



Vergabeverfahren digitale Kommunikation und Plattform in der Live-Kommunikation

Leistungsbeschreibung

Deutsche Bahn AG | VKM 2 Live-Kommunikation | Januar 2026

Live-Kommunikation im Konzern Deutsche Bahn AG

Grundsätzliches



Die **Deutsche Bahn AG** samt ihrer Unternehmensbereiche und Geschäftsfelder / Unternehmen (DB Fernverkehr, DB Regio, DB InfraGo, DB Cargo etc.) plant, organisiert und realisiert im Jahr ca. **300 Live-Kommunikations-Maßnahmen** in unterschiedlichen **Größen** (10 - 5.000 Pax), **Formaten** (on-site, digital (mit und ohne Studio), hybrid), **Umsetzungen** (Roadshow, Messe, Kongress, Mitarbeitenden-Veranstaltung etc.) und für diverse **Zielgruppen** (intern, extern) sowie mit unterschiedlichen Budgets.

Die Live-Kommunikation ist Teil des Bereichs **Markenführung & -inszenierung** und damit in der Konzernleitung der Deutsche Bahn AG angesiedelt. Die Live-Kommunikation steuert unterschiedliche Gewerke (u.a. Technik, Messebau, Hostessen, Agenturen etc.) im Bereich der Live-Kommunikation. Wir arbeiten eng verzahnt innerhalb der Konzernleitung und mit den DB-Geschäftsfeldern / DB Unternehmen projektbezogen in ganz **unterschiedlichen Einbindungstiefen** – zum Teil verantworten wir gesamte Projekte, zum Teil wirken wir als Teil-Projektleiter:in mit und zum Teil beraten wir im Rahmen der Governance-Rolle die Fachbereiche / DB Unternehmen.

Sämtliche Projekt der Live-Kommunikation haben unterschiedliche **Rahmenbedingungen** (Projekt-Ziele, -Inhalte/Themen, -Aufgaben, -Vorgaben, -Anforderungen sowie Projekt-Budgets) und **Hintergründe** (Historie, Bedeutung, Wertigkeit). In welchem Umfang oder ob überhaupt eine digitale Kommunikation oder Plattform erforderlich ist, hängt vom jeweiligen Briefing ab. Die Leistungen werden für die DB AG und auch für die mit ihr verbundenen Unternehmen und deren Tätigkeiten beschafft. Der Vertrag kann von allen mit der DB AG verbundenen Unternehmen genutzt werden.

Der/die **fachliche Ansprechpartner:in** ist die steuernde Konzern-Abteilung „Markenführung & -inszenierung (VKM 2) - Live-Kommunikation“.

Live-Kommunikation im Konzern Deutsche Bahn AG

Grundsätzliches



Eines gemeinsam haben jedoch alle Maßnahmen: Wir wollen die Welt der Bahn **erlebbar machen**, mit unseren Themen **Begeisterung** auslösen, positive **Emotionen** für den Konzern und seine Mitarbeitenden fördern, für die Gäste zeitgemäße und außergewöhnliche **Erlebnisse** schaffen, bei denen man das **Herz der Bahn** schlagen hört, die Menschen, die **Gemeinschaft** dahinter kennenlernt und die **Schlagkraft und Leidenschaft** spürt, die uns täglich antreibt. Bodenständig, voll Herzblut und den Blick in die Zukunft gerichtet.

Dies tun wir heute mehr denn je in **unterschiedlichen Formaten** und das ist auch unser Anspruch: Wir denken on-site genau so stark wie **digital** oder **hybrid**, um für jedes Projekt das **richtige Format** zu finden, das unsere **Themen und Inhalte transportiert**, den Gästen einen fortschrittlichen, aktuellen und ihren Ansprüchen entsprechenden **Raum der Begegnung** schafft, emotionale Erlebnisse ermöglicht und für uns damit den **maximalen Erfolg** erzielt.

Für die Deutsche Bahn ist das Thema **Nachhaltigkeit** sehr wichtig. Aus diesem Grund sind unsere Live-Kommunikationsmaßnahmen unter anderem papierlos und die Kommunikation erfolgt digital. Dabei steht die **Einfachheit** und **Nutzerfreundlichkeit** im Vordergrund.

