



# Vergabeverfahren digitale Kommunikation und Plattform in der Live-Kommunikation Aufgaben

---

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

# Aufgabenüberblick



Unter Beachtung der Leistungsbeschreibung bitten wir um Erstellung einer **Grobkonzeption** für folgende Aufgaben:

1. Digitale Kommunikation im Rahmen einer B2B-Leitmesse (Begleitkommunikation (intern und extern), Verlängerung des Auftritts, Dokumentation der Kontakte, usw.)
2. Digitale Kommunikation inkl. Gäste-Aktivierung für eine B2C-Veranstaltung (öffentliche Kunden-Veranstaltung mit begleitender Ausstellung). Hier liegt der Schwerpunkt auf der Aktivierung der Besuchenden damit diese unseren Stand besuchen.
3. Konzeption eines Event-Dashboards mit KPIs, das alle Veranstaltungen der DB, die zentral oder dezentral verantwortet werden, darstellt und diese bewertet und untereinander vergleicht. Hier sollten neben der Auflistung möglicher KPIs auch innovative Ansätze für die Messung von Emotionen aufgenommen und erläutert werden.

## Unsere Erwartungen

- Ideenskizze anhand von Beispielen und Leistungsbestandteilen
- Darstellung Herangehensweise
- Bitte mit Annahmen arbeiten, wenn keine Aussagen im Briefing der nachfolgenden Seiten enthalten sind
- Kurze Darstellung der vorgeschlagenen Tools, Module, Bausteine
- Timing: Zeitstrahl für die Umsetzung und Aufgaben (wer hat was bis wann zu liefern)
- Detailliertes Preisschild für die Umsetzung der angebotenen Leistungen (mit Bezug auf die abzugebende Preisliste)
- Umfang: max. 10 Textseiten, keine Begrenzung bei Screenshots zur Erläuterung pro Aufgabe

# Briefing Aufgabe 1: Digitale Kommunikation im Rahmen einer B2B-Leitmesse



## Zielsetzung

- Ergänzung und Verlängerung des onsite-Auftritts der DB
- Komfortable Customer Journey für die Gäste
- Unterstützung des Vertriebs, der Standcrew, der Standleitung vor Ort

## Zielgruppe

- B2B: externes Fachpublikum, Journalist:innen, Lieferant:innen, Kund:innen, Jobsuchende
- B2G: Meinungsbildende, Politiker:innen, Fachverbände
- Intern: Standcrew (50 P), Vertriebscrew (= interne Mitarbeitende, die Termine auf der Messe wahrnehmen, 200 P), Management und Vorstand (20 P)

## Zeitpunkt / Ort

- InnoTrans 2026, Berlin, 22.–25.09.2026

## Rahmenbedingungen

- Die InnoTrans ist die führende Leitmesse der Schienenverkehrsindustrie und eine Fachbesuchermesse.
- Aus dem Konzern der DB nehmen rund 20 Geschäftsfelder teil, teils mit eigenem Stand, teils am Konzernstand. Die Platzverhältnisse am Konzernstand sind beengt.
- Auf dem Konzernstand finden täglich mehrere Talkrunden statt.
- Die Anzahl der Gäste unterscheidet sich an den Tagen (erster und letzter Tag eher weniger, starker Besuch Mittwoch und Donnerstag).



# Briefing Aufgabe 1: Digitale Kommunikation im Rahmen einer B2B-Leitmesse



## Noch Rahmenbedingungen

- Technische Ausstattung und Locationanforderungen bitte in Stichpunkten (Briefing für das Gewerk Technik (s. Leistungsbeschreibung) und Location) darstellen (in der Kostendarstellung nicht zu berücksichtigen)

## Was wir uns wünschen

- Teilnehmendenmanagement für die Gäste (s. Zielgruppe), die nur teilweise namentlich bekannt sind
- Leadmanagement für die Standcrew und Vertriebscrew
- Dokumentenmanagement (ContentHub) onsite auf den Bildschirmen der diversen Stände, aber auch digital (Präsentation durch Stand-/Vertriebscrew) in Verbindung mit dem Leadmanagement
- Bekanntmachung unseres Auftritts und der dort präsentierten Themen / Neuheiten / Talks
- Konzeptionsansätze zur Erreichung der Zielsetzung
- Darstellung der Customer Journey
- Vorschläge für Erfolgskontrolle und Beispiele für mögliche Auswertungen und Statistiken Erfolgskontrolle: wie viele Leads mit welcher Qualität wurden generiert, wie viele Besucher hatten wir, wie viele Termine wurden vereinbart usw.
- Beispiele für die grafische und technische Umsetzung und Darstellung der einzusetzenden Tools/Module/Bausteine
- Kostenkalkulation

