



Ausschreibung Live-Kommunikation Los 1 Konzeptions-Leistungen

Die Leistungsbeschreibung

Deutsche Bahn AG | VKM 2 | Juni 2026

Live-Kommunikation im Konzern Deutsche Bahn AG



Die Deutsche Bahn AG

Die **Deutsche Bahn AG** samt ihrer Tochtergesellschaften (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, Mitarbeitende-Veranstaltung etc.) und für diverse **Zielgruppen** (intern, extern) sowie mit unterschiedlichen Budgets.

Die Live-Kommunikation ist Teil des Bereichs **Markenführung / -inszenierung (VKM 2)** und damit in der Konzernleitung der Deutsche Bahn AG angesiedelt. Die Live-Kommunikation steuert die **Rahmenverträge** mehrerer unterschiedlicher Gewerke (u.a. Technik, Messebau, Hostessen, Digitale Plattformen etc.) im Bereich der Live-Kommunikation und arbeitet eng verzahnt innerhalb der Konzernleitung und mit den Tochtergesellschaften 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. Die Beauftragung der Leistung erfolgt durch die jeweiligen Tochtergesellschaften bzw. Fachbereiche.

Sämtliche Projekt der Live-Kommunikation haben unterschiedliche **Rahmenbedingungen** (Projekt-Ziele, -Inhalte/Themen, -Aufgaben, -Vorgaben, -Anforderungen sowie Projekt-Budgets) und **Hintergründe** (Historie, Bedeutung, Wertigkeit), die wesentlich über die Gestaltungsmöglichkeiten, die Größe des Projekt-Teams, die anstehenden Aufgaben und den Zeithorizont bestimmen. Diesen Planungs-Rahmen gilt es im Briefing klar zu definieren und aufzusetzen sowie die Schnittstellen zu formulieren und im Projektverlauf gegebenenfalls anzupassen.

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

Live-Kommunikation im Konzern Deutsche Bahn AG



Grundsätzliches – unser Anspruch

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, innovative 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.

Im Zuge der europaweiten Ausschreibung bilden wir 2 Lose:

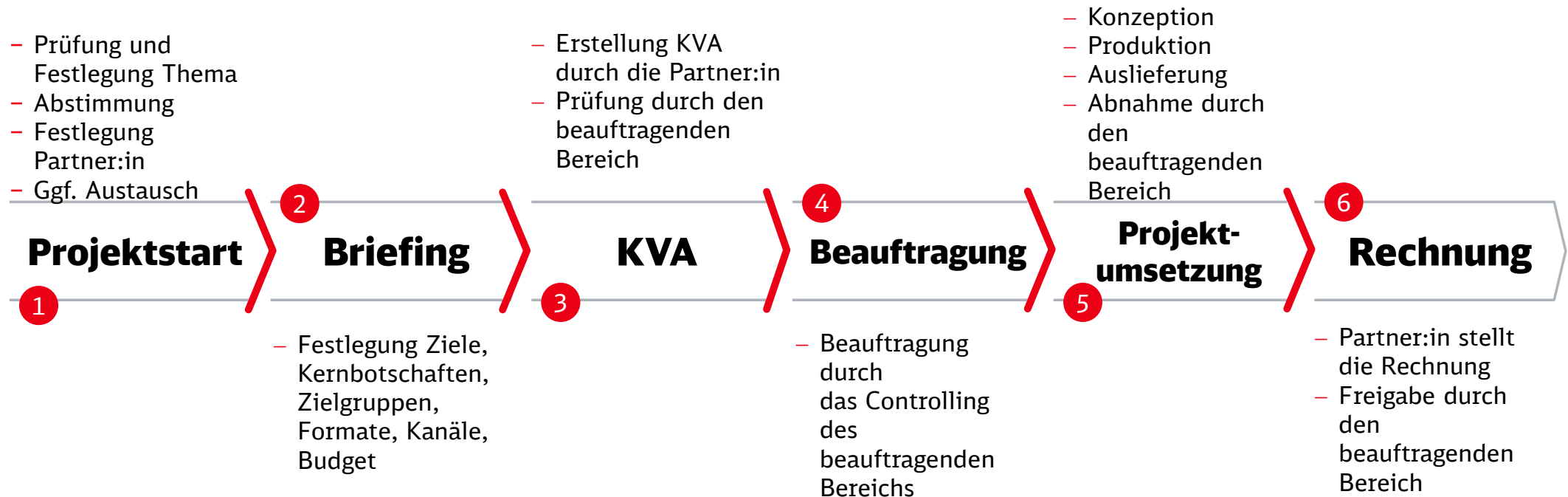
Los 1: Konzeptions-Leistungen von Live-Kommunikations-Maßnahmen

Los 2: Realisierungs-Leistungen von Live-Kommunikations-Maßnahmen

Live-Kommunikation im Konzern Deutsche Bahn AG



Der Projekt-Prozess



Besonderheit Deutsche Bahn.



