

1. Leistungsbeschreibung

1.1 Ausgangslage

Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Klimaschutz (MWAEK) führt die Ausbildungskampagne „Brandenburg will Dich! Hier hat Ausbildung Zukunft.“ unter dem Dach des Brandenburgischen Ausbildungskonsenses fort. Im Brandenburgischen Ausbildungskonsens sind neben dem Land Brandenburg die Brandenburgischen Industrie- und Handelskammern, die Brandenburgischen Handwerkskammern, die Regionaldirektion Berlin-Brandenburg der Bundesagentur für Arbeit, der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB Bezirk Berlin-Brandenburg), die Unternehmensverbände Berlin-Brandenburg (UVB) und der Landesverband der Freien Berufe Land Brandenburg e. V. vertreten.

Seit 2021 findet im Rahmen der Ausbildungskampagne jährlich die [„Brandenburg will Dich“-Bustour](#) statt. Ziel der Bustour ist es, gemeinsam mit den Partnern des Brandenburgischen Ausbildungskonsenses ein umfassendes Beratungs- und Informationsangebot bereitzustellen und niedrigschwellig bei Jugendlichen, deren Eltern und Großeltern im öffentlichen Raum für eine Ausbildung in Brandenburg zu werben. Neben Werbe- und Informationsmaterialien sowie Beratungsmöglichkeiten sorgen u.a. eine integrierte Fotobox in einem Oldtimer-Bulli sowie ein Glücksrad mit Fragen rund um die Ausbildung für eine ungezwungene Atmosphäre. In diesem Jahr soll die Bustour fortgeführt werden. Die Termine sind noch in der Abstimmung. Zeitlich ist die Tour für die Monate Juni bis Oktober 2026 vorgesehen. Die Planung und Durchführung der „Brandenburg will Dich“-Bustour 2026 soll wie in den Vorjahren durch eine professionelle Agentur umgesetzt werden.

1.2 Zielsetzung des Auftragsvorhabens

Mit der Ausbildungskampagne „Brandenburg will Dich! Hier hat Ausbildung Zukunft.“ soll die Attraktivität und Vielfalt der dualen Berufsausbildung sichtbar gemacht werden. Nach wie vor sind die Ausbildungsmöglichkeiten nicht hinreichend bekannt, es gibt eine ausgeprägte Studierneigung und das Berufswahlverhalten der Jugendlichen ist weiterhin durch Geschlechterstereotype geprägt. Auf dem brandenburgischen Ausbildungsmarkt besteht insgesamt ein Passungsproblem zwischen Ausbildungsplatzangebot und Ausbildungsplatznachfrage. Dem gilt es mit gezielten Maßnahmen entgegenzuwirken und dazu beizutragen, dass mehr betriebliche Ausbildungsverträge abgeschlossen werden. Zielgruppe der Kampagne sind ausbildungsinteressierte Jugendliche, deren Eltern und Großeltern. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Ansprache junger Frauen. Diese sind insgesamt in der dualen Berufsausbildung, besonders aber in den MINT-Berufen, unterrepräsentiert.

Zur Erreichung der genannten Ziele soll auch im Kalenderjahr 2026 die „Brandenburg will Dich“-Bustour durchgeführt werden, da mit dieser Aktion in den Vorjahren sehr gute Erfahrungen (insb. hinsichtlich der Erreichung der Zielgruppe) gemacht wurden.

1.3 Leistungsumfang

Die Konzeption der Bustour, die 2021 erstmalig durchgeführt wurde, liegt vor. Durch den/die Auftragnehmer/-in können Vorschläge zur Anpassung des Konzepts unterbreitet werden (innerhalb des vorgegebenen Kostenrahmens und unter Berücksichtigung der unten genannten erforderlichen Rahmenbedingungen), jedoch sind grundlegende Änderungen am Konzept nicht vorgesehen.

