



**Leistungsbeschreibung
Kreativagentur Werbung**

Inhaltsverzeichnis

Präambel.....	2
1. Leistungsgegenstand	2
2. Auftragsvolumen	2
3. Zentrale Kontaktpersonen der Techniker	3
4. Regelmäßige Besprechungen und Tagungen	3
5. Protokolle	4
6. Reporting	4
7. Award-Einreichungen	4
8. Onboarding	4
9. Innovationstag.....	5
10. Marketing-Agenturen-Tag	5
11. Ablauf Einzelauftrag	5
12. Monatliche Grundvergütung	6
13. Bewertung der Service-Qualität.....	6
14. Bildeinkauf und -verwaltung.....	7
15. Angebot	7
16. Nachhaltigkeit und Verantwortung	8
17. TK-MarkenPortal	9
18. Aufbewahrung.....	9
19. Nicht auftragsgegenständliche Marketing- und Werbedienstleistungen	10
20. Technische Anforderungen für die Zusammenarbeit	10
21. Grundlegende Anforderungen an die Informationssicherheit	10

Präambel

Die Techniker Krankenkasse (die Techniker oder TK) ist eine bundesweit geöffnete gesetzliche Kranken- und Pflegeversicherung, eine Körperschaft öffentlichen Rechts und untersteht der Aufsicht des Bundessamtes für Soziale Sicherung.

Der Auftragnehmer (AN) und die Techniker sind sich darüber im Klaren, dass das Erreichen von Werbe-, Marketing- und Vertriebszielen erfolgreiche Werbung voraussetzt. Die Techniker beabsichtigt, den AN zu diesem Zweck mit der Konzipierung, Gestaltung und Produktion von Werbekampagnen und -maßnahmen zu beauftragen.

Dies vorausgeschickt vereinbaren der AN und die Techniker Folgendes:

1. Leistungsgegenstand

Auf Basis von Einzelaufträgen konzipiert, gestaltet und produziert der AN integrierte Werbekampagnen und werbliche Einzelmaßnahmen. Diese umfassen in erster Linie zum Beispiel Bewegtbild (Online, Mobile, TV, Kino), Audio (Online-Audio, Podcast, Hörfunk), Social-Media-Werbung, Display-Banner (Online, Mobile), Stills (Anzeigen, Plakate) sowie Below-the-line-Maßnahmen. Dies gilt gleichermaßen für kommunikative Aktivitäten im Rahmen des Arbeitgebermarketings (Employer Branding). Darüber hinaus unterstützt der AN die Techniker bei der Weiterentwicklung von Corporate Design und Markenstrategie (strategische Analyse inkl. Wettbewerbsbetrachtungen, Beratung, CD-Weiterentwicklung, Schärfung digitaler Markenauftritt).

Die Leistungen sind vom AN auf Abruf zu erbringen (vgl. Ziff. 11). Die Techniker arbeitet in den unter Ziff. 19 beschriebenen Bereichen bereits mit Agenturen zusammen. Diese Leistungen sind daher nicht Gegenstand des Auftrags.

Soll der AN eine integrierte Kampagne konzipieren, gestalten und produzieren, gibt die Techniker Konzeption, Gestaltung und Produktion sukzessive einzeln in Auftrag. Sowohl Gestaltung als auch Produktion werden dabei wiederum in einzelne Aufträge für die verschiedenen Werbegattungen (Bewegtbild, Audio, Print usw.) aufgeteilt.

Bei Bewegtbild und Audio umfasst der Aufgabenbereich des AN üblicherweise die Produktion bis zur Sendekopie. Bei Print umfasst der Aufgabenbereich des AN üblicherweise die Produktion bis zum lektorierten Reinlayout mit bearbeiteten Bildern. Bei Display-Werbemitteln umfasst der Aufgabenbereich des AN üblicherweise die Produktion bis zu den Masterwerbemitteln (bearbeitete Bilder, lektorierte Texte, Animationsbeschreibung).

Soweit der AN Teile der Leistung nicht selbst erbringt, bindet er hierzu nach Maßgabe der Leistungsbeschreibung sowie des Vertrages Dritte ein (im Folgenden auch: Fremdleistungen). Dabei liegt die Verantwortung für die ordnungsgemäße Leistungserbringung stets beim AN.

