierung hauptamtlicher Entscheiderinnen und Entscheider der IHK-Organisation. Seitdem wurde die Kampagne schrittweise weiterentwickelt und um zusätzliche Maßnahmen ergänzt.

Gesamtarchitektur der Initiative „Zukunftsbild Wirtschaft“

Die Initiative besteht aus zwei unterschiedlichen, strategisch verzahnten Strängen – und einem verbindenden Beteiligungsprozess.



Die bisherige Umsetzung hat insbesondere durch personalisierte Motive und Beteiligungsangebote bei Veranstaltungen Resonanz innerhalb der IHK-Organisation und bei teilnehmenden Unternehmerinnen und Unternehmern gefunden. Diese Aktivierung bildet eine wichtige Grundlage für die Fortführung. Zugleich besteht Entwicklungsbedarf: Die Wahrnehmung der Kampagne soll über einzelne Instrumente wie die Fotostation hinausgehen und ihre inhaltliche Breite stärker erkennbar werden.

Für 2027 und 2028 gilt es daher, die Bestandteile der Initiative „Zukunftsbild Wirtschaft“ enger miteinander zu verbinden, zusätzliche Beteiligungs- und Erzählformen zu entwickeln und Menschen außerhalb der bestehenden unternehmerischen und institutionellen Netzwerke wirksamer zu erreichen. Die vorhandene Kampagne bildet dafür den Ausgangspunkt. Ihre bisherigen Formate und Instrumente sollen auf ihren Beitrag zu den Kampagnenzielen geprüft, weiterentwickelt und gezielt ergänzt werden.

2.1. Die Auftraggeberin

Die DIHK ist die Dachorganisation der IHKs in Deutschland. Sie vertritt die Gesamtinteressen der gewerblichen Wirtschaft gegenüber Politik und Öffentlichkeit und übernimmt zentrale Aufgaben für das bundesweite Kammernetz.

Im Rahmen dieser Ausschreibung ist die DIHK Auftraggeberin und verantwortet die Gesamtleistung für Konzeption, Kampagnensteuerung etc. Der Auftragnehmer schließt den Vertrag mit der DIHK.

Die IHKs sind eigenständige öffentlich-rechtliche Körperschaften der wirtschaftlichen Selbstverwaltung mit regionaler Zuständigkeit. Sie setzen Dienstleistungen und Projekte vor Ort um und arbeiten dabei eng mit der DIHK zusammen. Die IHKs sind Mitglieder der DIHK. Mitglieder der IHKs wiederum sind mehr als drei Millionen deutsche Unternehmen.

Die IHKs fungieren als Projektbeteiligte, die einzelne Teile der Kampagne in ihren Regionen umsetzen und zusätzlich regionale Produktion und Media gemäß ihren Bedarfen und Möglichkeiten selbst beauftragen können. Diese Beauftragungen erfolgen im Namen der jeweiligen IHK (vergl. Punkt 5.1.) und außerhalb des zu schließenden Rahmenvertrags. Dazu sollen die IHKs durch die Entwicklung und Bereitstellung entsprechender Materialien, Vorlagen etc. befähigt werden.

2.2. Ziele

Die Ziele der Kampagne sind:

- die Menschen emotional zu erreichen und den Beitrag von Unternehmen zu ihrem eigenen Alltag sichtbar zu machen,
- das Vertrauen in Unternehmertum und Soziale Marktwirtschaft zu stärken,
- die Mitmach-Bewegung der Unternehmerschaft zu stärken und weitere Unternehmerinnen und Unternehmer für die aktive Beteiligung zu gewinnen,
- die Beteiligung über einzelne Aktionen hinaus zu fördern und den Willen zu wecken, gemeinsam ein neues Bild von Wirtschaft zu prägen.

Dabei setzen wir auf freiwillige Mitwirkung, Identifikation mit der Bewegung und Engagement aus der Breite. Die Kampagne soll über die Netzwerke der Wirtschaft und der IHK-Organisation hinauswirken. Am Ende steht eine Vision: Wenn von Wirtschaft die Rede ist, sollen Menschen an Ideen, Verantwortung und Zukunftskraft denken.

2.3. Zielgruppen

Die Kampagne „Wir unternehmen das“ konzentriert sich auf zwei Kernzielgruppen:

- **Unternehmerinnen und Unternehmer**, die die Bewegung mit ihren Erfahrungen und Beiträgen tragen, und
- **Bürgerinnen und Bürger**, deren Bild von Wirtschaft die Kampagne erreichen und verändern soll.

Die IHK-Organisation unterstützt die Beteiligung und regionale Verankerung. Durch aktive Pressearbeit werden die Inhalte in die öffentliche Diskussion getragen.

Unternehmerinnen und Unternehmer: Aktivierung und Beteiligung

Angesprochen sind Unternehmerinnen und Unternehmer unterschiedlicher Branchen, Unternehmensgrößen und Regionen – sowohl bereits Beteiligte als auch Menschen, die bislang keinen Zugang zur Kampagne gefunden haben. Sie sollen sich mit dem Narrativ identifizieren, ihre Geschichten teilen und die Bewegung aktiv mitgestalten. Als Botschafterinnen und Botschafter machen sie Verantwortung und Zukunftskraft sichtbar. Die Beteiligung soll ihnen Raum für eigene Perspektiven geben und über die einmalige Erstellung eines Kampagnenmotivs hinausreichen.

Bürgerinnen und Bürger: Emotional erreichen und Vertrauen stärken

Im Mittelpunkt stehen Menschen außerhalb der unternehmerischen und institutionellen Netzwerke, die sich im Alltag wenig mit unternehmerischem Handeln beschäftigen oder ihm mit Distanz, Unsicherheit oder Vorbehalten begegnen. Die Kampagne soll an ihre Lebenswirklichkeit anknüpfen: Was hat Wirtschaft mit meinem Arbeitsplatz, meinen Chancen, meiner Region und meiner Zukunft zu tun? Ziel ist ein positives, glaubwürdiges Bild von Unternehmertum, das Nähe schafft, Vorurteile abbaut und den gesellschaftlichen Wert der Sozialen Marktwirtschaft verständlich macht.

Für eine gezielte Ansprache soll die Agentur innerhalb dieser Kernzielgruppe geeignete Schwerpunkte vorschlagen und begründen. Maßgeblich sind der Beitrag zu den Kampagnenzielen und die Erreichbarkeit im verfügbaren Budget.

IHK-Organisation: Beteiligung ermöglichen und regional verstärken

Die IHKs tragen die Kampagne in die Regionen, gewinnen Unternehmerinnen und Unternehmer für die Mitwirkung und unterstützen deren Beteiligung. Dafür sollen sie Materialien und Formate erhalten, die sie mit unterschiedlichen personellen und finanziellen Möglichkeiten einsetzen können.

Medien: Öffentliche Wahrnehmung vervielfältigen

Medien sind Multiplikatoren für die Ansprache der Öffentlichkeit. Die Kampagne soll ihnen relevante Geschichten, glaubwürdige Persönlichkeiten und verständliche Inhalte bieten, die auch außerhalb der Wirtschaft Interesse wecken und zur Auseinandersetzung mit Unternehmertum und Sozialer Marktwirtschaft anregen.

Aktivierung und öffentliche Ansprache greifen ineinander: Unternehmerinnen und Unternehmer geben der Kampagne Glaubwürdigkeit; öffentliche Sichtbarkeit kann wiederum Identifikation und weitere Beteiligung fördern.

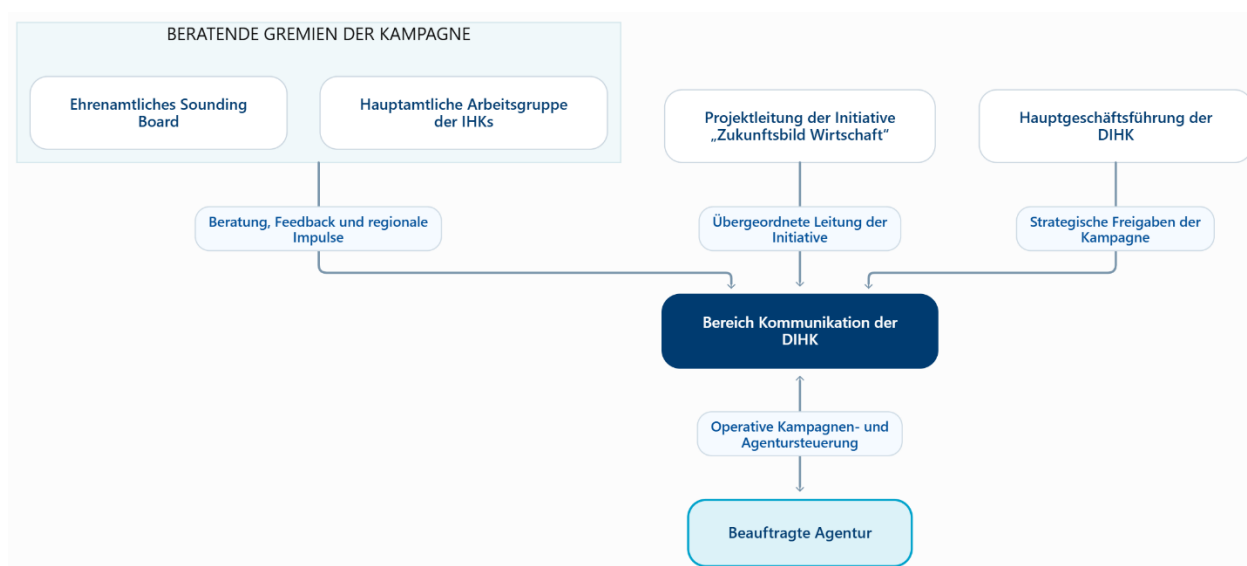
2.4. Projektarchitektur

Die operative Kampagnen- und Agentursteuerung liegt im **Bereich Kommunikation der DIHK**. Er ist die zentrale Schnittstelle für den Auftragnehmer, bündelt Briefings und Rückmeldungen und koordiniert die Abstimmungs- und Freigabeprozesse.