Die Bustour 2026 soll vollumfänglich durch den/die Auftragnehmer/-in organisiert und durchgeführt werden. Dafür sind folgende Rahmenbedingungen und Mindestanforderungen zu berücksichtigen:

1.3.1 Planung der Tourstopps und Begleitung der Bustour

Die Bustour 2026 soll mindestens vier und maximal fünf Tage umfassen. Angefahren werden Veranstaltungen, die von Dritten organisiert werden (Sport- und Freizeitevents). Bisher sind erste Überlegungen mit den Partnern erfolgt; Vorschläge liegen vor und es wurden auch schon Organisatoren von infrage kommenden Events angeschrieben. Eine konkrete Planung liegt derzeit jedoch noch nicht vor. Bei Auftragsvergabe wird der aktuelle Planungsstand übergeben. Nach Auftragsvergabe ist innerhalb von drei Wochen mit dem Auftraggeber und deren Partnern die Tour-Haltepunkte abzustimmen. Hinweis: Es kommen Veranstaltungen an jedem Wochentag in Betracht.

Geplant sind vier Haltepunkte und ein weiterer Haltepunkt soll als Option in das Angebot aufgenommen werden (siehe Option weiterer Tourstopp unten).

Die Standzeit vor Ort ist von ca. 10:00 bis 18:00 Uhr geplant. Zusätzlich sollte jeweils eine Stunde zum Auf- und Abbau eingeplant werden.

Leistungsumfang im Detail für die jeweiligen Stopps:

- Erstellung eines Standplans in Abstimmung mit dem Auftraggeber
- Einholen ggf. erforderlicher Stand-Genehmigungen (inkl. Stromanschluss) und das Zahlen anfallender Standmieten und Nebenkosten
- Seitens des Auftragnehmers/der Auftragnehmerin ist die gesamte Tour mit mindestens zwei Personen zu begleiten.
- Auswahl und Buchung einer Moderation/Animation in Absprache mit dem Auftraggeber, der/die die Bustour ebenfalls die gesamte Tour begleitet.
- Die fachlichen Beratungen vor Ort werden durch Vertreter/-innen von Partnerorganisationen durchgeführt, die einzelne Stationen der Tour begleiten.
- Es soll eine Kick-Off-Veranstaltung am Anfang der Tour und eine Auswertung am Ende der Tour mit den Partnervertretungen des Brandenburgischen Ausbildungskonsenses (beteiligten Akteuren) per Videokonferenz durchgeführt werden. Ein Protokoll ist jeweils anzufertigen.
- Die organisatorische Detailabstimmung/Information mit den Akteuren vor Ort erfolgt im schriftlichen Verfahren.

1.3.2 Anmietung Bulli

- Anmietung eines roten Oldtimer-Bullis mit integrierter Fotobox inklusive Fahrer/-in (analog der Vorjahre; Vermietung durch Fa. Old Bulli Berlin)
- CO₂-Kompensation der gefahrenen Kilometer
- Folierung des Fahrzeuges im Design der Kampagne, Designvorlage liegt vor