„An jedem Heute“ machen wir die Bahn besser

Seit dem Antritt von Evelyn Palla als DB-Chefin steht der Neustart bei der Deutschen Bahn im Mittelpunkt – auch in der Kommunikation, nach innen und außen. Mit Themen wie Konzernumbau, Entbürokratisierung oder den drei Sofortprogrammen der BMV-Agenda für zufriedene Kunden auf der Schiene machen wir deutlich: Wir verändern uns grundlegend und werden Stück für Stück besser.

Eine Bahn, auf die Deutschland wieder stolz sein kann. Bis die DB dieses große Ziel erreicht hat, wird es noch dauern. Das hat die neue DB-Chefin wiederholt klar gemacht. Auf dem Weg zu diesem Ziel kann die DB jeden Tag kleine oder größere Schritte machen. Jeden Tag sollen die Menschen in Deutschland spüren, dass es bei der DB vorangeht. Dass sich etwas tut. Dass sich Arbeit auszahlt. An jedem einzelnen Tag.

„An jedem Heute“ – so lautet der Satz, der die DB jeden Tag leiten soll. Denn das ist es, was zählt: das Hier und Jetzt. Vor Ort Verantwortung übernehmen und Eigeninitiative zeigen, um die Bahn besser zu machen. Jetzt – und an jedem Tag aufs Neue.

Die DB-Mitarbeitenden sind das Herz der Bahn, sie wissen am besten, was es braucht, um die Bahn besser zu machen. Direkt und vor Ort.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Leistungsanforderung im Detail im Projekt



Wir erwarten:

- In einem konkreten Projekt erwarten von Ihnen die **Ausarbeitung der gestellten Aufgaben inkl. kreativer Ideen / Konzeptions-Ansätze** – samt **Herleitung** und **Aufzeigen der Verbindungen** zu den bestehenden Unternehmens- und Projekt-Rahmenbedingungen und -Zielen. Basis hierfür und vorausgehend ist ein **standardisiertes, aussagekräftiges Briefing** gemäß beigefügter Vorlage von uns oder unseren Unternehmensbereichen / Geschäftsfeldern.
- Dazu gehört das Aufzeigen **konkreter, projektbezogener Ideen- und Umsetzungsvorschläge** für die unterschiedlichen **Gewerke und Dienstleister:innen** wie
 - Location
 - Architektur, Aufmaß, Pläne (unter Berücksichtigung von Planungs-Verfahren, Sicherung der Vorgaben bzgl. Rettungs- und Fluchtwege, Lasten, Brandschutz etc.)
 - Bühnenbau, Setting, Set-up, Mobiliar, Dekoration
 - Technik (inkl. Video, Licht, Ton)
 - Medien (Film, Einspieler, Jingles, Opening, Closing etc.)
 - Catering (Gäste, Crew, Mitarbeitende)
 - Aktivierungs- und Interaktions-Maßnahmen für Gäste
 - Break-outs, Workshops, Commitment-Act etc.
 - Print/Graphik
 - Teilnehmendenmanagement (Einladung, Website, Texte, Dresscode, Rücklauf, Sitzpläne, etc.)
 - Material, Goodies (eventuelle Give-aways/ Geschenke/ etc.)
 - Moderation, Referent:innen, Key-Note-Speaker, Redner:innen
 - Regie, Dramaturgie, Inszenierung, Künstler:innen
 - Digitale Plattformen, Streaming, Tools, Webcast

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Leistungsanforderung im Detail im Projekt

Die Erarbeitung kreativer Ideen / Konzeptions-Ansätze erfolgt:

- Nach **Briefing** von Seiten DB
- **Individuell und neu pro Projekt** – ziel- und passgenau zugeschnitten: Das Unternehmen garantiert der DB, dass die kreativen Ansätze und Ideen
 - **Nur für die DB** erarbeitet wurden
 - **Nicht weiter Verwendung** für andere Unternehmen finden
- Im **Rahmen der vorgegebenen Projekt-Ziele**, -Inhalte, -Aufgaben, -Themen, -Vorgaben, -Anforderungen (siehe Anlage Vorlage Briefing)
- Im **Rahmen der bestehenden Unternehmens-Strategie**, -Ziele, -Werte, -Themen, -Partnerschaften (z.B. Sponsoring etc.)
Unter Berücksichtigung der Zielgruppe, Personenanzahl, des Formats (on-site, digital, hybrid), der Umsetzungs-Form und des gegebenen Gesamt-Budgets. Die aktuelle politische Lage und damit die Lage der Deutschen Bahn AG ist Ihnen sicherlich bekannt. In diesem Umfeld ist unsere aktuelle „Neustart“-Kampagne angesiedelt und soll berücksichtigt werden. Die „Agenda für zufriedene Kunden auf der Schiene“ haben wir angehängt.
- Es hat eine **Prüfung der Vorschläge auf Machbarkeit und Durchführbarkeit** stattgefunden bezüglich:
 - Projektzeitraum
 - Projektbudget
 - Projekt-Inhalte und -Anforderungen
 - Technische / rechtliche / logistische Umsetzung
- **Rechtliche Übergabe der kreativen Ideen und Konzeptions-Ansätze** an die DB, Sicherung der Ideen für den Auftraggeber-vorbehaltlos und ohne weitere Kosten