Wir stellen die Mobilität und Logistik für Deutschland und Europa sicher. Unser Antrieb ist das Leitmotiv unserer Strategie Starke Schiene: da zu sein für unsere Kundinnen und Kunden. **Diese gesellschaftliche Verantwortung ist uns besonders wichtig, als Mobilitäts- und Logistikdienstleister:in, als Auftraggeber:in / Auftragnehmer:in und verlässliche:r Arbeitgeber:in.**

Leistungsanforderung digitale Kommunikation und Plattform

Allgemein



Unter Events verstehen wir sowohl rein virtuelle, aber auch hybride Events aller Art (Messen, Kongresse, Veranstaltungen) für alle Zielgruppen.

Events sollen durch die Unterstützung digitaler Kommunikation und Tools/Plattformen zielgruppen- und themengerecht umgesetzt werden, mit und ohne Präsenztermin. Den Teilnehmenden soll insbesondere bei virtuellen Events ein vergleichbares Erlebnis vermittelt werden, das das Live-Event geboten hätte. Das bedeutet nicht nur Vermittlung von Wissen, sondern aktive Einbindung jedes Teilnehmenden und Schaffen von Emotionen. Lebendige, komplexe Programme mit mehreren chronologischen und/oder parallelen Inhalten sollen nicht abgearbeitet, sondern erlebt werden. Keynotes, Sessions, Breakouts –auch mit Unterhaltungswert -, Chat-Lounge, Networking-Events bis zur Integration virtueller Ausstellungsbereiche müssen möglich sein.

Gleichzeitig muss die für das virtuelle/hybride Event zur Verfügung stehende Plattform an das jeweilige Veranstaltungs-Design angepasst werden können und damit einen Beitrag zur Einzigartigkeit und Wiedererkennbarkeit des Events leisten. Sie muss intuitiv und unkompliziert bedienbar sein und damit nicht nur Mittel zum Zweck, sondern wesentlicher Teil des Erlebnisses sein. Die Teilnehmenden müssen sich ohne aufwändige Einführung durch die Plattform navigieren können.

Der Zeitraum eines Events darf nicht begrenzt sein und muss von wenigen Stunden bis zu mehreren Tagen oder Wochen dauern können.

Nutzende der Plattform sind Mitarbeitende des DB-Konzerns, Journalist:innen sowie externe Gäste z.B. aus Wirtschaft und Politik. Somit hat die digitale Kommunikation eine hohe Innen- und Außenwirkung und muss entsprechend qualitativ hochwertig und stabil sein.

Leistungsanforderung digitale Kommunikation und Tools

Detail



- Umfang der digitalen Kommunikation
 - Teilnehmenden-Management (Einladung zu Events, Registrierung bei Events (virtuell auf der Plattform und on-site beim Event) inkl. Akkreditierung)
 - Lead-Management (Gesprächs- und Kontakttool bei Messen/Events zur Präsentation von Content und Dokumentation der Kontakte)
 - Veranstaltungsplattform (zur digitalen Umsetzung oder zusätzlichen Ergänzung von Messen, Kongressen, Meetings, Get-Together usw.)
 - ContentHub (digitale, eventbezogene Mediathek)
 - Gamification (spielerische, emotionalisierende Elemente)
 - Eventshop (Anfragetool für die Ausstattung von Events mit Hardware: Möbel, Rückwände, Technik usw.) mit Anbindung unserer Eventlogistiker
 - DB-Event-Dashboard (in Entwicklung, s. Aufgaben)
- Funktionalitäten der digitalen Kommunikation/Plattform

Wir haben alle funktionalen und technischen Anforderungen in einer Excel-Liste zusammengefasst. Bitte kreuzen Sie hier an, welche Leistungen bei Ihnen standardisiert vorhanden sind, ob sie ggf. programmierbar hinzufügbare oder nicht vorhanden sind. Reichen Sie diese Unterlage im Rahmen des Angebotes ein.
- Konzeption für digitale und/oder hybride Events

Von unserem/r künftigen Rahmenvertragspartner:in erwarten wir aktive Unterstützung in der Erstellung von Durchführungskonzeptionen, aber auch Unterstützung und Beratung unserer Kreativ-Agenturen.

Leistungsanforderung digitale Kommunikation und Tools

Detail



- Abgrenzung zu anderen Units bei der Deutschen Bahn

- Social Media
- Bewegtbild
- Websites
- CRM
- Gewerke der Live-Kommunikation: Technik, Messebau, Live-Kommunikationsagenturen

Für diese Units und Gewerke gibt es eigene Rahmenvertragspartner:innen. Leistungen, die diese betreffen, sind je nach Briefing mitzudenken, in der Umsetzung jedoch mit dem/r Auftraggeber:in vor Angebotsabgabe abzustimmen. Grundsätzlich gilt, dass der/die künftige Rahmenvertragspartner:in nur im Rahmen von Live-Kommunikationsmaßnahmen tätig sein wird. Die zu erstellenden digitalen Maßnahmen haben daher einen zeitlich eng begrenzten Einsatz.