1.3.3 Beschaffung der Ausstattung, Aufbewahrung und Transport

- Beschaffung von Werbemitteln im Gesamtwert von max. 18.000,00 Euro brutto:
 - Für das Gewinnspiel sollen Werbemittel gebrandet und in Absprache mit dem Auftraggeber beschafft werden. Darin sollen enthalten sein:
 - 1.000 Doppler Trinkflasche (Modell: Doppler Original); Farbe: 500 Stück „Seahorse Lime“, 500 Stück „Outright Orange“; Werbeanbringungen: Vorder- und Rückseite je 60 x 35 mm, SW-Druck
 - 500 Sonnenbrillen mit Werbeanbringung, SW-Druck
 - 500 Notizbücher A 5 mit Werbeanbringung, SW-Druck
- Beschaffung von im Kampagnendesign gebrandeten T-Shirts für die Begleitpersonen der Bustour (ca. 60 Stück).
- Erstellung von vier A2 Plakaten
- Eine Woche vor der Tour sind folgende bestehende Materialien am Standort MWAEK, Brunnenallee 2, 14478 Potsdam abzuholen: vier Liegestühle, 10 Klappstühle, sechs Stehtische, zwei Bierzeltgarnituren, 6 Sonnenschirme mit 6 Schirmständern, 3 Pavillions, 6 Beachflags, zehn Plastikkisten mit Werbematerial sowie ein Glücksrad und ein Zukunftswürfel. Außerdem ist ein „Mini-Bulli“, mit den Maßen 1,59 m x 0,73 m x 0,92 m (LxBxH, verpackt in einer Kiste) zu transportieren.
- Während der gesamten Tour ist der Transport der o.g. Materialien zu gewährleisten und zwischen den Stopps aufzubewahren.
- Im Anschluss an den letzten Tourstopp sind alle transportierten Gegenstände und die Neuanschaffungen am Standort MWAEK, Brunnenallee 2, 14478 Potsdam anzuliefern.
- Zwei bis drei Mitarbeiter/-innen des MWAEK werden die Bustour begleiten und müssen ebenfalls zu den jeweiligen Orten mitgenommen werden.

1.3.4 Bewerbung der Bustour und Dokumentation

- Erstellung eines digitalen Flyers im Design der Kampagne mit den wichtigsten Informationen zur Bustour (insb. Tourdaten)
- Aktualisierung des Infoblattes (Print-Flyer) im Design der Kampagne mit weiterführenden Informationen rund um das Thema Ausbildung. Die Inhalte werden durch den Auftraggeber bereitgestellt. Das Infoblatt soll in einer Auflage von 250 Stück gedruckt werden.
- Erstellung eines digitalen Infoblattes (Inhalte entsprechend des Print-Flyers) zur Einbettung in die Webseite des Brandenburgischen Ausbildungskonsenses.

- Es ist geplant, dass im Nachgang der Bustour ein sogenannter „Elternpowertalk“ durchgeführt wird, der durch das „Netzwerk Zukunft. Schule und Wirtschaft für Brandenburg e.V.“ verantwortet wird. Auf der Bustour soll für den digitalen Elterninformationsabend geworben werden. Der Werbeflyer wird vom Netzwerk digital zur Verfügung gestellt. Dieser soll auf der Ausbildungskonsens-Webseite veröffentlicht werden und in einer Auflage von 1.000 Stück gedruckt für die Tour zur Verfügung stehen.
- Zielgruppenadäquate Bewerbung / Dokumentation der Bustour in den sozialen Medien (Instagram, Facebook); dazu zählt:
 - Erstellung von 1-2 Posts zur Ankündigung der Bustour; dazu gehört auch die Erstellung einer kurzen Animation der Route, die auch den Partnern zur Verfügung gestellt wird
 - Erstellung von 2 Posts je Tourstopp (Ankündigung vorab und am Tag selbst)
 - Erstellung von 2-3 Stories auf Instagram pro Tourstopp am jeweiligen Tag
 - Erstellung eines Recap-Posts
- Erstellung professioneller Fotografien (ggf. Buchung Fotograf/-in) während der gesamten Bustour
- Bereitstellung einer Fotoauswahl zu jedem Standort (möglichst zeitnah nach der Bustour) sowie Erstellung einer Fotocollage zur Veröffentlichung auf der Webseite des Brandenburgischen Ausbildungskonsenses (siehe z.B. [Foto-Doku-2025](#)).