Im Falle einer Einbindung von Agenturen oder Dienstleistern, mit denen die Techniker selbst Verträge unterhält, bestimmt die Techniker, ob der AN oder die Techniker ihre Steuerung und Koordinierung übernimmt. Leistungen dieser Agenturen oder Dienstleister werden nicht als Fremdleistungen verstanden.

2. Auftragsvolumen

Auf Basis der vergangenen Jahre rechnet die Techniker damit, pro Jahr folgenden Umfang an Leistungen des AN zu benötigen:

Position	Funktion	Stunden
1	Geschäftsführung	95
2	Client-Service-Direktion	240
3.1	Etat-Direktion (Senior Beratung)	1.025
3.2	Beratung	420
3.3	Junior Beratung	190
4	Kreativ-Direktion	1.165
5.1	Senior Art-Direktion	1.085
5.2	Art-Direktion	700
5.3	Junior Art-Direktion	350
6.1	Senior Text	775
6.2	Text	255
6.3	Junior Text	160
7.1	Direktion Strategie	60
7.2	Senior Strategie	480
7.3	Strategie	270
7.4	Junior Strategie	255
8	Art-Buying	30
9	Film/Funk/Fernsehen (FFF)	205
10	Produktion	20
11	Desktop Publishing (DTP) /Satz /Reinzeichnung	5

Von diesem Leistungsumfang bzw. Stunden fallen ca. 16% auf das Arbeitgebermarketing an.

Insbesondere zur Produktion von Bewegtbild und Fotografien werden pro Jahr voraussichtlich Fremdleistungen im Wert von rund 850 TEUR exkl. USt. für integrierte Werbekampagnen und werbliche Einzelmaßnahmen erforderlich sein. Dazu entstehen rund 51 TEUR exkl. USt. pro Jahr an Fremdkosten für das Arbeitgebermarketing.

Das in der Tabelle dargestellte Auftragsvolumen ist eine unverbindliche Schätzung, die als Grundlage für die Kalkulation des Angebotspreises dienen soll. Das tatsächliche Auftragsvolumen hängt von externen wie internen Faktoren ab und kann daher vorab nicht genau bestimmt werden. Aus den Schätzungen ergibt sich daher für den AN kein Anspruch auf die Erteilung einer bestimmten Art und Menge von Einzelaufträgen.

Hiervon unberührt bleibt die monatliche Grundvergütung gem. § 10 Abs. 1 S. 2 des Vertrags bzw. Ziffer 2.1 des Preisblatts (Anlage A1).

Für die gesamte Vertragslaufzeit von maximal 48 Monaten schätzt die Techniker das Auftragsvolumen (Agenturhonorar sowie Fremdkosten) insgesamt auf 9,25 Mio. EUR inkl. USt. Das maximale Auftragsvolumen (Agenturhonorar sowie Fremdkosten) für die gesamte Vertragslaufzeit (Höchstwert) wird auf 12,95 Mio. EUR inkl. USt geschätzt. Der finale Höchstwert ergibt sich aus den Angaben im Preisblatt.

3. Zentrale Kontaktpersonen der Techniker

Zentrale Kontaktpersonen für diesen Vertrag sind Mitarbeitende des Teams Werbung & HR-Marketing (im Folgenden „Team WHM“). Deren Kontaktdaten werden dem AN nach Vertragsschluss mitgeteilt.

4. Regelmäßige Besprechungen und Tagungen

Die Etat-Direktion nimmt wöchentlich an einer maximal zweistündigen Besprechung mit dem Team WHM teil.

Auf Wunsch der Techniker nehmen weitere Mitglieder des AN-Teams teil.

Die Client-Service-Direktion nimmt alle zwei Wochen an einer maximal zweistündigen Besprechung mit der Leitung des Teams WHM der Techniker teil.

Die Geschäftsführung des AN nimmt monatlich an einer maximal zweistündigen Besprechung mit der Geschäftsbereichsleitung Marke & Marketing oder der Fachbereichsleitung Markenkommunikation & Inhouse-Agentur der TK teil.

Bis zu drei von der TK eingeladenen Team-Mitglieder des AN präsentieren bei Bedarf einmal im Kalenderjahr bei einer Tagung der TK die für die Techniker erarbeiteten Werbemaßnahmen oder -kampagnen.