Die übergeordnete **Leitung der Initiative „Zukunftsbild Wirtschaft“** liegt bei der Projektleitung innerhalb der DIHK. Die **Hauptgeschäftsführung der DIHK** erteilt die Freigaben für zentrale strategische Entscheidungen der Kampagne.

Ein ehrenamtliches **Sounding Board** begleitet und berät die Kampagne. Eine hauptamtliche **Arbeitsgruppe** bündelt die Perspektiven der IHKs und bringt regelmäßig Feedback und Impulse aus der regionalen Umsetzung ein. Die Beiträge beider Gremien fließen über den Bereich Kommunikation in die Zusammenarbeit mit der Agentur ein.

Der **Auftragnehmer** stellt Strategien, Konzepte, Maßnahmen und Ergebnisse nach Abstimmung mit dem Bereich Kommunikation in verschiedenen Gremien der DIHK und der IHK-Organisation vor und erläutert sie im gemeinsamen Austausch. Zu seinen Aufgaben gehören die adressatengerechte Vorbereitung der Präsentationen, die Teilnahme an den betreffenden Sitzungen sowie die Nachbereitung und Aufbereitung der Rückmeldungen. Welche Anpassungen daraus für die Kampagne abzuleiten sind, wird mit dem Bereich Kommunikation abgestimmt.



2.5. Bisherige Umsetzung und vorhandene Kampagneninstrumente

Die Kampagne „Wir unternehmen das“ verfügt über ein bestehendes Erscheinungsbild, digitale und analoge Kampagnenmaterialien sowie eine zentrale Mitmachplattform. Diese bilden die Grundlage für die weitere Arbeit der beauftragten Agentur.

2.5.1. Kampagnenclaim und Absender

Der Kampagnenclaim lautet „Wir unternehmen das“. Als kommunikativer Absender tritt „Die deutsche Wirtschaft“ auf. Im Zentrum stehen Unternehmerinnen und Unternehmer: Mit ihren Gesichtern, Geschichten und ihrem Engagement machen sie sichtbar, was Wirtschaft leistet und welche Haltung hinter unternehmerischem Handeln steht.



2.5.2. Erscheinungsbild

Das Erscheinungsbild der Kampagne wurde auf Grundlage des Designs der bayerischen IHKs entwickelt. Farben und Schriftarten wurden übernommen, um einen wiedererkennbaren Bezug zur IHK-Organisation herzustellen. Der den Vergabeunterlagen beigegefügte Kampagnenguide bildet die gestalterische Grundlage für die weitere Arbeit. Neue Formate und Materialien sollen das Erscheinungsbild konsequent aufgreifen und seine Anwendung erweitern.

2.5.3. Bisherige Kommunikationskanäle

Die DIHK verbreitet Kampagneninhalte bislang über ihre eigenen Kanäle auf LinkedIn und Instagram sowie über das LinkedIn-Profil der DIHK-Hauptgeschäftsführerin. Hinzu kommen die Kommunikationskanäle der beteiligten IHKs und der mitwirkenden Unternehmerinnen und Unternehmer.

Die Kampagne wird außerdem bei Veranstaltungen der IHK-Organisation aufgegriffen und durch analoge Materialien sichtbar gemacht. Der IHK-Tag 2026 wurde durch verschiedene Werbemaßnahmen im öffentlichen Raum begleitet.

2.5.4. Vorhandene Druck- und Werbemittel

Für die Kampagne wurden bislang folgende Druck- und Werbemittel umgesetzt:

- Banner und Aufsteller,
- Blöcke und Stickerbögen,
- Streuartikel, darunter Textmarker, Brillenetuis und Flaschenöffner.

2.5.5. Mitmachplattform und digitale Materialien

Die Website www.wir-unternehmen-das.de ist die zentrale Informations- und Beteiligungsplattform der Kampagne. Im Sinne des Mitmach-Gedankens lädt sie Unternehmerinnen und Unternehmer ein, eigene Kampagnenmaterialien zu gestalten und über ihre Websites und Social-Media-Kanäle zu verbreiten. Ergänzend stehen fertige Materialien zum Herunterladen bereit.

Die Plattform bietet bislang folgende Funktionen und Materialien:

Personalisierte Videos

Bislang können Unternehmerinnen und Unternehmer eigene Videos und ihr Unternehmenslogo auf der Website www.wir-unternehmen-das.de hochladen und daraus ein personalisiertes Kampagnenvideo erstellen. Dieses Tool ist nicht Bestandteil der nach diesem Rahmenvertrag zu übernehmenden, zu betreibenden oder redaktionell zu pflegenden Plattform. Seine Übernahme, Migration und Abschaltung sind nicht Gegenstand der Plattformleistungen. Der Auftragnehmer stellt im Rahmen des technischen Plattformbetriebs gemäß Preisposition P14 sicher, dass fertige Videodateien auf der Kampagnenwebsite gespeichert, bereitgestellt und von Besucherinnen und Besuchern abgespielt werden können. Das Hochladen und Einbinden der von der DIHK bereitgestellten und freigegebenen Videodateien übernimmt der Auftragnehmer im Rahmen der redaktionellen Plattformpflege gemäß Preisposition P15.

Personalisierte Motive für Social Media und Postkarten

Nutzerinnen und Nutzer können aus verschiedenen Formaten wählen, eigene Kampagnenmotive gestalten und zur weiteren Verwendung herunterladen.

LinkedIn-Banner

Ein Generator ermöglicht die Gestaltung von Bannern für Unternehmensseiten und persönliche LinkedIn-Profile.

Allgemeine Kampagnenmaterialien

Im Downloadbereich stehen unter anderem Kampagnenmotive, Kampagnenfilme, Social-Media-Beiträge und Roll-up-Druckvorlagen zur Weiterverbreitung zur Verfügung.

2.5.6. Fotostation bei Veranstaltungen

Bei zahlreichen Veranstaltungen kam bislang eine Fotostation zum Einsatz, an der Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit ihrem eigenen Bild Teil der Kampagne werden können. Sie ermöglicht einen persönlichen, niedrigschwelligen Einstieg und macht die Kampagne vor Ort erlebbar.

Die Fotostation ist ein bestehendes Instrument der Mitmachbewegung. Für die weitere Entwicklung gilt es, diesen Zugang durch zusätzliche Beteiligungsformen zu ergänzen und die Verbindung zu den Inhalten und Geschichten der Kampagne zu stärken.

2.5.7. Vorhandene Materialien, Nutzungsrechte und Plattformbetreuung

Vorhandene Kampagnenmaterialien sind auf der Kampagnenplattform öffentlich zugänglich und vermitteln einen Einblick in die bisherige Umsetzung. Die Nutzungsrechte an den bestehenden Kampagnenmaterialien liegen bei der DIHK. Die DIHK stellt dem Auftragnehmer die für die Leistungserbringung erforderlichen vorhandenen Materialien und verfügbaren bearbeitbaren Ausgangsdateien zur Verfügung und gestattet deren Nutzung und Bearbeitung im Rahmen des Auftrags. Bestehende Nutzungsbeschränkungen werden offengelegt.

Die Domain www.wir-unternehmen-das.de liegt bei der DIHK. Zum Leistungsumfang des Auftragnehmers gehören die technische und inhaltliche Betreuung sowie die Weiterentwicklung der Plattform in Abstimmung mit der DIHK.

Die vorhandenen Instrumente erleichtern den Einstieg in die Kampagne und unterstützen ihre Verbreitung. Für die nächste Entwicklungsphase sollen sie gezielt ergänzt werden: um Inhalte, Formate und Beteiligungsmöglichkeiten, die eine vertiefte Auseinandersetzung ermöglichen, wiederkehrendes Engagement fördern und neue Zugänge zur Öffentlichkeit schaffen.

2.5.8. Volkswirtschaftliche Veranstaltungen

Die Initiative „Zukunftsbild Wirtschaft“ schafft auch Raum für den Austausch zwischen Wirtschaft und Wissenschaft. Am 17. Juni 2026 veranstaltete die DIHK gemeinsam mit der ESMT Berlin die Konferenz „Zukunft der Wirtschaft – Herausforderungen in einer veränderten Welt“ im Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin. Führende Ökonomen und Ökonomen diskutierten über die Zukunft der Sozialen Marktwirtschaft, industriepolitische Herausforderungen und internationale Wirtschaftspolitik.

Für 2027 und 2028 sind weitere volkswirtschaftliche Veranstaltungen innerhalb der Initiative vorgesehen, um insbesondere den inhaltlichen Schwerpunkt „Soziale Marktwirtschaft“ zu stärken. Konkrete Formate und mögliche Kooperationspartner werden gesondert festgelegt.

Der Auftragnehmer soll diese Veranstaltungen kommunikativ und gestalterisch begleiten. Dazu gehören das Veranstaltungsbranding auf Grundlage des Kampagnenguide, begleitende Kommunikationsmaterialien

sowie die Aufbereitung zentraler Inhalte für die Kampagne. So sollen Impulse aus dem fachlichen Austausch auch über den Kreis der Teilnehmenden hinaus verständlich und sichtbar werden.