- Für jede Veranstaltung soll eine ‚eigenständige‘ Website erstellt werden, die ggf. Inhalte aus vorherigen Veranstaltungen verwendet. Es müssen mehrere Veranstaltungen gleichzeitig durchgeführt werden können. Das Tool soll dabei modular aufgebaut sein, wobei die Module einzeln oder auch kombiniert eingesetzt werden können (gemeinsame Datenbank).
- Detaillierte Anforderungen sind im Teilnahmeantrag sowie in der Anforderungs-Checkliste (s. vorherige Seite) aufgeführt und werden dort abgefragt.
- Wir beabsichtigen nicht, ein Tool käuflich zu erwerben. Wir können uns für den Einsatz bei der DB und allen Tochtergesellschaften Einzel- und Paketpreise (ggf. mit Staffelungen) vorstellen; ggf. anfallende Lizenzen (jährlich oder Event-/User-bezogen wären in die Einzel- und Paketpreise einzurechnen (s. Muster-Preisblatt).
- Wir beabsichtigen max. 1 Rahmenvertragsunternehmen an uns zu binden.

Informationssicherheit und Datenschutz



Die Deutsche Bahn ist Teil der kritischen Infrastruktur in Deutschland. Nicht zuletzt aus diesem Grund sind uns Informationssicherheit und Datenschutz besonders wichtig. Die wichtigsten Kriterien dazu werden im Teilnahmeantrag abgefragt und bewertet. Nach der Vergabeentscheidung werden mit dem ausgewählten Unternehmen Details hinsichtlich folgender Punkte besprochen und vereinbart:

- Abschluss AVV
- Abschluss EVB IS mit allen Anhängen sowie Service Level Agreement
- Schutzbedarf
- Barrierefreiheit
- Erhöhte Versicherung zur Abdeckung von etwaigen Schäden aus Verletzungen des Datenschutzes sowie Sicherheitsmängeln und -vorfällen.
- Anbindung WEB SSO
- Durchlauf Genehmigungsgremien (z.B. Betriebsrat, Konzerndatenschutz usw.)
- Einsatz KI

Entsprechende Kapazitäten beim Dienstleister werden vorausgesetzt und nicht gesondert vergütet.

Zusammenfassung der zu erstellende Unterlagen



Nachfolgende Unterlagen erwarten wir im Rahmen

– des **Teilnahmeverfahren**

- Handelsregistrauszug
- Erklärung über die wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit (Gesamtumsatz, Eigen- und Fremdkapital, Gewinn und Verlust, Bankauskunft/Wirtschaftsauskunft)
- Bietereigenerklärung (Anlage T2)
- Anerkennung Vertragsbedingungen (Anlage T4)
- Erklärung zum Abschluss eines AVV (Datenschutzaufgaben nach DSGVO)
- Zusicherung festes Betreuungsteam
- Zusicherung der Kommunikation in deutscher Sprache
- Erklärung zum Patch- und Schwachstellenmanagement
- Zusicherung der Einsetzbarkeit innerhalb max. 1 Monat
- Erklärung 24/7, Service-Level
- Erklärung Hotline-Support
- Erklärung Support, Anpassungen, Weiterentwicklung
- Unternehmenspräsentation
- Kundenliste und Darstellung der Berufserfahrung und Erfahrung mit starken/großen Marken sowie in der Live-Kommunikation
- 2 Leistungsbeispiele, Best-Practise-Beispiele
- Benennung und Qualifikation des Kernteams
- Einhaltung Vorgaben CD/CI
- Darstellung der Innovationsfähigkeit
- Präsentation Ihrer Tools und Plattform mit kurzer Erläuterung der geforderten Module

Wir erwarten, dass auf alle im Teilnahmeantrag gestellten Anforderungen explizit und deutlich (mit Bezug auf die jeweilige Ziffer) eingegangen und geantwortet wird. Dies kann entweder in separaten oder einer zusammenfassenden Unterlage erfolgen.

Zusammenfassung, zu erstellende Unterlagen



Nachfolgende Unterlagen erwarten wir im Rahmen

- des **Angebotes**
 - Ausgefüllte Anforderungs-Checkliste
 - 3 Präsentationen zu den in der Datei Aufgabe gestellten Briefings mit Angabe des Timings und Preises je Fall
 - Preisliste