

GESTALTUNG EINER STRASSENBAHN IM KONTEXT DES LAUSITZER STRUKTURWANDELS

**Konzeption, kreative Gestaltung,
Produktion und Beklebung**

Inhaltsverzeichnis

1.	Ausgangslage.....	3
2.	Auftraggeber, Projektsteuerung und Mitwirkung bei der Entscheidungsfindung.....	4
3.	Zielsetzung	4
4.	Zur Verfügung stehende Unterlagen	5
5.	Leistungsumfang	5
5.1.	Konzeption	5
5.2	Entwicklung von Gestaltungsideen.....	6
5.3	Entwurfs- und Designleistungen	7
5.4	Produktionsvorbereitung	7
5.5	Druck und Beklebung.....	8
6.	Kreative Anforderungen.....	10
7.	Ergebnisse und erwartete Wirkung	10
8.	Termine	11
9.	Nutzungsrechte	11

1. Ausgangslage

Die Lausitz befindet sich in einem tiefgreifenden Transformationsprozess vom Braunkohlerevier hin zu einer zukunftsorientierten Modellregion für Innovation, Wissenschaft, Wirtschaft, Energie und Lebensqualität. Als Oberzentrum der Niederlausitz ist die Stadt Cottbus/Chóśebuz ein starker Motor innerhalb dieses Wandels.

Zahlreiche Leuchtturmprojekte, Investitionen und Ansiedlungen prägen den Strukturwandel und sollen einer breiten Öffentlichkeit sichtbar gemacht werden.

Die Cottbusverkehr GmbH ist ein städtisches Verkehrsunternehmen, das den öffentlichen Personennahverkehr in der Stadt Cottbus und im westlichen Teil des umliegenden Landkreis Spree-Neiße betreibt. Die Stadt Cottbus als Gesellschafterin und das Unternehmen verfolgen das Ziel, Mobilität nachhaltig und zunehmend klimafreundlich anzubieten. Über die Stadt Cottbus als auch über die ILB durch Finanzhilfen des Strukturstärkungsgesetzes für den Teil Investitionsgesetz Kohleregion hat Cottbusverkehr die Beschaffung von sieben städtischen und weiteren 15 Straßenbahnen des Unternehmens Škoda Transportation vorgenommen, in der für Cottbusverkehr typischen Lackierung rot-weiß geliefert und zugelassen.

Eine der ersten der 15 Strukturwandelbahnen soll im Rahmen eines Kooperationsprojektes der Stadt Cottbus, der Wirtschaftsregion Lausitz GmbH und der Cottbusverkehr GmbH mit einer Folierung Motive und Zeugnisse des Strukturwandels Lausitz als auch der Boomtown Cottbus aufzeigen.

Die Gestaltung einer Straßenbahn soll als aufmerksamkeitsstarkes Kommunikationsmedium eingesetzt werden, um den Strukturwandel erlebbar zu machen, positive Zukunftsbilder zu vermitteln und die Wahrnehmung der Lausitz als attraktive Zukunftsregion zu stärken.

Dabei sollen die bestehenden Kommunikationskampagnen

- „Die Lausitz. Krasse Gegend.“
- „Boomtown Cottbus“

inhaltlich und gestalterisch berücksichtigt sowie sinnvoll miteinander verknüpft werden.

2. Auftraggeber, Projektsteuerung und Mitwirkung bei der Entscheidungsfindung

Auftraggeber (AG) ist die Cottbusverkehr GmbH. Ansprechpartner sind der Bereich Presse und Öffentlichkeitsarbeit, hier Pressesprecherin Maria Schiemann, sowie der kfm. und strategische Projektleiter Dan Hoffmann.

Zur fachlichen Begleitung des Projektes wird eine projektbezogene Arbeits- und Abstimmungsgruppe eingerichtet. Diese setzt sich neben Vertreterinnen und Vertretern des AG aus fachlichen Ansprechpartnern der Wirtschaftsregion Lausitz (WRL) und der Stadt Cottbus/Chóśebuz zusammen. Die Arbeitsgruppe begleitet beratend und wirkt bei der Bewertung der eingereichten Konzepte und der fachlichen Ausrichtung der Inhalte mit. WRL und Stadt unterstützen außerdem in der operativen Umsetzung und Kommunikation mit dem Auftragnehmer. Das Ziel ist die Sicherstellung einer aufmerksamkeitsstarken, fachlich fundierten, abgestimmten und regional verankerten Gestaltung.