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Leistungsanforderung im Detail im Projekt

Sowie:

- **Erläuterung der Auswahl der Gewerke**
- Vorschläge für **Motti / Graphik-Ideen** der Gesamt-Gestaltung des Projektes
- **Untermauern der kreativen Ideen und Ansätze, Aufzeigen der Atmosphäre** mit **Mood Boards, Scribbles**, filmische Skizzen etc.
- **Mitdenken von angrenzenden und begleitenden Themen** und Maßnahmen:
 - Social Media / Website
 - PR
- **Integration bekannter DB-Kampagnen** oder Mitdenken von Themen die zu der Live-Kommunikations-Maßnahme passen könnten
- Aufzeigen einer **Kostenschätzung** / eines ersten Projekt-Budgets zur Überprüfung der finanziellen Machbarkeit
- Aufzeigen der **logistischen / fachlichen Machbarkeit** des Projektes (z.B. Genehmigungen, Verkehrssicherheit etc.)
- **Präsentation der Recherchen** und Ergebnisse live-vor-Ort oder digital via Teams etc.
- **Evtl. Begleitung des DB-Teams** während des Projektverlaufes, **Nach-Arbeit, Nachsteuerung** bei Veränderungen

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Die Erwartungen / Anforderungen



Wir erwarten von Ihnen:

- **Die Nutzung von DB-Vorlagen:**
 - Erstellung der Präsentation in der DB-PPT-Vorlage
 - Erstellung der Kostenschätzung in einer entsprechenden Excel-Tabelle
- **Benchmark:**
 - Wir wollen uns messen mit modernen, aktuellen, fortschrittlichen, zeitgemäßen **State-of-the-art-Live-Kommunikations-Maßnahmen**, die den Standards und Anforderungen eines großen internationalen Konzerns entsprechen, der den Hauptsitz in Deutschland hat und auch hier den großen Teil seiner Veranstaltungen durchführt.
- **Berücksichtigung:**
 - Berücksichtigung der Situation der Deutschen Bahn als Staatskonzern in Deutschland und im politischen Umfeld.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Die Erwartungen / Anforderungen



Die Nutzung von Rahmenvertragspartner:innen:

- Im Projekt, muss die Kosten-Schätzung / das Projekt-Budget in den Gewerken, in denen Rahmenverträge bestehen, **ausschließlich die Kosten der DB-Rahmenvertragspartner:innen zu Grunde legen**. Nur wo kein Rahmenvertrag besteht oder eine Location auf eigene Partner:innen besteht, darf ausgewichen werden. In diesen Schätzungen dürfen **keine Fees / Kick-Backs / Gegenleistungen** für die Agenturen eingerechnet sein. Abweichungen müssen begründet werden.

Das Handling von Fremdkosten:

- Eine **Handling-Fee** für Fremdkosten **wird ausgeschlossen**. Die angefallenen **Arbeitsstunden** für die Arbeit an den Fremdleistungen wird nach Absprache und genehmigtem Kostenvoranschlag **übernommen**.
- Die Unternehmen in Los 1 sind keine Generalunternehmer:innen. Sie dürfen bei den Rahmenvertragspartner:innen (Gewerken) Angebote anfordern, Änderungen innerhalb des Projektes kommunizieren, weitere Angebote abfordern. Der Abschluss des Vertrages fällt jedoch in die Zuständigkeit des Fachbereichs und/oder der Live-Kommunikation (Budgetführende Stelle).

Grundsätzlich gilt:

- Pitches und Ideen-Wettbewerbe zwischen den Rahmenvertragspartner:innen sind möglich (alle angefragten Partner:innen werden entschädigt).
- **Professionelle, fachliche Beratung** bei / in tiefergehenden Fragen und Belangen in kreativer Hinsicht sowie bezüglich der Durchführbarkeit und Machbarkeit sind nach Aufforderung und genehmigtem Kostenvoranschlag zu leisten und werden vergütet.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Grundsätzliches zur Vergabe



Die Vergabe erfolgt in 3 unterschiedlichen Positionen und Tagessätzen

Bitte bieten Sie **zwei Kurations-Tagessätze an: Senior und Junior**.

Bitte bieten Sie dazu einen **Tagessatz an der Ihre administrativen Tätigkeiten** wie Erstellung von Präsentationen, Recherche, Buchen von Künstlern und anderen Projekt-Team-Mitglieder etc. sowie der Projekt-Abrechnung gerecht wird.

Die Komplexität, Inszenierungs-Tiefe und Projekt-Dauer werden bei der Anzahl der Tage berücksichtigt.

Sollte ein abgeschlossener KVA mit seiner vorab geschätzten Anzahl von Tagessätzen für die zu leistende Arbeit nicht ausreichend sein, muss im Projektverlauf vorab pro-aktiv ein weiterer Kostenvoranschlag erstellt und genehmigt werden. Nach dem Projektabschluss und nicht vorab genehmigte Kostenvoranschläge werden nicht übernommen.