1.3.5 Option weiterer Tourstopp

Die Ausschreibung soll darüber hinaus einen optionalen Haltepunkt vorsehen. Für diesen optionalen Tourstopp, der im Laufe der Auftragsausführung zusätzlich beauftragt werden soll, gelten ebenfalls die o.g. Anforderungen. Sobald die Voraussetzungen vorliegen, mit denen ein zusätzlicher Tourstopp beauftragt werden kann, wird der Auftraggeber den Auftragnehmer auffordern, ein Angebot für die entstehenden Kosten zu erstellen. Beachten Sie dazu bitte Punkt 4b dieser Leistungsbeschreibung. Der Auftraggeber behält sich das Recht vor, die Option eines weiteren Tourstopps bis zum 31. Juli 2026 zu beauftragen. Sobald es verbindliche Planungen gibt, wird der Auftraggeber den Auftragnehmer davon umgehend in Kenntnis setzen.

2. Leistungsbedingungen

Alle entstehenden Kosten bei der Erfüllung der o.g. Aufgabe sind Bestandteil des Auftrags.

Der/die Auftragnehmer/-in überträgt dem MWAEK die zeitlich, räumlich und sachlich uneingeschränkten Nutzungsrechte an den im Rahmen der Ausbildungskampagne erstellten Werbeträgern. Bieter, die den Zuschlag nicht erhalten haben, behalten die Nutzungs- bzw. Wiederverwendungsrechte der von ihnen eingereichten Ideen.

Alle im Rahmen des Auftrages entwickelten Entwürfe, Konzepte und Produkte sind dem Auftraggeber zur Abstimmung vorzulegen.

Der/die Auftragnehmer/-in holt sämtliche Einverständniserklärungen von Personen ein, deren Wort und/oder Bildbeiträge (Fotos, Statements etc.) im Rahmen der Kampagne verwendet werden. Nach dem Ende der Vertragslaufzeit übergibt er diese an den Auftraggeber.

Der Auftraggeber behält sich vor, eingereichte Entwürfe oder Ideenskizzen per Umlaufverfahren mit den Partnern des Ausbildungskonsenses abzustimmen.

3. Zeitrahmen und Fristen

Leistungszeitraum: Ab Zuschlag Mitte April 2026 bis maximal 30. November 2026

4. Kostenrahmen / Vergütung

Insgesamt stehen für die Leistungserbringung folgendes Budget (inklusive MwSt.) zur Verfügung:

- | | |
|---|-------------------------|
| a) Planung und Durchführung Bustour mit 4 Tagen (4 Haltepunkte) | max. 80.000 Euro brutto |
| b) Option weiterer Tourstopp (1 Tag) | max. 12.000 Euro brutto |

Angebote, die diesen Finanzrahmen überschreiten, führen automatisch zum Ausschluss.

5. Umfang und Ausgestaltung des Angebotes

Das Angebot soll maximal 20 Seiten umfassen. Eine Vergütung für die Abgabe eines Angebotes kann nicht gewährt werden. Es sind Angaben zu Gesamtkosten, inkl. Personentagen, ggf. Drittleistungen und MwSt. zu machen. Dem Angebot ist ein Arbeits- und Zeitplan beizufügen.

6. Anforderungen an die Eignung

Zum Nachweis der technischen und beruflichen Leistungsfähigkeit sind die folgenden Anforderungen zu erfüllen:

Als Auftragnehmer/-in kommen Agenturen mit einschlägigen Erfahrungen auf den Gebieten Mediengestaltung, Eventorganisation, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit zur Erbringung der konkret nachgefragten Leistungen hinsichtlich Fachkunde, Qualifikation, Leistungsfähigkeit, personeller Ressourcen, technischem Know-how und Zuverlässigkeit in Betracht.

Eine Referenzliste (nicht älter als drei Jahre) mit erbrachten Leistungen vergleichbarer Aufträge wird erbeten. Sie dient als Nachweis der fachlichen Eignung. Auf der Liste soll mindestens eine Referenz enthalten sein, bei der Motive für die Zielgruppe Jugendliche im Berufswahlprozess entwickelt wurden und es sollen sich praktische Erfahrungen mit Veranstaltungskonzeption und -durchführungen widerspiegeln.