Die Abstimmung und Präsentation von Zwischenergebnissen sowie die abschließende Entscheidung erfolgt gemeinschaftlich in der Arbeitsgruppe.

3. Zielsetzung

Ziel ist die Entwicklung und Umsetzung eines kreativen und professionellen Gestaltungskonzeptes für eine vollständig gebrandete Straßenbahn (nur Außenfläche) vom Typ Škoda „ForCityPlus“ (Breite 2,40 m, Länge 29 m), die:

- den Strukturwandel in der Lausitz sichtbar macht,
- Zukunftsperspektiven und Entwicklungschancen kommuniziert,
- bedeutende Leuchtturmprojekte und Zukunftsinvestitionen hervorhebt,
- die Innovationskraft der Region vermittelt,
- Identifikation und Stolz bei den Bewohnerinnen und Bewohnern stärkt,
- Aufmerksamkeit bei Fachkräften, Studierenden, Investoren und Gästen erzeugt,
- die Kampagnen „Die Lausitz. Krasse Gegend.“ und „Boomtown Cottbus“ integriert.

4. Zur Verfügung stehende Unterlagen

Folgende Unterlagen steht für die Gesamtaufgabe zur Verfügung:

- Handbuch zum Gestaltungsprinzip der Stadtmarke Cottbus
- Handbuch zum Corporate Design der Kampagne „Die Lausitz. Krasse Gegend.“
- Technische Angaben zur Straßenbahn (technische Zeichnung der Tram mit erforderlichen Maßen sowie Übersicht der nicht zu beklebenden Flächen)

5. Leistungsumfang

5.1. Konzeption

Inhaltliches und kreatives Konzept; Entwicklung kreativer Leitideen für die Gestaltung der Straßenbahn

Hierzu gehören insbesondere:

- Analyse vorhandener Kommunikationsmaterialien und Corporate Designs der Kampagnen „Die Lausitz. Krasse Gegend.“ und „Boomtown Cottbus“
- Entwicklung einer zentralen Kommunikationsbotschaft
- Definition geeigneter Bild- und Gestaltungssprache(n)
- Entwicklung von mindestens drei kreativen Leitideen
- Erläuterung von Konzept und Leitideen in einer Präsentation
- Präsentation des Konzeptes innerhalb einer Vor-Ort-Sitzung oder eines Online Meetings (bestimmt der Auftraggeber) vor der Arbeits- und Abstimmungsgruppe des Auftraggebers

Die Ideen sollen den Wandel von der Energie- und Industrieregion hin zu einer modernen Zukunftsregion emotional, verständlich und visuell aufmerksamkeitsstark darstellen.

Inhaltlich sind die Themenfelder des Strukturwandels sowie gegebenenfalls ausgewählte Leuchtturmvorhaben (s. hier: <https://cottbus.de/strukturwandel/strukturwandel-projekte/>) im Gestaltungsentwurf einzubetten. Hinweis: Die Förderung der neuen Straßenbahnen ist an eine Netzerweiterung zum Lausitz Science Park gekoppelt, um im städtischen

Straßenbahnbetrieb eine Wissenschaftslinie zu etablieren (Campus Sachsendorf – Campus MUL-CT, Hauptbahnhof - Zentralcampus BTU – Forschungscampus – Lausitz Science Park).

Mögliche Themenfelder sind:

- Wissenschaft und Forschung
- Innovation und Digitalisierung
- Energie- und Mobilitätswende
- Industrieansiedlungen
- Fachkräftegewinnung
- Lebensqualität und Stadtentwicklung
- Bildung und Hochschulen
- Kultur und Freizeitangebote im Zusammenhang mit hoher Lebensqualität im Strukturwandel

Die ausgewählten Inhalte sollen die Zukunftsvisionen des Strukturwandels exemplarisch repräsentieren.