3. LEISTUNGSBESCHREIBUNG

Der Auftragnehmer übernimmt in enger Zusammenarbeit mit der DIHK die strategische, konzeptionelle, kreative und operative Fortführung der Kampagne „Wir unternehmen das“. Grundlage sind die vorhandene Kampagne, ihr Erscheinungsbild und die bisher entwickelten Inhalte und Instrumente.

Narrativ, Dachkampagne und Mitmachbewegung sollen in ihrem Zusammenspiel gestärkt werden. Gesucht sind überzeugende Ideen und eine verlässliche Umsetzung: Kommunikation, die Menschen berührt und wirtschaftliche Zusammenhänge verständlich macht, sowie Beteiligungsangebote, die Unternehmerinnen und Unternehmer zum Mitgestalten gewinnen und dauerhaftes Engagement ermöglichen. Die Kampagne soll dabei deutlich über die bestehenden Netzwerke der Wirtschaft und der IHK-Organisation hinauswirken.

Der Auftragnehmer entwickelt hierfür eine übergreifende Strategie für die Vertragslaufzeit und übersetzt diese in konkrete Maßnahmen, Zeitpläne und Budgetvorschläge. Die Maßnahmen werden mit der DIHK abgestimmt, schrittweise umgesetzt und auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse weiterentwickelt. Die Beteiligungsmöglichkeiten und unterschiedlichen Umsetzungskapazitäten der regionalen IHKs sind dabei zu berücksichtigen.

Die nachfolgenden Leistungsbausteine beschreiben den Gegenstand des Rahmenvertrags. Die konkreten Leistungen werden durch die DIHK nach Bedarf abgerufen. Umfang, Zeitplan und Kosten sind vor der jeweiligen Beauftragung mit der DIHK abzustimmen. Eine Mindestabnahmeverpflichtung seitens der DIHK besteht nicht.

3.1. Strategie, Beratung und Kampagnenentwicklung

Der Auftragnehmer entwickelt die strategische Grundlage der Kampagne weiter. Dabei gilt es, den gesellschaftlichen Beitrag unternehmerischen Handelns verständlich und überzeugend zu vermitteln und die Verbindung zwischen unternehmerischer Freiheit, Verantwortung und Sozialer Marktwirtschaft sichtbar zu machen.

Narrativ, Dachkampagne und Mitmachbewegung sind als zusammenhängende Bestandteile zu führen. Strategische Vorschläge müssen erkennen lassen, welche Zielgruppen erreicht werden sollen, welche Wirkung angestrebt wird und wie diese mit den verfügbaren Mitteln erzielt werden kann.

Der Claim „Wir unternehmen das“ soll über die Beschreibung unternehmerischer Leistung hinaus ein gesellschaftlich relevantes Versprechen vermitteln: Wir packen Aufgaben an, die uns alle betreffen. Die Kampagne muss deshalb zeigen, was unternehmerisches Handeln für das Leben der Menschen bewirkt – und wie Freiheit, Wettbewerb und soziale Verantwortung dabei zusammenwirken. So wird die Soziale Marktwirtschaft anhand konkreter Geschichten und Erfahrungen greifbar. Aufgabe des Auftragnehmers ist es, diesen Perspektivwechsel unter dem bestehenden Claim in Botschaften und Formate zu übersetzen, die außerhalb der wirtschaftlichen Netzwerke überzeugen und das Vertrauen in Unternehmertum und Soziale Marktwirtschaft stärken.

Zu den Leistungen gehören:

- Analyse der bisherigen Kampagnenentwicklung auf Grundlage vorhandener Materialien, Nutzungsdaten, Ergebnisse und Rückmeldungen;

- Weiterentwicklung des Narrativs und seiner Übersetzung in Themen, Botschaften und kommunikative Schwerpunkte;
- Konkretisierung und Priorisierung der Zielgruppen innerhalb der in Abschnitt 2.3 beschriebenen Ausrichtung;
- Entwicklung einer übergreifenden Kommunikationsstrategie, die eigene Kanäle, regionale Netzwerke, Medienberichterstattung und bezahlte Verbreitung aufeinander abstimmt;
- Entwicklung einer Strategie zur Gewinnung und dauerhaften Beteiligung von Unternehmerinnen und Unternehmern;
- Ableitung einer priorisierten Maßnahmen- und Budgetplanung für die Vertragslaufzeit sowie deren regelmäßige Fortschreibung;
- laufende Beratung der DIHK zu Themen, Formaten, Kommunikationsanlässen und Entwicklungsmöglichkeiten der Kampagne;
- Entwicklung eines Konzepts zur Erfolgskontrolle mit geeigneten Kennzahlen für öffentliche Reichweite, Beteiligung und kommunikative Wirkung;
- regelmäßige Auswertung der Kampagnenentwicklung und Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen.

Erfolgsmessung und Optimierung

Der Auftragnehmer entwickelt zu Beginn der Zusammenarbeit ein praktikables Konzept zur Erfolgsmessung. Es soll öffentliche Wahrnehmung, zielgruppengerechte Reichweite und Auseinandersetzung mit den Inhalten sowie aktive und wiederkehrende Beteiligung abbilden. Die reine Anzahl produzierter Materialien oder registrierter Personen reicht als Erfolgsnachweis nicht aus.

Für die vorgeschlagenen Kennzahlen sind Definition, Datenquelle, Erhebungsmethode und Auswertungsrhythmus sowie der erforderliche Aufwand darzustellen. Vorhandene Daten sind einzubeziehen. Fehlende Ausgangswerte und Grenzen der Messbarkeit sind offenzulegen. Insbesondere ist darzustellen, wie Veränderungen der Wahrnehmung von Unternehmertum und Sozialer Marktwirtschaft mit angemessenem Aufwand untersucht werden können.

Auf dieser Grundlage vereinbaren DIHK und Auftragnehmer zu Beginn der Zusammenarbeit konkrete Zielwerte und Messzeitpunkte. Der Auftragnehmer berichtet quartalsweise über die Entwicklung, ordnet die Ergebnisse ein und leitet Empfehlungen für die weitere Kampagnensteuerung ab. Maßnahmenbezogene Auswertungen, insbesondere zur laufenden Mediaoptimierung, erfolgen ergänzend.

3.2. Projektmanagement, Koordination und Gremienbegleitung

Der Auftragnehmer gewährleistet eine verlässliche Planung und Umsetzung der beauftragten Leistungen. Er hält die einzelnen Arbeitsstränge zusammen, macht Entscheidungsbedarf frühzeitig sichtbar und sorgt für eine transparente Steuerung von Zeit, Kosten und Ressourcen.

Zentrale Schnittstelle ist der Bereich Kommunikation der DIHK. Der Auftragnehmer stellt das in Abschnitt 5.2 beschriebene feste Agenturteam bereit. Die dort benannte Projektleitung koordiniert die Zusammenarbeit und gewährleistet die Einbindung der jeweils zuständigen fachlichen Ansprechpersonen.

Einarbeitung und Aufnahme der Zusammenarbeit

Zu Beginn erfolgt eine strukturierte Einarbeitung einschließlich der Übernahme vorhandener Materialien, Arbeitsstände und der Kampagnenplattform. Der Auftragnehmer stimmt den Übergabeprozess mit der DIHK und dem bisherigen Dienstleister ab und benennt frühzeitig erforderliche Informationen, Zugänge und Mitwirkungsleistungen.

Ein Kick-off-Workshop mit dem Kernteam des Auftragnehmers und der DIHK im Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin dient dazu, Ziele, Aufgaben, Zuständigkeiten und Arbeitsabläufe zu konkretisieren und die ersten Umsetzungsschritte festzulegen.

Laufendes Projektmanagement

Zu den Leistungen gehören:

- Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung regelmäßiger Abstimmungstermine mit der DIHK;
- Dokumentation von Entscheidungen, Aufgaben, Zuständigkeiten und Fristen;
- Erstellung und Fortschreibung von Maßnahmen-, Produktions- und Zeitplänen;
- Erstellung detaillierter Kostenvoranschläge mit nachvollziehbaren Leistungs- und Ressourcenansätzen;
- laufende Budgetkontrolle und transparente Kostenübersichten nach Leistungsbausteinen und Maßnahmen, einschließlich beauftragter, abgerechneter und absehbarer Kosten;
- frühzeitiger Hinweis auf Abweichungen, Risiken und erforderliche Entscheidungen einschließlich geeigneter Lösungsvorschläge;
- Koordination der agenturinternen Gewerke und zuverlässige Weitergabe abgestimmter Briefings, Rückmeldungen und Freigaben;
- Abstimmung mit weiteren von der DIHK eingesetzten Dienstleistern, soweit dies für die beauftragten Leistungen erforderlich ist;
- Auswahl, Koordination und Abwicklung erforderlicher Fremdleistungen im Rahmen der freigegebenen Beauftragung.

Präsentationen und Gremienbegleitung

Der Auftragnehmer präsentiert Strategien, Konzepte, Maßnahmen und Ergebnisse in verschiedenen Gremien und Veranstaltungsformaten der DIHK und der IHK-Organisation. Dazu können insbesondere Hauptgeschäftsführer-Konferenzen, Vollversammlungen, das ehrenamtliche Sounding Board und die hauptamtliche Arbeitsgruppe gehören.