Zum Nachweis der Befähigung und Erlaubnis zur Berufsausübung ist eine kurze Beschreibung des Unternehmens inkl. Angabe über die Zahl der Beschäftigten einzureichen und sofern der Bieter nach

den Rechtsvorschriften des Staates, in dem er niedergelassen ist, in einem Register eintragungspflichtig ist, ist ein entsprechend aktueller Registerauszug vorzulegen.

Zum Nachweis der wirtschaftlichen und finanziellen Leistungsfähigkeit sind vorzulegen: Angaben zum Netto-Jahresumsatz der letzten drei Kalenderjahre (Mindestumsatz i.H.v. von 200.000 Euro/Jahr), Nachweis einer Berufs- oder Betriebshaftpflichtversicherung (Mindestschadenssumme i.H.v. von 2,5 Mio. Euro), die Benennung des Projektleiters und des stellvertretenden Projektleiters, Darstellung Aus- und Fortbildung, Dauer der bisherigen Berufstätigkeit, Darlegung der Maßnahmen bei einem möglichen Wechsel des eingesetzten Personals, Angaben zur Anzahl der für die Auftragserfüllung eingesetzten Mitarbeiter und deren Tätigkeit sowie Qualifikation.

Der/die Auftragnehmer/-in besitzt das Recht, zur Erfüllung der Gesamtleistung mit Partnern/-innen zu kooperieren bzw. Unteraufträge zu vergeben. Sämtliche Kooperationen bzw. Unteraufträge sind im Angebot zu nennen. Darzulegen ist, welcher/welche Partner/-in welche Leistungspakete mit welchen Kapazitäten umsetzen soll. Die Sicherstellung der zugesagten Leistungen der Kooperationspartner/-innen obliegt dem/der Auftragnehmer/-in. Im Falle von Kooperationen bzw. Unteraufträgen verpflichtet sich der/die Auftragnehmer/-in, im Sinne eines Lead-Partners die Koordination des Verbundes zu übernehmen. Die hierfür kalkulierten Kapazitäten sind im Angebot explizit auszuweisen.

7. Wertungskriterien

Das Angebot wird durch folgende Wertungskriterien bewertet:

- 50 % Inhaltliche Ausgestaltung, konzeptionelle Qualität des Angebots (insb. Gestaltungsvorschläge, Darlegung des methodischen Vorgehens und Ressourcenplanung, Nachhaltigkeitsmaßnahmen)
- 30 % Referenzen und Expertise des für die Ausführung des Auftrages konkret einzusetzenden Personals
- 20 % Preis des Angebotes

8. Sonstiges

8.1 Zahlungsbedingungen

Die Abrechnung erfolgt in zwei oder drei Teilrechnungen. Ein Abrechnungsplan ist mit dem Auftraggeber nach Auftragserteilung abzustimmen. Die Rechnungslegung erfolgt nach erbrachter Leistung. Die Abschlussrechnung muss bis spätestens 01. Dezember 2026 gestellt werden.

8.2 Nutzungs- und Markenrecht

Die Vertragsschließenden sind sich einig, dass die Nutzungs- und Verwertungsrechte an den Arbeitsergebnissen dem Auftraggeber zustehen. Dieser kann in jeder Phase der Erstellung die Herausgabe der Arbeitsergebnisse verlangen. Mit Erledigung des Auftrages geht das ausschließliche und räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkte Nutzungsrecht ohne Vorbehalt einer Nutzung oder

Verwertung durch den Urheber für alle bekannten und unbekanntem Nutzungsarten auf den Auftraggeber über. Gleichzeitig gehen sämtliche Verwertungsrechte auf die Auftraggeber über.

Der/die Auftragnehmer/in versichert, dass die durch sie gewonnenen Arbeitsergebnisse frei von Nutzungs- und Verwertungsrechten Dritter sind. In diesem Zusammenhang verpflichten sich die Auftragnehmer, den Auftraggeber von sämtlichen Ansprüchen freizustellen, die Dritte wegen Schutzrechtsverletzungen gegen den Auftraggeber geltend machen können.

