



Ausschreibung Live-Kommunikation Los 1 Konzeptions-Leistungen

Aufgaben im Rahmen der Ausschreibung

Deutsche Bahn AG | VKM 2 | Juni 2026

Inhaltsverzeichnis.



- 1. Die Aufgabe**
- 2. Was ist uns wichtig**
- 3. Die Erwartungen**
- 4. Die Einreichung**
- 5. Die Vergabe**

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Die Aufgabe



Aufgabe:

Bei der Bahn führen wir sehr viele ganz unterschiedliche Veranstaltungen durch – große, kleine, interne, externe, mit viel Budget, mit wenig Budget, mit großem öffentlichem Interesse oder eher weniger, in Locations, in Werken und an Bahnhöfen.

Nachfolgend erhalten Sie ein Briefing für eine Veranstaltung.

Wir möchten Sie bitten diese in Grundzügen konzeptionell auszuarbeiten.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Die Aufgabe – Briefing



Auftraggeber:	Die Veranstaltung wird von einem DB Geschäftsfeld beauftragt und in Zusammenarbeit mit dem Live-Kommunikations-Team der DB AG geplant, organisiert und durchgeführt.
Hintergrund:	interne Führungskräfteveranstaltung – obere bis mittlere Führungsebene
Datum:	üblicherweise Frühjahr eines Jahres - im Anschluss an die Konzernführungs-kräfteveranstaltung 1-2 Tage Aufbau (verschiedene Gewerke z.B. Messebau, Technik, Catering etc.), evtl. Aufzeichnungen für Einspieler 1 Tag Probe – Technik, Bühne, Redner 1 Tag Veranstaltung und Abbau
Dauer:	ca. 6 bis 8h – je nach Format
Format:	on-site, gerne mit digitalen Elementen
Umsetzung:	Tages-Veranstaltung mit Bühnen-Programm und Abendveranstaltung
Verortung:	bisher Berlin bzw. Frankfurt oder eine Großstadt in Deutschland – gute Erreichbarkeit mit dem ICE-Netz und dem öffentlichen Nahverkehr ist essentiell
Teilnehmerzahl:	ca. 700-750 pax: ~650 DB-Mitarbeiter:innen , 20 Gäste aus dem Konzern, 30 Präsentator:innen/Mitarbeitende, plus ca. 40-60 Personen Orga/Crew

Los 1 – Konzeptions-Leistungen



Die Aufgabe – Briefing

- **Bestandteile des Ablaufs:**

Eröffnungsrede des VV, Key-Note des Konzern VV, Präsentation des Vorstandes, mehrere Catering-Pausen, Workshops/Breakouts in Klein-Gruppen zu Themen des Fachbereiches, gestaltete Abschnitte zur Erarbeitung von Themen, künstlerisch gestaltete Zwischen-Sequenzen zur Verdeutlichung der aktuellen Themen, Abendveranstaltung, motivatorische Parts, Commitment Act, geführtes Netzwerken / kommunikative Aspekte etc.

- **Themenspektrum:**

Geschäftsfeldspezifische Themen, Konzern-Themen, Rückblick, Ausblick, Change-Themen, Transformation, Motivation, Einschwörung, Information, Kommunikation, Nähe herstellen, Zusammenrücken etc.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Die Aufgabe – Briefing



Anforderungen an das Projekt:

- schnelles, zügiges Format mit vielen Wechseln und Sequenzen, kurzen Beiträgen, moderne Präsentationsformen um jedem Thema, jeder Innovation, jedem Aspekt und jedem Bedürfnis gerecht zu werden
- Evtl. mehrere Bühnen-Settings
- moderiert – evtl. im Wechsel 2 Moderator:innen mit unterschiedlichen Schwerpunkten
- künstlerisch gestaltete Pausen, Übergänge, Einspieler
- charakteristisches Gestaltungs-Element auf der Bühne
- Interaktion innerhalb der Gästegruppen aber auch gruppenübergreifend, Nutzen von Tools / Plattformen aber auch haptisch, persönlich etc.
- Breakouts / Workshops zur Erarbeitung von Themen, speziell vertiefenden Aspekten

Wunsch von Seiten der DB:

- Der Gast soll abends davon zu Hause erzählen wollen und einen nachhaltigen Eindruck mitnehmen.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Was uns wichtig ist



Zentrale Bestandteile sind bei Events der Deutschen Bahn immer:

- **Im Mittelpunkt steht das Erleben und die Emotionen:** Die Menschen, Themen, Produkte und Service der DB sollen für die Gäste erlebbar und spürbar gemacht werden. Ein interaktives Erleben und authentisches, ehrliches Erfahren sind Haupt-Ziel. Innovationskraft und zukunftsgerichtete Arbeitsweisen sind die Basis – gerne nutzen wir digitale Tools und sämtliche technische Möglichkeiten. Wir mögen schnelle, zügige, abwechslungsreiche Formate mit vielen Wechseln und Sequenzen, kurzen Beiträgen, moderne Präsentations-Formen, um Themen und Innovationen gerecht zu werden.
- **Das Netzwerken:** Die Gäste sollen über alle Gruppen hinweg in Kontakt kommen: Kennenlernen, Networking, Dialog, persönlicher Kontakt, Kommunikation sind uns extrem wichtig – ob in großen inszenierten Formaten oder einfach in Breakouts oder Workshops. Wir wollen nahbar und persönlich sein und Menschen verbinden.
- **Das Gastgeber:in sein:** Das Gastgeber:in sein leben wir jeden Tag auf den Zügen und am Bahnhof – und so auch bei Veranstaltungen.
- **Die Schaffung von positiven Emotionen:** Das Schaffen von Emotionen und positiven Assoziationen für die Bahn, erlebbar machen der Bahn, der Persönlichkeiten der DB. Die Positionierung der Bahn als zuverlässige und sympathische Mobilitätspartnerin ist von großer Wichtigkeit für jede Veranstaltung im Konzern.
- **Das Gesamt-Erlebnis:** Wir planen Veranstaltungen aus einem Guss: vom Catering, über die künstlerisch gestalteten Pausen, die Übergänge, die Einspieler bis hin zu einem charakteristischen Gestaltungselement auf der Bühne – alles soll aufeinander abgestimmt sein. Wir wollen alle Sinne ansprechen, um dem Gast ein einmaliges Gesamt-Erlebnis zu ermöglichen. Die Gäste sollen abends begeistert davon berichten.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Die Erwartungen



Wir wünschen uns von Ihnen:

- **Bitte konzipieren Sie eine kreative Leit-Idee / einen Gedankenstrang zu dieser Live-Kommunikations-Maßnahme für ein on-site-Event:** Erläutern Sie Ansatz, Herleitung der Grund-Idee und des Formats, Verbindung mit Projekt- und Unternehmens-Zielen, -Strategie.
- **Bitte beschreiben Sie ausführlich Umsetzung und konkrete Bestandteile des Events:**
z.B. rudimentärer Ablauf, Inszenierung, Bühnen-Setting, einzelne Erlebnisse, Catering, Künstler-Auftritte, Methodik, Technik, Tools etc. Gehen Sie bitte auch darauf ein, wie Sie KI im Rahmen Ihrer Arbeiten einsetzen.
- **Bitte geben Sie uns an, welche Tonalität Sie spielen wollen:**
Bitte erläutern Sie uns genau, welchen Rahmen Sie für die Gäste schaffen möchten.
- **Bitte zeigen Sie einen ersten, rudimentären Ablauf** inkl. Ideen zu Formaten, deren Protagonisten:innen etc. auf. Des weiteren wünschen wir uns **erste Ideen** zur Nutzung von Medien, Plattformen, Setting, Ausstattung, Bühne – gerne mit Scribbles oder Mood Charts, Motti, graphischen Umsetzung, Locations, möglichen Moderatoren und Künstlern. Bitte zeigen Sie uns erste Ideen für ein wirksames Einladungsmanagement und die sinnvolle Verlängerung der Maßnahme – vorab, während und im Nachhinein.
- **Bitte vergessen Sie den bestehenden Rahmen nicht:**
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.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Die Erwartungen



Bitte beschreiben Sie für die Projekt-Aufgabe:

- Auftraggeber:** Wer könnte zukünftig der interne Auftraggeber der Veranstaltung sein?
- Ansatz:** Auf welche Reise nehmen Sie uns mit?
Bitte leiten Sie die kreative Grundidee / Ansatz her oder zeigen Gedankenstränge auf, erläutern Sie Entscheidungen zu Format der Veranstaltung, Umsetzung, Interaktion.
- Ziele:** Welche Ziele verfolgen Sie?
- Umsetzung:** Wie setzen Sie die definierten Ziele um? Welche Methodik nutzen Sie?
- Verortung:** Wo findet die Veranstaltung statt und warum?
- Protagonisten:** Wen setzen Sie ein? Und wie? Vorstand, Mitarbeiter, Künstler, Moderation etc.
- Kosten:** Bitte schätzen Sie grob das zu planende Budget anhand von Ihren Erfahrungswerten durch (Schätz-Kosten).
WICHTIG: Eine preisliche Abstimmung mit den verschiedenen Gewerken bzw. deren Rahmenvertragspartnern erfolgt im Rahmen der Ausschreibung nicht.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Die Einreichung



Bitte reichen Sie uns Folgendes im Rahmen der Ausschreibung ein:

- Aufgabe: eine Powerpoint-Präsentation mit max. 30 charts – gerne können Sie Moodcharts, Filme, Showreels, Screenshots in eine PPT einbauen oder auch Dokumente als Anlage anhängen.
- Anlagen sind möglich – bitte beschriften Sie diese klar und deutlich, so dass wir verstehen, welchem Zweck sie dienen.

Was erwarten wir jetzt von Ihnen:

- Kreativität im Denken und in der Umsetzung sind wichtig und ausdrücklich erwünscht.
- Die gesetzten Parameter der DB gilt es zu berücksichtigen.

Los 1 – Konzeptions-Leistungen

Grundsätzliches zur Vergabe



Die Vergabe erfolgt in 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