Die Leistungen umfassen:

- adressatengerechte Vorbereitung von Präsentationen und Entscheidungsunterlagen;
- Teilnahme an Sitzungen in Präsenz oder digital mit fachlich geeigneten Teammitgliedern;
- verständliche und überzeugende Darstellung der vorgeschlagenen Ansätze, ihrer Ziele und ihrer Umsetzung;
- fachlicher Austausch und Beantwortung von Rückfragen;
- Nachbereitung und strukturierte Aufbereitung der Rückmeldungen.

Welche Anpassungen aus den Beratungen abzuleiten sind, wird mit dem Bereich Kommunikation der DIHK abgestimmt. Die Gremienbegleitung begründet keine eigenständigen Beauftragungs- oder Freigabebewege.

3.3. Kreation und Formatentwicklung

Der Auftragnehmer übersetzt die strategische Ausrichtung in eine aufmerksamkeitsstarke und wiedererkennbare Kampagne. Echte Unternehmerinnen und Unternehmer, ihre Erfahrungen und ihre Haltung bilden den Ausgangspunkt. Emotionale Ansprache und verständliche Erklärung sollen einander verstärken.

Die kreative Arbeit soll neue Zugänge zu Wirtschaft eröffnen: durch persönliche Geschichten, überraschende Perspektiven und Inhalte, die einen Bezug zum Alltag der Menschen herstellen. Dabei ist die Bandbreite unternehmerischer Wirklichkeit in unterschiedlichen Branchen, Regionen und Unternehmensgrößen zu berücksichtigen.

Zu den Leistungen gehören:

- Weiterentwicklung des kreativen Kampagnenkonzepts und des Storytellings auf Basis des Narrativs;
- Entwicklung von Themenlinien, Leitmotiven, Texten und wiederkehrenden Formaten;
- Konzeption von Foto-, Film-, Grafik- und Textformaten für die unterschiedlichen Zielgruppen und Kanäle;
- Entwicklung verständlicher und anschaulicher Formate zu volkswirtschaftlichen Zusammenhängen und zur Sozialen Marktwirtschaft;
- Konzeption von Social-Media-Beiträgen und -Aktionen einschließlich kanalbezogener Texte;
- Entwicklung digitaler und analoger Kampagnenmaßnahmen einschließlich geeigneter Aktionen im öffentlichen Raum;
- Gestaltung von Vorlagen und Materialien, die regional angepasst und durch eigene Inhalte ergänzt werden können;
- Adaption der Konzepte für unterschiedliche Kanäle, Formate und Nutzungssituationen.

Die Kampagne soll künftig deutlicher als gemeinsame Kampagne der IHK-Organisation erkennbar sein. Der Auftragnehmer entwickelt hierfür Vorschläge, wie die IHKs als Träger der Kampagne sichtbar und wiedererkennbar werden – sowohl in der bundesweiten Kommunikation als auch bei regionalen Maßnahmen. Dabei sollen Unternehmerinnen und Unternehmer weiterhin im Mittelpunkt stehen und der kommunikative Absender „Die deutsche Wirtschaft“ erhalten bleiben.

Der beigelegte Kampagnenguide bildet die gestalterische Grundlage. Der Auftragnehmer erweitert bei Bedarf dessen Anwendungsbeispiele und dokumentiert abgestimmte Ergänzungen. Grundlegende Änderungen an Claim, Logo, Farbwelt oder Typografie sind nicht Bestandteil der regulären Formatentwicklung und bedürfen einer ausdrücklichen Entscheidung der DIHK.

Redaktionelle Zusammenarbeit und Veröffentlichung

Der Auftragnehmer entwickelt in Abstimmung mit der DIHK-Themenvorschläge und eine Redaktionsplanung. Er erstellt die Inhalte einschließlich der Veröffentlichungstexte und stellt sie nach Freigabe kanalgerecht zur Verfügung.

Die Veröffentlichung organischer Beiträge auf den DIHK-eigenen Social-Media-Kanälen sowie auf dem Profil der DIHK-Hauptgeschäftsführerin erfolgt durch die DIHK. Die Betreuung von Kommentaren und Nachrichten liegt ebenfalls bei der DIHK; dies gilt auch für Kommentare zu bezahlten Anzeigen.

Die aktive Medienansprache und die Bearbeitung von Presseanfragen übernimmt die DIHK. Der Auftragnehmer unterstützt sie bei Bedarf mit Themenvorschlägen, Geschichten, Bild- und Filmmaterial sowie redaktioneller Zuarbeit.

3.4. Mitmachbewegung und Unterstützung der IHKs

Die Mitmachbewegung soll Unternehmerinnen und Unternehmer dafür gewinnen, das Bild von Wirtschaft aktiv mitzuprägen. Die vorhandenen Beteiligungsangebote sind dafür weiterzuentwickeln und um zusätzliche Zugänge zu ergänzen. Neben einem einfachen Einstieg sollen auch wiederkehrende Beteiligung, eigene Beiträge und Austausch ermöglicht werden.

Die regionalen IHKs sind dabei wesentliche Partner. Sie benötigen Angebote, die unter unterschiedlichen personellen, finanziellen und organisatorischen Bedingungen eingesetzt werden können. Die IHKs sollen in die Lage gebracht werden, auch ohne eigene Ausgaben an der Kampagne zu partizipieren.

Zu den Leistungen gehören:

- Entwicklung und Umsetzung analoger und digitaler Beteiligungsformate für Unternehmerinnen und Unternehmer;
- Weiterentwicklung der Aktivierung über die Kampagnenplattform, Veranstaltungen und regionale Netzwerke;
- Konzeption von Maßnahmen, die bereits Beteiligte erneut ansprechen und zu weiterem Engagement einladen;
- konzeptionelle und gestalterische Weiterentwicklung des Einsatzes der Fotostation und ihrer Verbindung mit den Inhalten der Kampagne sowie ihre Umsetzung;
- Entwicklung von Kommunikationsmaterialien zur Ansprache und Gewinnung weiterer Beteiligter;
- Zusammenstellung und Aktualisierung eines modularen Materialpakets für IHKs, etwa mit Vorlagen, Präsentationen, Aktionsbeschreibungen und Veranstaltungsmaterialien;
- Erstellung verständlicher Anleitungen zur regionalen Nutzung und Anpassung der Materialien;
- Bereitstellung geeigneter Gestaltungsbausteine wie Logos, Hintergründe und grafischer Elemente;
- strukturierte Bereitstellung der Materialien über die Kampagnenplattform, bei Bedarf in einem eigenen Bereich für IHKs;
- fachliche Unterstützung bei der Anwendung der bereitgestellten Formate und Materialien in Abstimmung mit der DIHK.

Die Erstellung von Materialien und Vorlagen für die IHKs im Rahmen dieses Vertrags wird durch die DIHK beauftragt. Eigenständige Beauftragungen durch einzelne IHKs sind davon getrennt zu behandeln und nicht Bestandteil des Rahmenvertrages (vergl. Punkt 5.1.).

3.5. Betreuung und Weiterentwicklung der Kampagnenplattform

Die Kampagnenplattform ist zentraler Informations- und Beteiligungsort. Der Auftragnehmer übernimmt ihre technische und inhaltliche Betreuung sowie ihre bedarfsgerechte Weiterentwicklung. Die Domain liegt bei der DIHK.

Die vorhandenen Funktionen und technischen Rahmenbedingungen werden im Technischen Steckbrief beschrieben (Anlage 2). Auf dieser Grundlage ist die Übernahme so zu planen, dass die Plattform und ihre bestehenden Beteiligungsangebote möglichst ohne Unterbrechung weitergenutzt werden können.

Zu den Leistungen gehören:

- technische Übernahme der Plattform einschließlich der erforderlichen Abstimmung mit dem bisherigen Dienstleister;
- Hosting und laufender technischer Betrieb;
- Wartung, erforderliche Aktualisierungen, Datensicherung und Überwachung der Funktionsfähigkeit;
- Bearbeitung technischer Störungen und Fehler;
- redaktionelle Pflege und Aktualisierung der Inhalte in Abstimmung mit der DIHK;
- Betreuung und Weiterentwicklung bestehender Generatoren, Downloadangebote und weiterer Beteiligungsfunktionen;
- Verbesserung von Nutzerführung, Verständlichkeit und Zugänglichkeit;
- Konzeption und Umsetzung freigegebener funktionaler Erweiterungen;
- Unterstützung bei Anwendungsproblemen und Nutzeranfragen im vereinbarten Umfang;
- Auswertung der Plattformnutzung als Bestandteil der Kampagnenerfolgskontrolle;
- Dokumentation technischer Anpassungen, eingesetzter Systeme und erforderlicher Zugänge.

Neue technische Lösungen sind nach ihrem konkreten Nutzen für Beteiligung, Bedienbarkeit und Kampagnenziele auszuwählen. Dies gilt auch für einen möglichen Einsatz KI-gestützter Anwendungen. Einführung und laufende Kosten sind vorab transparent darzustellen und mit der DIHK abzustimmen.

Der technische Steckbrief beschreibt den vorhandenen Plattformstand. Die verbindlichen Leistungsumfänge und Abgrenzungen der technischen Übernahme, des technischen Betriebs und der redaktionellen Pflege ergeben sich aus den Detailbeschreibungen P13 bis P15 sowie der gemeinsamen Kalkulationsgrundlage für die Plattformleistungen im Preisblatt Pauschalpreise. Dies umfasst insbesondere die Abnahme der Übernahmeleistung, den Beginn des Regelbetriebs, den Umgang mit Bestandsfehlern, die Hostinganforderungen sowie Servicezeiten, Störungsmeldewege und Reaktionszeiten.