Die oben genannten Besprechungen finden wie auch alle anderen Besprechungen, die zum Beispiel für Briefings, Rebriefings, Zwischenabstimmungen, Pre-Produktion-Meetings oder Abnahmen erforderlich sind, per Video-Konferenz statt. Auf Wunsch der TK können sie in Einzelfällen auch in der Unternehmenszentrale der TK in Hamburg, beim AN oder bei Dritten stattfinden.

5. Protokolle

- Der AN legt auf Wunsch der TK über durchgeführte Besprechungen ein Protokoll innerhalb von drei Arbeitstagen (Montag bis Freitag, ausgenommen Feiertage) innerhalb des von der TK zur Verfügung gestellten Projektmanagement-Tools ab.

Sofern die Techniker dem Protokoll nicht innerhalb von weiteren drei Arbeitstagen (ausgenommen Feiertage) widerspricht, gilt sein Inhalt als verbindlich vereinbart.

6. Reporting

- Der AN legt am zweiten Arbeitstag jeder Woche einen fortzuschreibenden Auftragsstatus gemäß Muster-Auftragsstatus (Anlage L1) innerhalb des von der TK zur Verfügung gestellten Projektmanagement-Tools ab.
- Der AN legt am fünften Arbeitstag jeden Monats eine fortzuschreibende Angebotsübersicht gemäß Muster-Angebotsübersicht (Anlage L2) innerhalb des von der TK zur Verfügung gestellten Projektmanagement-Tools ab.
- Der AN legt am fünften Arbeitstag jeden Quartals eine Stundenübersicht für die im jeweils vergangenen Quartal geleisteten Stunden gemäß Muster-Stundenübersicht (Anlage L3) innerhalb des von der TK zur Verfügung gestellten Projektmanagement-Tools ab.
- Der AN legt nach Abnahme jeder Produktion innerhalb von fünf Arbeitstagen eine fortzuschreibende Nutzungsrechteübersicht gemäß Muster-Nutzungsrechteübersicht (Anlage L4) innerhalb des von der TK zur Verfügung gestellten Projektmanagement-Tools ab.

7. Award-Einreichungen

Auf Wunsch der TK erstellt der AN voraussichtlich einmal pro Jahr die Unterlagen für die Einreichung von Werbemaßnahmen oder -kampagnen für Werbe- oder Marketing-Awards.

8. Onboarding

Bis zu fünf von der TK eingeladenen Team-Mitglieder des AN nehmen an bis zu drei halbtägigen Onboarding Workshops der TK, voraussichtlich in Präsenz in der Unternehmenszentrale der TK teil.

9. Innovationstag

Der AN führt einmal jährlich für bis zu 25 Teilnehmende der TK einen Innovationstag zu einem mit der TK abgestimmten Thema aus den Bereichen Strategie, Kreation oder Produktion durch. Bei diesem Innovationstag stellt der AN das Thema, zum Beispiel in Form von Vorträgen, Präsentationen, Diskussionsrunden oder Workshops, voraussichtlich in Präsenz in den Räumlichkeiten des AN, dar.

10. Marketing-Agenturen-Tag

Bis zu drei von der TK eingeladene Team-Mitglieder des AN nehmen bei Bedarf einmal jährlich am Marketing-Agenturen-Tag, voraussichtlich in den Räumlichkeiten der Unternehmenszentrale der TK, teil. Auf Wunsch der TK präsentiert der AN zu einem mit der TK abgestimmten Thema in einem Vortrag.

11. Ablauf Einzelauftrag

Ein Einzelauftrag hat die Konzeption, Gestaltung oder Produktion einer Werbe-Maßnahme zum Inhalt. Die Beauftragung erfolgt grundsätzlich wie folgt:

1. In der Regel brieft die Techniker alle an einer Kampagne beteiligten Agenturen im Rahmen eines All-Agency Briefings. An diesem Termin, der als Videokonferenz oder in Präsenz in der Unternehmenszentrale der TK stattfindet, muss mindestens die Etat-Direktion des AN teilnehmen. In Ausnahmefällen kann ein Briefing auch per E-Mail oder in einem Telefonat erfolgen.
2. Inhalte des Briefings sind Ausgangslage, Kundengruppen, Ziele, Agentur-Aufgaben, Markenbeweise, Mediaplanung, Budget, Zeitplan, Marke und weitere, relevante, Faktoren. Dieses Briefing wird dem AN im Anschluss an den Termin zur Verfügung gestellt.
3. Die Etat-Direktion des AN teilt in einem Rebriefing per E-Mail und in einer Arbeitsbesprechung mit, wie sie das Briefing versteht, welche Informationen ihr fehlen oder welche Änderungen sie empfiehlt.
4. Die Techniker stellt, soweit möglich, die fehlenden Informationen zur Verfügung und stimmt sich mit dem AN über mögliche Änderungen ab.
5. Der AN sendet per E-Mail den Anforderungen gemäß Ziffer 15 ein entsprechendes verbindliches Angebot gemäß Muster-Angebot (Anlage L6) und einen detaillierten, verbindlichen Zeitplan gemäß Muster-Zeitplan (Anlage L7) an die zentrale Kontaktperson im Team WHM zu. Der AN nummeriert die Angebote in jedem Jahr neu beginnend fortlaufend durch.
6. Die Techniker gibt das Angebot per E-Mail frei. Der Freigabe-E-Mail an den AN sind das Angebot und der Zeitplan angehängt. Damit ist ein Einzelauftrag erteilt. Das heißt, Ansprüche zur Abrechnung von Leistungen entstehen erst ab diesem Zeitpunkt.
7. Bei der Leistungserbringung setzt der AN Änderungswünsche der TK im Rahmen von zwei Überarbeitungsstufen ohne gesonderte Vergütung um. Die erste Überarbeitungsstufe kann fachliche/inhaltliche Änderungswünsche der Arbeitsebene betreffen, z.B. hinsichtlich CI, CD, Wettbewerbsrecht oder Markenbeweise. Die zweite Überarbeitungsstufe kann aus Änderungswünschen der Managementebene der TK resultieren.
8. Sind darüber hinaus weitere Überarbeitungsstufen erforderlich, erstellt der AN nach Abstimmung mit der TK vor deren Ausführung ein zusätzliches Angebot.
9. Die Techniker bestätigt per E-Mail die Abnahme der Leistung.

10. Der AN liefert die Leistungsergebnisse unverzüglich nach den Vorgaben des Briefings an die Techniker oder an von der TK bestimmte Dritte aus.
11. Der AN reicht seine Rechnung gemäß den Vorgaben im Vertrag als XRechnung ein. Abgerechnet werden die tatsächlich erbrachten Leistungen und Fremdleistungen bis maximal in Höhe des freigegebenen Angebots.

Soweit bei einem Einzelauftrag von diesem Ablauf abgewichen werden soll, teilt die Techniker dies dem AN im Briefing mit.

12. Monatliche Grundvergütung

Durch die monatliche Grundvergütung werden folgende Tätigkeiten des AN vergütet:

- Teilnahme an den Besprechungen und Tagungen nach Ziffer 4
- Erstellung von Protokollen nach Ziffer 5
- Erstellung des Auftragsstatus nach Ziffer 6
- Erstellung der Angebotsübersichten nach Ziffer 6
- Erstellung der Stundenübersichten nach Ziffer 6
- Erstellung der Nutzungsrechteübersichten nach Ziffer 6
- Erstellung von Unterlagen für Award-Einreichungen gemäß Ziffer 7
- Teilnahme an den Onboarding-Workshops gemäß Ziffer 8
- Durchführung des Innovationstags nach Ziffer 9
- Teilnahme am Marketing-Agenturen-Tag der TK gemäß Ziffer 10
- Erstellung von Angeboten und Zeitplänen nach Ziffer 15
- Höchstmengen-Monitoring gemäß § 4 Abs. 6 des Vertrages
- Vertragsmanagement

Für alle in dieser LB genannten Besprechungen und Tagungen, die in Präsenz stattfinden, werden Reisekosten, Reisezeiten und Teilnahme von der TK nicht gesondert vergütet.