5.2 Entwicklung von Gestaltungsideen

Der Auftragnehmer entwickelt ein eigenständiges Gestaltungskonzept einschließlich aller hierfür erforderlichen Illustrationen, grafischen Elemente, Bildkompositionen und typografischen Gestaltungen. Sämtliche gestalterischen Bestandteile sind – soweit nicht ausdrücklich vom Auftraggeber bereitgestellt – Bestandteil der ausgeschriebenen Leistung.

Leistungsbestandteile:

- Entwicklung von Gestaltungsideen auf Basis der kreativen und inhaltlichen Konzeption
- Gestaltung von Fahrzeugseiten, Front- und Heckbereichen
- Entwicklung von einem Key Visual auf Basis der vorhandenen Corporate Designs
- Entwicklung prägnanter Claims und Botschaften
- Integration von Bildwelten, Illustrationen, Grafiken und Typografie
- Berücksichtigung von Sichtbarkeit, Lesbarkeit und Fernwirkung im öffentlichen Raum

Die Gestaltung muss die Vorgaben der Corporate Designs beider Kampagnen berücksichtigen, eine konsistente Gestaltung über alle Fahrzeugflächen gewährleisten sowie eine gute Lesbarkeit und Wiedererkennbarkeit im öffentlichen Raum sicherstellen.

5.3 Entwurfs- und Designleistungen

Erstellung von:

- mindestens drei unterschiedlichen Designkonzepten mit realistisch anmutenden Visualisierungen (Mock-ups) der Straßenbahn
- Präsentationsunterlagen zur Vorstellung der Entwürfe
- Begründung der kreativen Herleitung und Kommunikationsstrategie
- Sollte nach Präsentation der drei Erstentwürfe keiner der Entwürfe ausgewählt werden, kann der Auftraggeber die Erstellung von bis zu zwei weiteren Entwurfsvarianten verlangen. Diese Leistung ist im Angebotspreis einzukalkulieren.

Nach Auswahl eines Favoriten:

- Überarbeitung und Finalisierung des Entwurfes
- bis zu vier Abstimmungsschleifen mit dem Auftraggeber
- Erstellung eines finalen Gestaltungskonzeptes

5.4 Produktionsvorbereitung

Erstellung aller für die Fahrzeugbeklebung erforderlichen Reinzeichnungen und Druckdaten

Leistungsbestandteile:

- technische Aufbereitung der Gestaltung
- Erstellung druckfähiger Dateien
- Abstimmung mit Produktions- und Folierungsdienstleistern
- Übergabe der sämtlicher offener Arbeitsdaten und Rechte daran (s. Punkt 9)

5.5 Druck und Beklebung

Produktion der Folie für die Beklebung und Aufbringung der Folie auf die Straßenbahn

Leistungsbestandteile:

Produktion/ Bereitstellung einer für die vollständige Fahrzeugverklebung geeigneten Hochleistungsfolie oder einer gleichwertigen Qualität mit einer Mindesthaltbarkeit von zwei Jahren im Außeneinsatz.

(1) Die eingesetzten Werbefolien müssen während der gesamten Vertragslaufzeit eine gleichbleibend hohe Sichtbarkeit der Werbung gewährleisten und den üblichen sowie erhöhten mechanischen und witterungsbedingten Beanspruchungen standhalten. Die Auswahl und Verwendung geeigneter Materialien obliegen der beauftragten Agentur.

(2) Auf den Außenflächen der Fahrzeuge dürfen ausschließlich Folien verwendet werden, die folgende Voraussetzungen erfüllen:

- selbstklebend sind,
- lackverträglich sind,
- jederzeit rückstandsfrei entfernt werden können,
- über eine gültige TÜV-Zertifizierung verfügen.

(3) Die verwendeten Folien müssen darüber hinaus folgende Eigenschaften aufweisen:

- UV-Beständigkeit,
- Schrumpffreiheit,
- Formstabilität,
- Witterungsbeständigkeit,
- Beständigkeit gegen Dampfreinigung,
- Waschstraßentauglichkeit.

(4) Es ist grundsätzlich entweder eine Kombination aus Grundfolie und Plott oder eine bedruckte Folie mit einer Materialstärke von 0,06 mm bis 0,08 mm zu verwenden. Bevorzugt sind Produkte aus dem Lieferprogramm „Orafol“ einzusetzen.