Die dort als gesondert zu beauftragen bezeichneten Leistungen sind nicht in den jeweiligen Pauschalen enthalten. Ihre Beauftragung und Vergütung richten sich nach Ziffern 4.6 und 5.1. Ergänzend gelten die datenschutzrechtlichen Vertragsunterlagen.

3.6. Produktion: Foto, Film, Grafik und Text

Der Auftragnehmer realisiert die freigegebenen Konzepte und stellt eine professionelle, zur Kampagne passende Produktionsqualität sicher. Die Ergebnisse müssen für die vorgesehenen Kanäle und Nutzungsformen geeignet und innerhalb der IHK-Organisation praktisch einsetzbar sein.

Zu den Leistungen gehören:

- Planung, Organisation und Durchführung von Foto- und Filmproduktionen;
- Auswahl und Vorschlag mehrerer für die jeweilige Produktion geeigneter Fotografinnen und Fotografen bzw. Videografinnen und Videografen unter Berücksichtigung von Stil, Erfahrung, Verfügbarkeit und Kosten. Die Entscheidung trifft die DIHK auf Grundlage aussagekräftiger Arbeitsproben und einer Kostenübersicht. Der Auftragnehmer übernimmt anschließend die Beauftragung und deren Abwicklung.
- Entwicklung von Treatments, Drehbüchern, Interviewleitfäden und Produktionsabläufen;

- Abstimmung mit den beteiligten Unternehmerinnen und Unternehmern sowie weiteren Mitwirkenden im Rahmen der mit der DIHK vereinbarten Ansprache;
- Organisation von Drehorten, Produktionsteams und erforderlicher Ausstattung;
- Bildauswahl, Bildbearbeitung, Schnitt, Tonbearbeitung, Farbkorrektur und grafische Bearbeitung;
- Erstellung von Animationen, Infografiken und weiteren grafischen Inhalten;
- Erstellung und redaktionelle Bearbeitung von Kampagnentexten, Begleittexten und kanalbezogenen Kurztexten;
- Erstellung von Untertiteln und weiteren vereinbarten Fassungen;
- Adaption in unterschiedliche Längen, Seitenverhältnisse, Auflösungen und Ausgabeformate;
- Erstellung druckfähiger und digital ausspielbarer Produktionsdaten;
- Einholung und Dokumentation der für die vereinbarte Nutzung erforderlichen Rechte und Einwilligungen;
- geordnete Auslieferung der freigegebenen Ergebnisse einschließlich der vereinbarten bearbeitbaren Ausgangsdateien.

Produktionsplanung und Kalkulation sollen mögliche Mehrfachnutzungen berücksichtigen. Aus einer Produktion sollen, soweit sinnvoll, Materialien für verschiedene Kanäle und regionale Anwendungen entstehen.

3.7. Druck- und Werbemittel

Der Auftragnehmer entwickelt und realisiert Druck- und Werbemittel, die zur Kampagne passen und einen nachvollziehbaren Beitrag zu Sichtbarkeit, Identifikation oder Beteiligung leisten. Ein besonderes Augenmerk liegt auf Werbemitteln, die als einfach anpassbare, produktionsfertige Vorlagen bereitgestellt werden. Diese sollen den IHKs ermöglichen, die Produktion sowie den Einsatz vor Ort eigenständig zu beauftragen.

Die durch die DIHK beauftragte Herstellung von Druck- und Werbemitteln ist Bestandteil des Rahmenvertrags und seines Budgets. Eigenständige Beauftragungen durch die IHKs erfolgen außerhalb dieses Rahmenvertrags und auf deren eigene Rechnung (vergl. Punkt 5.1.).

Dazu können insbesondere gehören:

- Plakate, Poster und Postkarten;
- Banner, Fahnen, Aufsteller und Beschilderungen;
- großformatige Druckprodukte für Außenwerbung und Veranstaltungen;
- Blöcke und Stickerbögen;
- Streuartikel und andere geeignete Werbemittel.

Zu den Leistungen gehören:

- Beratung zu geeigneten Produkten, Materialien, Auflagen und Produktionsverfahren;
- kreative Gestaltung und Erstellung der erforderlichen Druck- und Produktionsdaten;
- Auswahl geeigneter Produktionsdienstleister sowie Einholung und Prüfung ihrer Angebote gemäß Abschnitt 4.7;
- transparente Darstellung von Herstellungs-, Veredelungs-, Versand- und sonstigen Nebenkosten;
- Einholung und fachliche Prüfung geeigneter Muster, Proofs oder Andrucke sowie Vorlage zur Produktionsfreigabe durch die DIHK;

- Beauftragung und Koordination der Produktion nach Freigabe durch die DIHK;
- Überwachung der vereinbarten Qualität, Mengen und Liefertermine sowie Organisation der Lieferung an die vereinbarten Empfänger;
- Bearbeitung von Reklamationen und Koordination erforderlicher Nachbesserungen oder Ersatzlieferungen.

3.8. Mediastrategie, Mediaplanung und Ausspielung

Die Medialeistungen sollen die Kampagne über die bestehenden Netzwerke hinaus sichtbar machen und die definierten Zielgruppen wirksam erreichen. Der Auftragnehmer entwickelt dafür eine kanalübergreifende Mediastrategie und begründet die Auswahl der empfohlenen Medien anhand von Zielgruppen, Kommunikationszielen, Reichweite, Kontaktqualität und Wirtschaftlichkeit.

In Betracht kommen insbesondere Social-Media-Anzeigen, weitere digitale Werbeformen, klassische und digitale Außenwerbung sowie bei entsprechender Eignung Print-, Audio- und weitere Medien oder neue Formate.

Zu den Leistungen gehören:

- Analyse geeigneter Medien, Zielgruppen und Werbeumfelder;
- Entwicklung von Mediaplänen einschließlich zeitlicher Schwerpunkte und Budgetverteilung;
- Abstimmung der Mediaplanung mit Themen, Beteiligungsaktionen und regionalen Aktivitäten;
- Beratung zu den technischen und gestalterischen Anforderungen der ausgewählten Werbeformen;
- Mediaeinkauf, Buchung und Abwicklung nach Freigabe durch die DIHK;
- Koordination mit Medienanbietern, Vermarktern und beteiligten Produktionsdienstleistern;
- termingerechte Bereitstellung und Prüfung der Werbemittel;
- Einrichtung und Aussteuerung bezahlter digitaler Kampagnen nach Freigabe durch die DIHK;
- laufende Überwachung und Optimierung der Ausspielung;
- Budgetkontrolle und transparente Abrechnung der eingesetzten Mittel;
- regelmäßige Auswertung und Reporting einschließlich Handlungsempfehlungen für weitere Maßnahmen;
- bedarfsbezogene Erläuterung von Mediaplänen und Ergebnissen sowie vereinbarte Workshops für Mitarbeitende der DIHK.

Agenturvergütung und externe Mediakosten sind getrennt auszuweisen. Rabatte, Provisionen und sonstige Vergütungsbestandteile im Mediaeinkauf sind offenzulegen und entsprechend den Vertragsregelungen zu behandeln, wie in 4.7 ausgeführt.

3.9. Kommunikative und gestalterische Veranstaltungsbegleitung

Der Auftragnehmer begleitet volkswirtschaftliche Veranstaltungen innerhalb der Initiative „Zukunftsbild Wirtschaft“ kommunikativ und gestalterisch. Dabei soll insbesondere der Schwerpunkt „Soziale Marktwirtschaft“ sichtbar werden und mit den Inhalten der Kampagne verbunden werden.

Zu den Leistungen gehören:

- Entwicklung eines zur Kampagne passenden Veranstaltungsbrandings auf Grundlage des Kampagnenguides;
- Gestaltung digitaler und analoger Veranstaltungsmaterialien, etwa Einladungen, Programme, Präsentationsvorlagen, Bühnen- und Bildschirmgrafiken sowie Beschilderungen;

- Konzeption und Umsetzung begleitender Kommunikation vor, während und nach der Veranstaltung;
- Aufbereitung ausgewählter Aussagen und Ergebnisse für die Kampagnenplattform, Social Media und weitere vereinbarte Kanäle;
- Konzeption und Umsetzung beauftragter Foto-, Film- und Interviewformate;
- Abstimmung mit der DIHK und den für die Veranstaltungsorganisation zuständigen Dienstleistern.

Die Leistungen beziehen sich auf die kommunikative und gestalterische Begleitung. Die organisatorische Gesamtverantwortung für die Veranstaltungen wird dadurch nicht auf den Auftragnehmer übertragen.

3.10. Übergreifende Leistungsanforderungen

Qualitätssicherung

Der Auftragnehmer gewährleistet die fachliche, sprachliche, gestalterische und technische Qualität der Arbeitsergebnisse. Texte sind vor der Vorlage an die DIHK redaktionell zu prüfen und zu lekturieren. Sachliche Aussagen, Zahlen und Zitate müssen nachvollziehbar belegt sein. Die Bezeichnungen und institutionellen Beziehungen innerhalb der IHK-Organisation sind korrekt wiederzugeben.

Abstimmung und Freigabe

Der Auftragnehmer legt Arbeitsergebnisse in einem prüffähigen Stand vor und plant die erforderlichen Abstimmungen und Freigaben in den Projektablauf ein. Veröffentlichung, Produktion und kostenwirksame Buchungen erfolgen erst nach der jeweils erforderlichen Freigabe durch die DIHK.

Rückmeldungen aus Gremien, von IHKs oder weiteren Projektbeteiligten werden über den Bereich Kommunikation der DIHK gebündelt. Dieser koordiniert die daraus resultierenden Arbeitsaufträge und Freigaben.