13. Bewertung der Service-Qualität

Die Techniker bewertet in der ersten Juni- und der ersten Dezember-Woche die Service-Qualität des AN nach folgenden Kriterien mit Schulnoten von 1 bis 6:

Kreation und Strategie:

- Kreativität
- Verständnis des Marktes, in dem die Techniker agiert
- Erfüllung der Briefings

Organisation und Zusammenarbeit:

- Konstruktive Zusammenarbeit mit der TK sowie den Dienstleistern und Partnern der TK
- Erreichbarkeit und Reaktionsgeschwindigkeit
- Qualifikation und Stabilität des Teams
- Einhaltung von Angeboten
- Eigeninitiative
- Termintreue und Pünktlichkeit
- Werte: Transparenz, Effizienz und Sorgfalt

Die Bewertungen werden dem AN in einer Besprechung ausführlich erläutert und begründet. Der AN ist verpflichtet, die Ursachen für negative Bewertungen (schlechter als 3) unverzüglich zu beseitigen.

Der AN kann eine entsprechende Bewertung der TK vornehmen und bei den Bewertungsterminen vorstellen.

14. Bildeinkauf und -verwaltung

Bilder sucht der AN zunächst in der TK-Bilddatenbank. Wird dort kein passendes Bild gefunden, kann der AN bei Bildagenturen suchen. Grundsätzlich sucht der AN nach lizenzfreien Bildern, die räumlich und zeitlich unbegrenzt in sämtlichen Medien einsetzbar sind. Änderungen von diesem Vorgehen erfolgen auf Basis einer individuellen Absprache im Rebriefing. Abweichende Vorgaben können sich z.B. aufgrund eines geplanten Shootings, eines erweiterten Verbreitungsgebiets, hinsichtlich Laufzeit und/oder Verwendungszweck sowie Formaten und Auflagen ergeben.

Als weitere Möglichkeit kann der AN nach vorheriger Abstimmung mit der Ansprechperson der TK auf die externe Bildredaktion der TK zugehen und dort gewünschte Bilder anfragen oder Bildrecherchen bei der Bildredaktion in Auftrag geben. Der AN informiert in diesem Fall die Techniker mit dem ersten Layout über den Namen des Bildarchivs, die Bildnummer und die Kosten sowie den Umfang der Nutzungsrechte. Mit Erteilung des Einzelauftrags (vgl. Ziffer 15.5) erhält der AN die Befugnis, den Bildeinkauf bei der externen Bildredaktion in Auftrag zu geben. Dazu gibt der AN alle relevanten Informationen an die externe Bildredaktion der TK weiter. Die Bildredaktion kauft das Motiv ein, liefert dem AN die High-Res Daten und legt das Motiv in der TK-Bilddatenbank ab.

Der AN ist verpflichtet, Bilder aus Fotoshootings in einen Vorpool der TK-Bilddatenbank hochzuladen und dazugehörige Lizenz- und Nutzungsrechte an dem Material mitzuliefern. Der AN erhält einen Zugang zur TK-Bilddatenbank, die erforderlichen Berechtigungen sowie eine kurze Einweisung.

15. Angebot

15.1. Allgemeine Anforderungen

Auf der Grundlage des Briefings bzw. des von der TK freigegebenen Rebriefings erstellt der AN ein Angebot auf Basis des Muster-Angebots (vgl. Anlage L6) sowie ein Timing.

Der AN nummeriert die Angebote in jedem Jahr neu beginnend fortlaufend durch.

Jedes Angebot von Agenturleistungen basiert auf dem Preisblatt. Das Angebot weist detailliert und vollständig aus, welche Leistungen erbracht werden sollen und welche (verschiedenen) Personenqualifikationen auf Basis des Muster-Angebots (Anlage L6) mit welcher Anzahl an Stunden zu welchem Stundensatz dafür eingesetzt werden sollen. Die Vorgaben in § 5.1. des Vertrages zur Qualifikation der Mitarbeitenden sind einzuhalten.

Das Angebot führt alle Einzelpositionen netto (Stundensatz gemäß Preisblatt, Anlage A1 unter Ziffer 2.2, x Stundenzahl), die Gesamtsumme netto, die USt. sowie die Gesamtsumme brutto auf.

15.2. Fremddienstleistungen/Fremdkosten

Sind bei der Leistungserbringung Fremdleistungen erforderlich, hat der AN im Angebot auch anfallende Fremdkosten mit einer umfassenden Beschreibung der Leistungen aufzuführen.