(5) Aufgrund der hohen Beanspruchung der Folien wird die Verwendung eines Schutzlaminats ausdrücklich empfohlen. Sofern kein Schutzlaminat verwendet wird, übernimmt die Cottbusverkehr GmbH keinerlei Haftung für Schäden an den Folien.

(6) Die beauftragte Agentur ist verpflichtet, der Cottbusverkehr GmbH vor Anbringung der Werbung eine Materialprobe der verwendeten Folie in maximaler Größe DIN A4 sowie die entsprechende Typenbezeichnung zur Verfügung zu stellen.

- Prüfung der Druckdaten
- Produktion / Druck der Folie
- Aufbringung der Folie auf die vom AG gereinigten Straßenbahn auf dem Betriebshof des AG in Cottbus – Schmellwitz möglichst in einer wettergeschützten Halle (operative Koordination und Abstimmung mit dem Auftraggeber).

Insbesondere der Punkt 5.5 der Leistungen kann an einen Unterauftragnehmer ausgeführt werden. Die Gesamtverantwortung verbleibt beim Auftragnehmer als Vertragspartner von Cottbusverkehr.

Gestaltung, Anbringung und besondere Anforderungen an Werbefolien

(1) Die beauftragte Agentur hat bei der Herstellung und Anbringung der Werbefolien auf eine exakte Maßhaltigkeit zu achten. Beschnittkanten sowie technisch sensible oder kritische Bereiche (nachfolgend „Problemzonen“) sind eindeutig zu kennzeichnen und bei der Umsetzung entsprechend zu berücksichtigen.

(2) Besondere Aufmerksamkeit ist insbesondere folgenden Bauteilen und Bereichen zu widmen:

Türöffner-Tasten, Fahrzielanzeigen, Lüftungen, Einfüllklappen, Wasserabläufe, Tür- und Fenstergummis, Klappfenster, Scheinwerfer, Blinker, Firmenlogos, Hoheitszeichen sowie sämtliche Sicherheitskennzeichnungen. Diese dürfen in ihrer Funktion weder beeinträchtigt noch unzulässig verdeckt werden.

(3) Die Ausführung der Beklebung hat mit einem Minimum an Teilstücken zu erfolgen. An Klappenkanten ist die Folienbeschichtung mit einem Abstand von 2 bis 3 mm zur Außenkante anzubringen, um die Funktionsfähigkeit beweglicher Bauteile sicherzustellen.

(4) Das Anbringen von Fensterfolien ist ausschließlich auf den Außenseiten der Scheiben und nur in Bereichen zulässig, die für die Sicht des Fahrpersonals nicht relevant sind. Es sind die jeweils geltenden gesetzlichen Vorschriften, insbesondere § 19 StVZO, einzuhalten. Die beklebte Fensterfläche darf insgesamt maximal 20 % der jeweiligen Fensterfläche betragen.

(5) Es dürfen ausschließlich sogenannte Windows-Folien verwendet werden, für die eine gültige Allgemeine Bauartgenehmigung (ABG) vorliegt. Die Folien dürfen nicht über den Scheibenrand hinaus angebracht werden. Im Übergangsbereich zwischen Scheibe, Dichtung und Karosserie ist die Folie umlaufend einzuschneiden, um die Funktionsfähigkeit von Notausstiegen uneingeschränkt zu gewährleisten.

(6) Bei Straßenbahnen ist zusätzlich zu beachten, dass die hinteren drei Fenster grundsätzlich nicht beklebt werden dürfen.

(7) Reflektierende Folien gelten zulassungsrechtlich als lichttechnische Einrichtungen. Beim Einsatz solcher Folien sind die einschlägigen Vorschriften sowie Genehmigungsverfahren gemäß der EU-Richtlinie ECE-R-104 in ihrer jeweils gültigen Fassung einzuhalten.