Transparenz und Änderungen

Leistungsumfang, Arbeitsergebnisse, Termine und Kosten sind für jede Beauftragung nachvollziehbar zu beschreiben. Absehbare Änderungen und deren Auswirkungen auf Budget und Zeitplan sind der DIHK frühzeitig mitzuteilen. Zusätzliche Leistungen und Kosten bedürfen einer vorherigen Beauftragung.

Dokumentation und Übergabe

Die Anforderungen an die Dokumentation, die Bereitstellung und Übergabe von Arbeitsergebnissen, Dateien, Systemen und Zugängen sowie deren Fortführbarkeit richten sich nach Ziffer 4.8. Für die Nutzungs- und Verwendungsrechte gilt Ziffer 4.9.

4. VERTRAGLICHE REGELUNGEN

4.1. Vertragsbestandteile:

Die nachfolgend aufgeführten Dokumente sind Vertragsbestandteile und bilden zusammen den Vertrag, der mit Zuschlagserteilung geschlossen wird. Im Auftragsfall gelten nacheinander die folgenden Vertragsbestandteile. Der jeweils zuerst genannte Vertragsbestandteil geht den nachgenannten im Range vor:

- Leistungsbeschreibung,
- Aufforderung,
- etwaige Konkretisierungen im Rahmen der Bieterfragenbeantwortung,
- Allgemeine Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B),
- Angebot einschließlich der Preisblätter Pauschalpreise und Stunden-/Tagessätze,
- Auftragserteilung sowie
- Auftragsverarbeitungsvereinbarung.

Unterlagen, die beim Bieter verbleiben und im Vergabeverfahren zu beachten sind:

- Bewerbungs- bzw. Teilnahmebedingungen,
- Informationsschreiben nach DSGVO.

4.2. Auftragsvolumen

Das in Aussicht genommene Auftragsvolumen wird abschließend auf 2.016.800 EUR netto geschätzt.

4.3. Abrufmodalitäten bei Rahmenvereinbarungen

Die Leistung des Auftragnehmers wird durch die Auftraggeberin in Form von Einzelaufträgen abgerufen. Für jeden Einzelauftrag ist die Rahmenvereinbarung zugrunde zu legen. Die Bedingungen gelten auch dann, wenn im Einzelauftrag nicht ausdrücklich darauf Bezug genommen wird. Bei der Vergabe der auf dieser Rahmenvereinbarung beruhenden Einzelaufträge dürfen keine substantziellen Änderungen an den Bedingungen der Rahmenvereinbarung vorgenommen werden.

Der Auftragnehmer hat keinen Anspruch auf Erteilung bestimmter Aufträge oder einer bestimmten Anzahl von Aufträgen. Es besteht keine Abnahmeverpflichtung seitens der Auftraggeberin. Die Auftraggeberin behält sich vor, auch neben der Rahmenvereinbarung Aufträge zu erteilen, soweit dies sinnvoll und sachdienlich ist.

Einzelabrufe aus der Rahmenvereinbarung werden unter Punkt 5.1. geregelt.

4.4. Vertragslaufzeit

Es wird beabsichtigt, einen Vertrag für nachfolgenden Zeitraum abzuschließen:

- Vertragsbeginn: ab Zuschlagserteilung voraussichtlich 1. März 2027
- Vertragsende: 12 Monate nach Zuschlagserteilung

Die Vertragslaufzeit beginnt ab Zuschlagserteilung und beläuft sich zunächst auf 12 Monate. Der Vertrag verlängert sich automatisch um weitere 9 Monate, wenn nicht 3 Monate vor Ablauf der Vertragslaufzeit schriftlich gekündigt wird.

Der Vertrag endet jedoch spätestens:

- a) zum 31. Dezember 2028 oder
- b) nach Erreichen der budgetären maximalen Obergrenze i.H.v. 2.016.800 EUR netto insgesamt.

Das Ende der Vertragslaufzeit berührt nicht die unter der Rahmenvereinbarung beauftragten und zum Ende der Vertragslaufzeit noch nicht abgeschlossenen Einzelaufträge. Diese werden, soweit sie zum Ende der Vertragslaufzeit noch nicht abgeschlossen sind, entsprechend den Vorgaben des Einzelauftrages beendet.

Der Rahmenvertrag mit dem aktuellen Dienstleister endet am 31. März 2027. Eine einmonatige Übergabephase ist im März 2027 geplant.

4.5. Auftraggeberin

Es ist beabsichtigt, die in beiliegender Leistungsbeschreibung bezeichneten Leistungen im Namen und in Rechnung von folgenden Unternehmen zu vergeben:

- ☒ DIHK | Deutsche Industrie – und Handelskammer, Breite Straße 29, 10178 Berlin
[DIHK - Deutsche Industrie- und Handelskammer](#)

Hinweis für die Rechnungslegung: Bitte beachten Sie, dass die Rechnungslegung ausschließlich digital an finanzen@dihk.de (unter Benennung des zuständigen Ansprechpartners und der Rahmenvertragsnummer gemäß Zuschlagserteilung) zu erfolgen hat.

4.6. Vergütung der Agentur

Alle Preise sind in Euro netto anzugeben. Die angebotenen Preise gelten für die gesamte Vertragslaufzeit.

Pauschalpreise

Pauschalpreise beziehen sich auf den jeweils beschriebenen Leistungsumfang. Sie umfassen sämtliche zur vollständigen Erbringung dieser Leistung erforderlichen eigenen Agenturleistungen, insbesondere interne Koordination, Qualitätssicherung, Lektorat, Datenaufbereitung, Dokumentation und Rechtextklärung. Die nach Ziffer 5.3 eingeschlossenen Abstimmungen und Korrekturschleifen sind im jeweiligen Pauschalpreis enthalten. Für die Beseitigung eigener Fehler und Abweichungen vom vereinbarten Briefing gilt Ziffer 5.3.

Die Bereitstellung, Dokumentation und Übergabe der Dateien, Arbeitsergebnisse, Systeme und Zugänge gemäß Ziffer 4.8 einschließlich der geordneten Übergabe bei Vertragsende sowie die Einräumung der vereinbarten Nutzungsrechte gemäß Ziffer 4.9 sind in die angebotenen Preise einzukalkulieren und werden nicht gesondert vergütet. Die Regelungen zu ausdrücklich freizugebenden Fremdkosten bleiben unberührt.

Fremdkosten sind nur dann im Pauschalpreis enthalten, wenn dies bei der jeweiligen Position ausdrücklich angegeben ist. Reisezeiten sind bei den ausdrücklich als Präsenzleistung beschriebenen Pauschalen eingerechnet. Monatspauschalen werden ausschließlich für zuvor beauftragte Leistungszeiträume berechnet. Die Aufnahme einer Position in das Preisblatt begründet keine automatische Beauftragung oder Mindestabnahme.

Stundensätze

Die Stundensätze dienen der Kalkulation und Abrechnung vorab beauftragter Leistungen, die nicht bereits durch eine Pauschalposition abgedeckt sind. Sie können außerdem für ausdrücklich vereinbarte Erweiterungen eines Pauschalumfangs verwendet werden. Die zusätzliche Leistung und ihre Abgrenzung sind im Kostenvoranschlag zu benennen. Vor der Beauftragung legt der Auftragnehmer einen Kostenvoranschlag mit Arbeitsschritten, Funktionen, geplanten Stunden und einer Kostenobergrenze vor. Abgerechnet werden ausschließlich tatsächlich erbrachte und nachvollziehbar dokumentierte Stunden bis zur freigegebenen Obergrenze. Ein absehbarer Mehrbedarf ist vor dessen Entstehung anzuzeigen und bedarf einer gesonderten Freigabe. Interne Einarbeitung, Personalwechsel, die Korrektur eigener Fehler sowie bereits durch Pauschalen vergütete Tätigkeiten dürfen nicht zusätzlich nach Stunden abgerechnet werden.

Abgrenzung der Abrechnungsarten

Passt eine beauftragte Leistung vollständig zu einer Pauschalposition, gilt der angebotene Pauschalpreis unabhängig vom tatsächlichen internen Stundenaufwand. Eine zusätzliche Stundenabrechnung für denselben Leistungsumfang ist ausgeschlossen. Bei einem abweichenden Leistungsumfang wird vor Beauftragung ein gesonderter Kostenvoranschlag auf Grundlage der vereinbarten Preise erstellt. Ein geringerer oder größerer Umfang berechtigt nicht zur einseitigen Änderung eines bereits beauftragten Pauschalpreises. Die Regelung zur Vergütungsanpassung bei direkter Beauftragung von Fremdleistungen durch die DIHK gemäß Ziffer 4.7 bleibt unberührt.

Die Monatspauschale P03 umfasst die übergreifende Steuerung der Kampagne. Die interne Organisation und Abwicklung einzelner pauschal beauftragter Leistungen sind dagegen im jeweiligen Einzelpreis enthalten.

4.7. Unterauftragnehmer und Fremdleistungen

Der Auftragnehmer kann zur Erbringung der beauftragten Leistungen geeignete Unterauftragnehmer einsetzen. Deren Einsatz entbindet ihn nicht von seiner Verantwortung für Qualität, Termine, Koordination und vertragsgemäße Leistungserbringung.

Im Kostenvoranschlag ist kenntlich zu machen, welche Leistungen durch Unterauftragnehmer erbracht werden. Die entsprechenden Kosten sind Bestandteil der Gesamtkalkulation und dürfen nicht zusätzlich zu den freigegebenen Gesamtkosten abgerechnet werden.