# Briefing Aufgabe 2: Digitale Kommunikation inkl. Gäste-Aktivierung für eine B2C-Veranstaltung



## **Zielsetzung**

- Vernetzung und Stärkung der Community
- Informationsvermittlung zu aktuellen und/oder noch nicht bekannten Themen

## **Zielgruppe**

- Fachbesucher aus dem Marktsegment Öffentlicher Nahverkehr -> teilweise namentlich bekannt
- Endverbraucher (Nutzende des ÖPNV)

## **Zeitpunkt / Ort**

- IAA 2027, München, September 2027

## **Rahmenbedingungen**

- Ausstellungsstand im öffentlichen Raum (Königsplatz München)
- Im Rahmen der Messe IAA, aber außerhalb des Messegeländes und auch außerhalb der Fachbesucher-Zielgruppe der Messe IAA
- Dauer des Events 6 Tage
- Durchführung von Talkrunden, Vorträgen usw. auf einer speziellen Bühne (Zugangskontrolle erforderlich)
- Durchführung von Besichtigungsrunden eines neuen Modells der S-Bahn (Zugangskontrolle erforderlich)

## Briefing Aufgabe 2: Digitale Kommunikation inkl. Gäste-Aktivierung für eine B2C-Veranstaltung



### Was wir uns wünschen

- Teilnehmendenmanagement für die Gäste (s. Zielgruppe), die nur teilweise namentlich bekannt sind
- Kommunikationskonzept zur Bewerbung und Bekanntmachung unseres Auftritts und der dort präsentierten Themen / Neuheiten / Talks
- Gamification, spielerische und unterhaltende Elemente, die auf die Zielsetzung einzahlen und auf den Ausstellungsstand locken
- Leadmanagement für die Standcrew und Vertriebscrew
- Dokumentenmanagement (ContentHub) onsite auf den Bildschirmen der diversen Ausstellungsbereiche, aber auch digital (Präsentation durch Stand-/Vertriebscrew) in Verbindung mit dem Leadmanagement
- Konzeptionsansätze zur Erreichung der Zielsetzung
- Darstellung der Customer Journey
- Vorschläge für Erfolgskontrolle und Beispiele für mögliche Auswertungen und Statistiken Erfolgskontrolle: wie viele Leads mit welcher Qualität wurden generiert, wie viele Besucher hatten wir, wie viele Termine wurden vereinbart usw.
- Wenn gleiche Elemente und Bausteine wie bei der Leitmesse eingesetzt werden, kann hier mit Verweisen gearbeitet werden (bitte Screenshots und/oder Erläuterungen nicht doppeln)
- Kostenkalkulation

## Briefing Aufgabe 3: Konzeption eines Event-Dashboards mit K P Is



### **Zielsetzung:**

- Entwicklung eines einheitlichen, aber auf alle Arten von Events anwendbaren KPI-Systems
- Darstellung der KPIs und deren Zielerreichung auf einer Plattform, die rasch den Zielerreichungsgrad erkennen lässt (Einfachheit)

### **Zielgruppe**

- Veranstalter des jeweiligen Events (DB)
- Management

### **Zeitpunkt**

- Entwicklungszeit ca. 4 Monate inkl. Tests, Einsatz 1. Quartal 2027 geplant

## Briefing Aufgabe 3: Konzeption eines Event-Dashboards mit K P Is



### **Rahmenbedingungen**

- Beibehaltung der bisher in der Live-Kommunikations-Scorecard genutzten 4 Perspektiven (Kunden, Mitarbeitende, Prozesse, Finanzen (Budget))

### **Was wir uns wünschen**

- Darstellung der KPIs je Perspektive mit Begründung
- Erläuterung der Herkunft / Ermittlung der Werte
- Konzeptionsansätze zum Zielerreichungsgrad (wann gut, mittel schlecht und warum)
- Wie nutzt das Dashboard vorhandene Daten aus der Umsetzung der Maßnahme (z.B. TN-Management)?  
Achtung: die Umsetzungsprojekte sollen 3 Monate nach Event gelöscht werden. Wie können statistische Daten und Auswertungen in das Dashboard ohne Nutzung von Personenbezogenen Daten integriert werden? Hier gerne auf die in Aufgabe 1 und 2 gemachten Angaben zur Auswertung verweisen/eingehen.
- Innovative Vorschläge zur Messung von Emotionen
- Kostenkalkulation