

Ausschreibung einer Cross Media Kommunikationsagentur für die Regensburg Tourismus GmbH

Kommunikationsstrategie – Kreative Leitidee – Crossmediale Markenführung

Kurzbeschreibung

Die Regensburg Tourismus GmbH (RTG) beabsichtigt im Jahr 2027 eine integrierte Kommunikations- und Markenstrategie umzusetzen, um die Bekanntheit und Attraktivität der Stadt Regensburg als vielseitige, kulturell lebendige und weltoffene Destination nachhaltig zu stärken. Die Kampagne soll als Dachstrategie dienen, die touristische Highlights, kulturelle Events, den MICE-Bereich sowie lokale Identität unter einem gemeinsamen kreativen Leitgedanken vereint.

Unter dem Claim „Regensburg. Rauschen. Reichweite.“ knüpft die neue Initiative an die bestehende Markenkommunikation an, führt sie aber konsequent weiter – durch emotionales Storytelling, kreative Markenarbeit und datengetriebene Kampagnenmechanismen.

Ziel ist die Entwicklung einer ganzheitlichen Kommunikationsarchitektur, die Marke, Erlebnis und Performance vereint.

Langbeschreibung – Auftraggeberin und Hintergrund

Die Regensburg Tourismus GmbH (RTG) ist ein 100%iges Tochterunternehmen der Stadt Regensburg und fungiert als offizielle Tourismusorganisation der Stadt. Ihre Hauptaufgabe besteht in der nachhaltigen Förderung und Weiterentwicklung der Tourismuswirtschaft durch zielgerichtetes Destinationsmarketing und internationalen Vertrieb.

Die RTG betreibt darüber hinaus die Tourist Information Regensburg, das marinaforum Regensburg, die historischen Veranstaltungssäle (Thon-Dittmer-Palais, Salzstadel) und koordiniert die Umsetzung des städtischen Tourismuskonzepts.

Mit den Primärmärkten Deutschland, Österreich, Niederlande und USA sowie Sekundärmärkten Tschechien und Italien richtet sich die Kommunikation sowohl an Endkund:innen als auch an Multiplikator:innen wie Reiseveranstalter, Medien und Fachverbände.

Ziel der Ausschreibung

Gesucht wird eine Cross Media Kommunikationsagentur, die strategische, kreative und mediale Kompetenzen vereint. Sie soll Regensburg als Marke weiterentwickeln, crossmediale Kampagnen konzipieren und deren Umsetzung begleiten – mit einem Fokus auf integrierter Markenführung und kanalübergreifender Kommunikation.

Leistungsumfang

1. Kreativ-Konzeption & Markenführung

- Entwicklung einer Gesamtkommunikationsstrategie und kreativen Leitidee.
- Entwicklung eines neuen und/oder Weiterentwicklung eines bestehenden Claims und Übertragung auf neue Themenwelten.
- Entwicklung visueller und sprachlicher Kampagnenkonzepte (Key Visuals, Claims, Copy).
- Erstellung eines wiederverwendbaren Kampagnenbaukastens für verschiedene Zielgruppen.

2. Content & Storytelling

- Entwicklung von Content-Leitlinien, Storyboards und redaktionellen Themenplänen.
- Produktion von Kommunikationsmitteln (on-/offline).

3. Strategische Beratung & Markenentwicklung

- Markenworkshops und strategische Jahresplanung in enger Abstimmung mit dem RTG-Team.
- Entwicklung von Kommunikationszielen, Jahresmottos und Redaktionslinien.
- Impulsworkshops zu Trends, KI, Media-Innovationen und Content-Marketing.

4. Reporting

- Regelmäßige Reportings (monatlich/halbjährlich) mit quantitativer und qualitativer Auswertung.

5. Optionale Zusatzleistung:

- optional Text-, Bewegtbild- und Social-Media-Content-Erstellung mit Markenkohärenz.
- Planung und Realisierung von Kampagnen über digitale und analoge Kanäle: Social Media, Display, Out of Home, Print, PR und Event-Kommunikation.
- Abstimmung und Steuerung von Media-Strategien (Online, SEA, Programmatic, Native, Social).
- Content-adaptiertes Targeting und Performance-Optimierung.
- Die Agentur kann zur Erfüllung Ihrer Aufgaben Drittanbieter (Fremdleistungen) beauftragen.

- Alle Drittanbieter der Agentur müssen von der Agentur zudem, ebenfalls nach EmpCo-Richtlinie auf Nachhaltigkeit geprüft und nach nachhaltigen Kriterien ausgewählt werden (Zertifizierungen). Die Agentur kann hierzu eine Dokumentation auf Verlangen vorweisen (Lieferkette).
- Kontakte zu Influencer-Agenturen
- Kenntnisse, Erfahrungen und Empfehlungen zu kampagnenspezifisch geeigneten Influencern

Zielgruppen

Die Kampagne richtet sich an:

- Städtereisende (national/international)
- Kultur- und Eventinteressierte
- Tages- und Kurzurlauber:innen
- Geschäftsreisende und Kongressgäste
- Multiplikator:innen wie Medien und Reiseveranstalter

Erwartetes Profil der Agentur

Gesucht wird eine erfahrene Kommunikationsagentur mit ausgewiesener Expertise in:

- Cross Media Markenführung und Kampagnenentwicklung
- Kreativem Storytelling, Claim- und Konzeptentwicklung
- Strategischer Markenberatung im Tourismus- oder Stadtmarketing-Kontext
- Entwicklung kanalübergreifender Media- und Content-Strategien
- Interdisziplinärem Arbeiten zwischen Kreation, Strategie und Media
- Erläuterungen zu den Nachhaltigkeitskriterien der Agentur und der nachhaltigen Umsetzung der Leistungsbestandteile lt. EmpCo-Richtlinie der EU (Zertifizierungen).
- Kurzfristige Umsetzungen auch innerhalb vorgeschriebener Deadlines werden vorausgesetzt (innerhalb von 24h an Werktagen).