Für die Beschaffung von Produktions-, Media- und sonstigen Fremdleistungen gelten folgende Regelungen:

Beauftragung durch den Auftragnehmer

Soweit der Auftragnehmer Fremdleistungen im eigenen Namen beauftragt, legt er der DIHK vorab eine nachvollziehbare Leistungs- und Kostenübersicht vor und benennt den vorgesehenen Dienstleister. Die Beauftragung darf erst nach Freigabe durch die DIHK erfolgen.

Der Auftragnehmer wählt geeignete Dienstleister unter Berücksichtigung von Qualität, Wirtschaftlichkeit und Terminsicherheit aus.

Direkte Beauftragung durch die DIHK

Die DIHK kann Fremdleistungen unmittelbar beauftragen. Der Vertrag mit dem jeweiligen Anbieter wird durch die DIHK geschlossen; die Rechnungsstellung erfolgt unmittelbar an die DIHK.

Soweit eine unmittelbar durch die DIHK beauftragte Fremdleistung bereits in einem Pauschalpreis oder einem freigegebenen Kostenvoranschlag des Auftragnehmers enthalten ist, vermindert sich dessen Vergütung um den hierfür enthaltenen Kostenanteil. Entfallen dadurch zusätzlich eigene Leistungen des Auftragnehmers, sind auch die darauf entfallenden Vergütungsanteile abzuziehen. Der Auftragnehmer legt die betreffenden Anteile nachvollziehbar offen. Die Anpassung wird vor der direkten Beauftragung schriftlich festgehalten. Bereits erbrachte Leistungen und unvermeidbare, nachgewiesene Verpflichtungen aus zuvor durch die DIHK freigegebenen Beauftragungen sind dabei zu berücksichtigen.

Die Vergütung weiterhin erforderlicher Agenturleistungen, insbesondere zur Koordination und Einbindung der Fremdleistung, bleibt bestehen. Zusätzliche, bislang nicht beauftragte Agenturleistungen bedürfen einer vorherigen Beauftragung gemäß Ziffer 5.1. Eine doppelte Vergütung ist ausgeschlossen.

Der Auftragnehmer unterstützt im beauftragten Umfang die Leistungsdefinition, Angebotseinholung und Bewertung und stellt die fachliche, gestalterische und technische Einbindung der unmittelbar durch die DIHK beauftragten Fremdleistungen in seine eigenen Leistungen sicher. Hierzu stimmt er erforderliche Formate, Schnittstellen, Liefertermine, Nutzungsrechte und Qualitätsanforderungen rechtzeitig mit der DIHK und den beteiligten Dienstleistern ab. Er prüft die zugelieferten Ergebnisse im vereinbarten Umfang auf ihre Eignung zur Einbindung und weist die DIHK unverzüglich auf erkennbare Abweichungen oder Risiken hin.

Die DIHK stellt sicher, dass die hierfür erforderlichen Mitwirkungs- und Lieferpflichten in der direkten Beauftragung berücksichtigt werden. Die Verantwortung des Auftragnehmers für seine eigenen Leistungen sowie seine Koordinations- und Hinweispflichten bleibt unberührt; eine Verantwortung für die vertragsgemäße Leistungserbringung des unmittelbar durch die DIHK beauftragten Dienstleisters wird dadurch nicht begründet.

Vergütung und Transparenz

Zusätzliche Handlingfees, Provisionen oder prozentuale Aufschläge auf Fremdkosten sind nicht zulässig. Der Aufwand für Auswahl, Beauftragung, Koordination und Abwicklung ist über die vereinbarten Agenturhonorare abzudecken und darf nicht zusätzlich oder doppelt berechnet werden.

Gesondert abrechenbare Fremdkosten werden nur in tatsächlich angefallener und nachgewiesener Höhe abgerechnet. Soweit Fremdkosten nach der jeweiligen Leistungsposition ausdrücklich in einem Pauschalpreis enthalten sind, erfolgt ihre Vergütung ausschließlich über diesen Pauschalpreis; eine zusätzliche Abrechnung ist ausgeschlossen. Die Regelung zur Vergütungsanpassung bei direkter Beauftragung durch die DIHK bleibt unberührt. Rabatte, Provisionen, Rückvergütungen und sonstige wirtschaftliche Vorteile, die den beauftragten Leistungen zuzurechnen sind, sind offenzulegen und vollständig zugunsten der DIHK zu berücksichtigen. Nachträglich gewährte Vergünstigungen sind entsprechend gutzuschreiben.

4.8. Offene Dateien, Dokumentation und Fortführbarkeit

Die Kampagne ist langfristig angelegt. Konzeption, Gestaltung und technische Umsetzung müssen so dokumentiert und bereitgestellt werden, dass die DIHK die Arbeitsergebnisse selbst oder durch andere beauftragte Dienstleister fortführen, anpassen und erweitern kann.

Der Auftragnehmer übergibt nach Abschluss der jeweiligen Leistung sowie auf Anforderung während der Zusammenarbeit die zugehörigen vollständigen Produktions- und Arbeitsdateien in gängigen, editierbaren Formaten. Dazu gehören, soweit für die jeweilige Leistung einschlägig:

- offene Layout-, Grafik-, Animations- und Schnittdateien;
- Foto- und Filmrohmaterial einschließlich zugehöriger Tonaufnahmen;
- Textdateien, Vorlagen und Präsentationen;
- projektspezifisch erstellter Quellcode, Konfigurationen und technische Dokumentationen;
- Dokumentation verwendeter Materialien, Lizenzen und Einwilligungen sowie etwaiger nach Ziffer 4.9 vorab ausdrücklich durch die DIHK genehmigter Nutzungsbeschränkungen.

Verknüpfungen, Dateistrukturen und erforderliche Bearbeitungshinweise sind so aufzubereiten, dass eine Weiterverwendung praktisch möglich ist. Für den Einsatz von Drittbestandteilen und die Zustimmung zu abweichenden Nutzungsbedingungen gilt ausschließlich Ziffer 4.9.

Die Domain der Kampagnenplattform verbleibt bei der DIHK. Projektspezifische Konten, Zugänge und Administrationsrechte sind so einzurichten und zu dokumentieren, dass die DIHK die Kontrolle über die Kampagnenplattform behält und einen Dienstleisterwechsel durchführen kann. Für eingesetzte Standardsoftware und externe Dienste sind Lizenzinhaber, Kosten, Laufzeiten und Übertragungsmöglichkeiten transparent auszuweisen.

4.9 Nutzungs- und Verwendungsrechte

Projektspezifische Arbeitsergebnisse

Der Auftragnehmer räumt der DIHK an den im Rahmen der beauftragten Leistungen neu geschaffenen und rechtlich schutzfähigen Arbeitsergebnissen mit ihrer Entstehung die ausschließlichen, zeitlich und räumlich unbeschränkten Nutzungsrechte für sämtliche bekannten Nutzungsarten ein. Dies umfasst insbesondere Konzepte, Texte, Fotografien, Filme, Grafiken, Gestaltungen, Vorlagen und projektspezifisch entwickelte Softwarebestandteile.

Die DIHK ist berechtigt, die Arbeitsergebnisse zu vervielfältigen, zu veröffentlichen, zu verbreiten, öffentlich zugänglich zu machen, zu bearbeiten, mit anderen Inhalten zu verbinden sowie durch Dritte fortführen und weiterentwickeln zu lassen. Dies umfasst die Nutzung in digitalen und analogen Medien, in bezahlter Werbung, auf Veranstaltungen und auf den Plattformen der DIHK und der IHK-Organisation.

Die DIHK darf die eingeräumten Nutzungsrechte übertragen und Unterlizenzen erteilen. Dies gilt insbesondere für IHKs, die DIHK-Service-GmbH (100 %-ige Tochtergesellschaft der DIHK), beteiligte Unternehmerinnen und Unternehmer sowie von der DIHK oder den IHKs beauftragte Dienstleister. Die Bereitstellung geeigneter Materialien zum Download und zur eigenständigen Verwendung im Rahmen der Kampagne ist ausdrücklich umfasst.

Die Einräumung von Rechten für bei Vertragsschluss unbekannte Nutzungsarten erfolgt unter Beachtung der gesetzlichen Formvorschriften und zwingenden urheberrechtlichen Bestimmungen. Der Auftragnehmer stellt sicher, dass die hierfür erforderlichen Vereinbarungen mit den jeweiligen Rechteinhabern vorliegen. Zwingende gesetzliche Vergütungsansprüche bleiben unberührt.

Vorhandene Werke, Standardsoftware und Drittmaterialien

Für vorbestehende Werke, Standardsoftware, externe Dienste und Materialien unter Fremdlizenzen können abweichende Nutzungsbedingungen gelten. Ihr Einsatz bedarf der vorherigen Zustimmung der DIHK. Die Zustimmung muss die konkret offengelegten Abweichungen vom vertraglich vorgesehenen Nutzungsumfang ausdrücklich erfassen. Eine allgemeine Konzept-, Gestaltungs- oder Produktionsfreigabe genügt hierfür nicht. Ohne eine solche Zustimmung bleibt der Auftragnehmer zur Einräumung der vertraglich vorgesehenen Nutzungsrechte verpflichtet.

Der Auftragnehmer legt dafür vorab Quelle, Rechteinhaber, Lizenzumfang, Kosten und mögliche Einschränkungen offen. Insbesondere ist darzustellen, ob Bearbeitung, bezahlte Ausspielung, Weitergabe an IHKs und Unternehmen, öffentliche Bereitstellung zum Download und Nutzung durch andere Dienstleister zulässig sind.