6. Kreative Anforderungen

Die Gestaltung soll:

- den Strukturwandel positiv und glaubwürdig vermitteln,
- Zukunftsoptimismus und Aufbruchsstimmung erzeugen,
- die Lausitz als Modellregion des Wandels präsentieren,
- Innovationsprojekte und Zukunftsinvestitionen sichtbar machen,
- die Markenidentitäten von „Die Lausitz. Krasse Gegend.“ und „Boomtown Cottbus“ berücksichtigen,
- eine hohe Aufmerksamkeit im öffentlichen Raum erzielen,
- über die gesamte Fahrzeugfläche hinweg eine konsistente visuelle Geschichte erzählen.

Besonderer Fokus liegt auf der emotionalen Verbindung von Herkunft, Wandel und Zukunft.

7. Ergebnisse und erwartete Wirkung

Der Auftragnehmer, ggf. in Zusammenarbeit mit einem selbst ausgewählten Unterauftragnehmer, liefert:

1. Kreativ- und Kommunikationskonzept
2. Dokumentation der Leitidee
3. Mindestens drei Gestaltungsvarianten mit Visualisierungen/Mock-Ups
4. Präsentationsunterlagen
5. Finalen Gestaltungsentwurf
6. Druckfähige Produktionsdaten
7. Übergabe offener Quelldateien und Einräumung aller Verwendungs- und Überarbeitungsrechte an den AG (siehe Punkt 9)
8. Produktion und Druck der Folie
9. Beklebung der ausgewählten Straßenbahn

Zusätzlich stellt der Auftragnehmer in geeigneter Weise Kommunikationskapazitäten zum Austausch mit dem Auftraggeber bereit. Der Austausch kann je nach Bedarf telefonisch, in Präsenz auf dem Betriebshof des AG in Cottbus - Schmellwitz oder als Online-Meeting erfolgen. Seitens der Agentur kann jederzeit ein Termin mit Cottbusverkehr vereinbart werden, um die Bahn vor Ort zu besichtigen.

Die Straßenbahn soll als fahrender Botschafter des Strukturwandels fungieren und die Lausitz als innovative, lebenswerte und wirtschaftlich dynamische Zukunftsregion präsentieren. Sie soll Aufmerksamkeit für die regionalen Leuchtturmprojekte erzeugen, die Wahrnehmung der Transformationsleistungen stärken und die Kernaussagen der Kampagnen „Die Lausitz. Krasse Gegend.“ und „Boomtown Cottbus“ wirkungsvoll im öffentlichen Raum transportieren.

8. Termine

- | | |
|---|-------------------|
| 1. Einreichung eines Angebotes mit Gesamtkonzeption bis: | 30.08.2026 |
| 2. Finaler Gestaltungsentwurf, Druck und Beklebung geplant bis: | 15.11.2026 |
| 3. Rechnungslegung vorgesehen bis: | 15.12.2026 |

Eine Beauftragung kann erst nach positivem Bescheid über die Erweiterung einer bestehenden Förderung (kein neuer Förderantrag, voraussichtlich August 2026) durch die Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB) erfolgen, daher bitten wir darum, die Gültigkeit abgegebener Angebote mind. bis 15. September 2026 zu erweitern. Andernfalls werden Sie dazu aufgerufen, Ihr Angebot zu bestätigen.

9. Nutzungsrechte

Der Auftragnehmer räumt dem Auftraggeber gemäß § 31 Urheberrechtsgesetz (UrhG) unter Ausschluss der Vorbehalte des § 37 UrhG das ausschließliche, unbeschränkte Nutzungsrecht am Ergebnis und an allen Teilergebnissen ein. Der Auftraggeber ist berechtigt, das Nutzungsrecht Dritten zu übertragen oder ihnen einfache Nutzungsrechte einzuräumen. Die Ausübung des Rückrufsrechts nach §§ 41 und 42 UrhG wird für die Dauer von fünf Jahren nach Ende der Vertragslaufzeit ausgeschlossen.

Neben der unbeschränkten kommerziellen Nutzung und Veröffentlichung der Leistungsergebnisse erhält der AG das Recht, die Gestaltungsdateien anzupassen und zu verändern und mit diesen Korrekturen zu verwenden und zu veröffentlichen.

Der Auftragnehmer gewährleistet für alle im Rahmen der Dienstleistung erstellten Leistungen, dass diese frei von Rechten Dritter sind und er zur Einräumung der vertraglich vereinbarten Nutzungsrechte berechtigt ist.