Bewertungs- und Zuschlagskriterien

Kriterium	Gewichtung	Beschreibung
Kreativkonzept & Leitidee	30 %	Qualität, Originalität und Markenfit der Kampagnenidee
Strategische Kommunikationskompetenz	30 %	Fähigkeit, Storytelling und Mediaeffizienz zu verbinden

Referenzen & Erfahrung im Tourismus-/Stadtmarketing	15 %	Nachweislich erfolgreiche Marken- oder Kampagnenprojekte
Media- und Datenkompetenz	10 %	Expertise in datengetriebenem Targeting und Kampagnenoptimierung
Kosten & Transparenz	10 %	Kalkulationsklarheit, Budgetstruktur und Effizienz
Projektorganisation & Teamstruktur	5 %	Zusammenspiel von Beratung, Kreation und operativer Umsetzung

Budgetrahmen

Das jährliche Budget beträgt voraussichtlich 60.000 – 90.000 € netto und umfasst:

- Kreativ- & Konzeptleistungen (ca. 45 %)
- Mediaumsetzung & Performance (ca. 45 %)
- Beratung & Evaluation (ca. 10 %)

Eine Agenturprovision von maximal 15 % der Medialeistung ist vorgesehen.

Projektlaufzeit

Der Rahmenvertrag beginnt am 01.01.2027 und läuft zunächst fest bis zum 31.12.2028 mit einer maximal 2-maligen Verlängerung um jeweils ein Jahr bis maximal 31.12.2030.

Er verlängert sich automatisch um die Verlängerungsoption (ein weiteres Jahr), sofern der Verlängerung des Vertrages weder durch die Auftraggeberin noch durch den Auftragnehmer bis spätestens sechs Monate vor Ablauf des 30.06.2028 mit eingeschriebenem Brief widersprochen wird. Für die Fristwahrung ist der Zugang der vorgenannten Mitteilung entscheidend.

Formalien und Zeitplan

Einreichungsfrist: 01. September 2026, 18:00 Uhr

Pitchtermin: 09. September 2026

Einreichung erfolgt ausschließlich über die Vergabeplattform.

Abgabeform: Digital (PDF, max. 25 Seiten)

Die RTG wird die eingegangenen Angebote zunächst auf Vollständigkeit prüfen. Zur Prüfung der Angebote und somit zur Ermittlung des Bestbieters wird die RTG alle zur Verfügung gestellten Unterlagen heranziehen, ggf. Dokumente nachfordern.

Die Ausschreibung wird im Anschluss dem Aufsichtsrat der RTG präsentiert und das Ergebnis vom Aufsichtsrat genehmigt.

Die Regensburg Tourismus GmbH behält sich vor, die Ausschreibung zu ändern, zu verschieben oder aufzuheben.

Ein Anspruch auf Kostenerstattung für die Teilnahme am Verfahren besteht nicht.

Einzureichende Unterlagen

- Konzeptvorschläge für eine touristische Wort-Bild-Marke für Regensburg
- Kampagnenideen für saisonale Peaks (Sommer und Advent in Regensburg)
- Sujets für die Bewerbung wiederkehrender Events (z.B. Dult, Nachhaltigkeitswoche, Schlossfestspiele, Jazzweekend, Kulturkick)
- Agenturprofil (max. 2 Seiten)
- Konzeptvorschlag inkl. kreativer Leitidee & grober Mediaplanung
- Team- und Projektstruktur
- Referenzen (3–5 Projekte aus Tourismus, Stadt- oder Destinationsmarketing)
- Preis- und Leistungsübersicht (netto zzgl. USt.)
- Zeit- und Umsetzungsplan
- Bestätigung der Rahmenvertragsbedingungen

Rechtliche Rahmenbedingungen

- Die Auftragsvergabe erfolgt gemäß den geltenden Richtlinien der RTG.
- Vertragsgrundlage sind diese Leistungsbeschreibung und das eingereichte Angebot.
- Nach Abnahme gehen sämtliche Nutzungsrechte zeitlich unbeschränkt auf die RTG über.
- Ein Anspruch auf Kostenerstattung für die Teilnahme am Verfahren besteht nicht.

Markencharakter & Tonalität

Regensburg steht für Historie und Moderne im Gleichklang – eine Stadt voller Energie, Kultur und Authentizität. Die Kommunikationsstrategie soll mutig, sympathisch und emotional sein, gleichzeitig präzise, datenbasiert und effizient. Die Agentur wird eingeladen, diese Haltung kreativ weiterzudenken – in Form eigenständiger Ideen, die Regensburg als dynamische, lebensbejahende Stadtmarke digital wie analog erlebbar machen.