Der Erwerb entsprechender Lizenzen erfolgt grundsätzlich durch die DIHK. Eine Beschaffung durch den Auftragnehmer bedarf einer ausdrücklichen Vereinbarung. Der Auftragnehmer unterstützt die Auswahl geeigneter Lizenzen; deren Dokumentation und Übergabe richten sich nach Ziffer 4.8.

KI-gestützte Anwendungen sind vor ihrem Einsatz hinsichtlich der Nutzbarkeit ihrer Ergebnisse, der Rechtebedingungen und der Verarbeitung eingegebener Daten offenzulegen und mit der DIHK abzustimmen. Rechte oder Exklusivität, die tatsächlich nicht bestehen oder nicht eingeräumt werden können, dürfen nicht zugesichert werden.

Rechteklärung und Ansprüche Dritter

Der Auftragnehmer stellt sicher, dass die von ihm gelieferten Arbeitsergebnisse im vereinbarten Umfang genutzt werden können und dieser Nutzung keine Rechte Dritter entgegenstehen. Dies umfasst die erforderlichen Vereinbarungen mit Beschäftigten, Unterauftragnehmern und sonstigen Mitwirkenden sowie die erforderlichen Einwilligungen abgebildeter Personen.

Der Auftragnehmer stellt die DIHK von berechtigten Ansprüchen Dritter einschließlich angemessener Rechtsverfolgungskosten frei, soweit diese auf einer vom Auftragnehmer zu vertretenden Verletzung von Rechten Dritter durch die vertragsgemäße Nutzung der gelieferten Arbeitsergebnisse beruhen.

Die Parteien informieren einander unverzüglich über geltend gemachte Ansprüche und stimmen das weitere Vorgehen ab.

5. RAHMENBEDINGUNGEN

5.1. Auftragserteilungen

Die Beteiligung von IHKs, Unternehmerinnen und Unternehmern sowie weiteren Partnern ist ausdrücklich erwünscht. Auftragserteilungen innerhalb dieses Rahmenvertrags erfolgen jedoch ausschließlich durch die DIHK.

Grundlage jeder Beauftragung ist ein detaillierter Kostenvoranschlag des Auftragnehmers. Dieser muss Leistungsumfang, Arbeitsergebnisse, Zeitplan sowie Agenturhonorare, Fremdkosten und gegebenenfalls Nebenkosten nachvollziehbar ausweisen. Ein Auftrag gilt erst mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der DIHK als erteilt. Dasselbe gilt für kostenwirksame Änderungen oder Erweiterungen eines Auftrags.

IHKs können den Auftragnehmer außerhalb dieses Rahmenvertrags auf Grundlage ihrer eigenen Budgets und Vergabebedingungen eigenständig beauftragen. Solche Aufträge begründen keine Zahlungs- oder sonstigen Leistungspflichten der DIHK. Der Auftragnehmer stimmt kampagnenbezogene Vorhaben bei neuen Konzepten oder Abweichungen von freigegebenen Gestaltungsvorgaben und Inhalten frühzeitig mit dem Bereich Kommunikation der DIHK ab, um ein einheitliches Erscheinungsbild und die inhaltliche Abstimmung der Kampagne sicherzustellen.

5.2. Agenturteam

Der Auftragnehmer stellt ein qualifiziertes und leistungsfähiges Team bereit. Im Angebot sind zwei feste Ansprechpersonen namentlich zu benennen: eine für Projektleitung und Projektmanagement sowie eine für Strategie und Beratung. Für beide ist eine verlässliche Vertretung sicherzustellen.

Darüber hinaus gewährleistet der Auftragnehmer die erforderliche Fachkompetenz in Kreation, Produktion, Media und Plattformbetreuung. Die DIHK erhält bei Bedarf direkten Zugang zu den jeweils zuständigen Fachpersonen. Die Projektleitung koordiniert deren Einbindung und stellt den Informationsfluss sicher. Der Einsatz von Unterauftragnehmern ist entsprechend den Vergabeunterlagen zulässig.

Die Kontinuität der Betreuung ist während der gesamten Vertragslaufzeit sicherzustellen. Ein Wechsel der beiden benannten Ansprechpersonen ist der DIHK frühzeitig unter Angabe der Gründe mitzuteilen und bedarf ihrer Zustimmung. Ersatzpersonen müssen für die betreffende Aufgabe mindestens gleichwertig qualifiziert sein. Einarbeitung und geordnete Übergabe erfolgen ohne zusätzliche Kosten für die DIHK.

5.3. Allgemeine Anforderungen an die Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit erfolgt in deutscher Sprache. Die zentralen Ansprechpersonen beherrschen Deutsch in Wort und Schrift verhandlungssicher. Sämtliche zur Freigabe vorgelegten Texte müssen sprachlich geprüft sein und der geltenden deutschen Rechtschreibung entsprechen.

Der Auftragnehmer gewährleistet eine sorgfältige, termingerechte und fachlich qualifizierte Umsetzung. Bei absehbaren Verzögerungen, Kapazitätsengpässen oder anderen Schwierigkeiten informiert er die DIHK eigenständig und frühzeitig und schlägt geeignete Lösungen vor.

Für beauftragte Leistungen stellt der Auftragnehmer ausreichende personelle Kapazitäten und eine verlässliche Vertretung sicher. Neue Aufträge und deren Termine werden unter Berücksichtigung der erforderlichen Ressourcen vereinbart.

Die zentrale Projektbetreuung ist montags bis freitags von 08:00 bis 17:00 Uhr telefonisch und per E-Mail erreichbar; gesetzliche Feiertage in Berlin sind ausgenommen. Abweichende Anforderungen für Veranstaltungen, Produktionen oder technische Störungen werden gesondert festgelegt.

Kosten der regulären Bürokommunikation und der üblichen internen Arbeitsmittel sind in den Agenturhonoraren enthalten. Gesondert abrechenbare Produktions-, Versand- oder sonstige Nebenkosten sind im jeweiligen Kostenvoranschlag ausdrücklich auszuweisen und vorab freizugeben.

Abstimmungen und Überarbeitungen

Zum vereinbarten Leistungsumfang gehören die für die jeweilige Leistung erforderlichen Abstimmungen. Bei kreativen und redaktionellen Leistungen sind zwei gebündelte Korrekturschleifen auf Grundlage des vereinbarten Briefings eingeschlossen, soweit die jeweilige Leistungsposition nicht ausdrücklich einen anderen Umfang vorsieht. Die DIHK führt ihre Rückmeldungen über den Bereich Kommunikation zusammen.

Die Beseitigung von Fehlern des Auftragnehmers und Abweichungen vom vereinbarten Briefing erfolgt ohne zusätzliche Vergütung und wird nicht auf die vereinbarten Korrekturschleifen angerechnet. Nachträgliche Änderungen des freigegebenen Briefings oder zusätzliche Bearbeitungsschritte außerhalb des vereinbarten Leistungsumfangs sind hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf Kosten und Termine vorab darzustellen. Ihre Umsetzung bedarf einer entsprechenden Beauftragung gemäß Ziffer 5.1.

5.4. Termine und Reisekosten

Abstimmungen erfolgen je nach Bedarf digital oder in Präsenz. Vorgesehen sind insbesondere ein Kick-off-Workshop im Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin sowie die Mitwirkung am IHK-Tag. Hinzu kommen nach Beauftragung Gremientermine, Workshops, Produktionen und weitere Veranstaltungen.

Präsenzteilnahme, eingesetzte Personen und erforderliche Reisen sind vorab mit der DIHK abzustimmen.

Notwendige und vorab genehmigte Reisekosten werden gegen Nachweis in Anlehnung an die Regelungen des Bundesreisekostengesetzes erstattet. Für Bahnfahrten sind grundsätzlich Kosten der zweiten Klasse anzusetzen. Andere Verkehrsmittel und erforderliche Übernachtungen bedürfen der vorherigen Abstimmung.

Reisezeiten werden nicht gesondert vergütet und sind bei der Kalkulation der entsprechenden Leistungen zu berücksichtigen.

5.5. Leistungs- und Lieferorte

Präsenzleistungen werden an den von der DIHK im jeweiligen Auftrag benannten Orten innerhalb Deutschlands erbracht. Im Übrigen erfolgt die Leistungserbringung grundsätzlich vom Standort des Auftragnehmers aus.

Digitale Arbeitsergebnisse werden über die mit der DIHK vereinbarten Übermittlungswege bereitgestellt. Physische Materialien sind an die im jeweiligen Auftrag benannten Lieferorte zu liefern. Liefer- und Versandkosten sind im Kostenvoranschlag auszuweisen.

Für Hostingstandorte, Hostinganbieter und die hierbei eingesetzten Unterauftragnehmer gelten die Anforderungen der Detailbeschreibung P14 im Preisblatt Pauschalpreise. Für die Verarbeitung

personenbezogener Daten finden ergänzend die datenschutzrechtlichen Vertragsunterlagen, insbesondere die Auftragsverarbeitungsvereinbarung, Anwendung.

6. AUFTRAGSVERARBEITUNGSVEREINBARUNG

Die Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV) wird mit Erteilung des Zuschlags geschlossen und geht jeder Verarbeitung personenbezogener Daten durch den Auftragnehmer voraus. Ein entsprechendes Muster liegt den Vergabeunterlagen bei.

7. ANLAGENVERZEICHNIS

- Anlage ./1** Kampagnenguide
- Anlage ./2** Technischer Steckbrief Kampagnenplattform
- Anlage ./3** Muster Auftragsverarbeitungsvereinbarung