Mit dem Übergang der Nutzungsrechte von dem/der Auftragnehmer/in auf den Auftraggeber gehen ebenfalls auf den Auftraggeber über:

- die Rechte zur Einwilligung zur Veröffentlichung
- hierzu zählt insbesondere (nicht abschließend) das Recht zur unbegrenzten öffentlichen Zugänglichmachung, insbesondere im Internet und sonstigen Netzwerken, sei es für den einfachen Abruf oder den Download durch den Nutzer,
- oder die Verwertung einer Bearbeitung des Werkes
- hierzu zählt insbesondere (nicht abschließend) das Recht zur Bearbeitung und zur Umarbeitung. Erweiterungen oder Reduktionen, Fehlerbeseitigung, Fortentwicklung einschließlich Änderung der Funktionalität, bei Dokumentationen z.B. durch Übersetzung in andere Sprachen, inhaltliche Überarbeitung sowie durch Anpassung an andere Softwareversionen.

Mit der Zahlung der Vergütung ist der Anspruch der Auftragnehmerin bzw. des Auftragnehmers auf Zahlung einer Vergütung für die Einräumung von Nutzungsrechten und die Erlaubnis zur Werknutzung und -verwertung, einschließlich der Verbreitung und Veröffentlichung von Bildaufnahmen, ebenfalls abgegolten.

Dem Auftraggeber steht mit Erledigung des Auftrages das ausschließliche, zeitlich, räumlich und mengenmäßig unbegrenzte Recht zu, von dem Auftragnehmer entwickelte Zeichen als Marke oder geschäftliche Bezeichnung für sich registrieren zu lassen und zu verwerten. Im Übrigen wird auf § 3 Abs. 1 MarkenG verwiesen.

8.3 Herausgabeanspruch

Die von der Auftragnehmerin oder dem Auftragnehmer gefertigten und von ihm beschafften Unterlagen sowie die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Materialien, Unterlagen und Daten sind dem Auftraggeber nach Erfüllung des Vertrages auszuhändigen. Dies gilt auch bei einer vorzeitigen Beendigung des Vertragsverhältnisses. In diesem Fall sind alle genannten Unterlagen spätestens innerhalb einer Frist von zehn Werktagen nach Vertragsende dem Auftraggeber auszuhändigen. Sie werden in jedem Fall ohne besondere Vergütung Eigentum des Auftraggebers; ein Zurückbehaltungsrecht des Auftragnehmers ist ausgeschlossen. Der/die Auftragnehmer/-in hat in den Verträgen, die er ggf. zur Durchführung dieses Auftrages mit Dritten schließt, entsprechende Vereinbarungen zu treffen.

8.4 Rücktrittsrecht

Sollte sich während der Auftragsabwicklung herausstellen, dass die Auftragnehmerin bzw. der Auftragnehmer den Auftrag nicht sachgerecht ausführen kann oder eine ordnungsgemäße, dem Vertragszweck entsprechende Abwicklung nicht gewährleistet ist, ist der Auftraggeber berechtigt, ganz oder teilweise von dem Vertrag zurückzutreten. Der Auftraggeber kann ferner ganz bzw. teilweise vom Vertrag zurücktreten, wenn die weitere Durchführung des Auftrages bzw. eines Teiles des Auftrages nicht mehr möglich bzw. erforderlich ist. Die Gründe hierfür sind der Auftragnehmerin bzw. dem Auftragnehmer unverzüglich mitzuteilen. In beiden Fällen hat die Auftragnehmerin bzw. der Auftragnehmer einen Anspruch auf Abrechnung und Vergütung der bis zum Zeitpunkt des Rücktritts erbrachten Teilleistung(-en), soweit er dem Auftraggeber hierüber einen entsprechenden Nachweis erbringen kann und ihn an den Umständen, die zum Rücktritt geführt haben, kein Verschulden trifft.