Die Techniker ist als gesetzliche Krankenkasse zu einer sparsamen und wirtschaftlichen Mittelverwendung verpflichtet. Diese Verpflichtung gilt auch bei der Beauftragung von Fremddienstleistungen. Daher gelten für die Angaben zu Fremddienstleistungen, die der AN im Angebot zu machen hat, folgenden Voraussetzungen:

- Für Fremdkosten bis einschließlich 15.000 Euro (exkl. USt.) holt der AN Angebote ein und entscheidet nachweisbar nach dem Wirtschaftlichkeitsprinzip über die Beauftragung des Fremddienstleisters.
- Bei Fremdkosten von über 15.000 Euro (exkl. USt.) reicht der AN der TK mit dem Angebot mindestens drei verbindliche, vergleichbare und nachvollziehbare Preisinformationen (eine Kopie des Fremdkostenangebots als PDF) von geeigneten Fremddienstleistern ein.

Die Entscheidung, welcher Fremddienstleister beauftragt werden soll, trifft die Techniker in Absprache mit dem AN.

- Soweit Fremdkosten noch nicht bezifferbar sind, weil sich eine Fremddienstleistung erst im Zuge der Durchführung eines Einzelauftrags hinreichend konkretisiert, z. B. im Falle eines mit der TK abzustimmenden Einkaufs von Nutzungsrechten, wird darauf im Angebot in einem eigenen Absatz hingewiesen. Für diese Fremdkosten werden Preisinformationen wie oben beschrieben unverzüglich nachgereicht.

Grundsätzlich wird den angefragten Fremddienstleistern ihr Angebot nicht vergütet. Im Falle einer Bewegtbildproduktion mit erforderlicher Directors Interpretation (DI) ist es dem AN gestattet, bei der Einholung von entsprechenden Angeboten den Dienstleistern, die nicht beauftragt werden, folgende Vergütungen/Aufwandsentschädigungen in Aussicht zu stellen:

- Unterhalb eines Auftragsbudgets von 50.000 Euro (exkl. USt) erfolgt keine Vergütung.
- Auftragsbudget ab 50.000 Euro bis unter 100.000 Euro (exkl. USt.): 1.500 Euro (exkl. USt.)
- Auftragsbudget ab 100.000 Euro bis unter 500.000 Euro (exkl. USt.): 2.250 Euro (exkl. USt.)
- Auftragsbudget ab 500.000 Euro bis unter 1 Million Euro (exkl. USt.): 3.000 Euro (exkl. USt.)
- Bei einem Auftragsbudget von über 1 Million Euro (exkl. USt.): 3.750 Euro (exkl. USt.)

Eine höhere Vergütung ist im Rahmen des Einzelauftrags zwischen AN und der TK zu vereinbaren und wird nur dann durch die Techniker freigegeben, wenn ein besonderer sachlicher Grund vorliegt.

Die oben für die Einholung von Vergleichsangeboten genannte Grenze von 15.000 Euro (exkl. USt.) gilt in Abhängigkeit von der internen Techniker-Beschaffungsrichtlinie und kann sich jederzeit ändern. Änderungen teilen die zentralen Ansprechpartner:innen der TK dem AN mit.

Der AN beauftragt die Fremddienstleister im eigenen Namen und auf eigene Rechnung. Die Fremdkosten werden der TK bei der nächsten Rechnungsstellung ohne Handlingsgebühr oder anderweitige Zuschläge zur Zahlung vorgelegt. Evtl. realisierte Rabatte oder Skonti sind an die Techniker durchzureichen.

Dem AN ist es untersagt, eigene AGB oder AGB von Unterauftragnehmern mitzusenden. Das Angebot enthält folgende Erklärung: „Durch eine Unterzeichnung dieses Angebots oder Freigabe per E-Mail erteilt die Techniker den Auftrag nach beschriebener Art und Umfang zum angegebenen Preis. Für diesen Einzelauftrag gelten die Regelungen des Rahmenvertrages. Weitere Bedingungen der AN und Dritter, insbesondere Allgemeine Geschäftsbedingungen, werden ausdrücklich ausgeschlossen.“

16. Nachhaltigkeit und Verantwortung

Der AN verpflichtet sich bei der Erbringung seiner Leistung zur Einhaltung und aktiven Förderung des Nachhaltigkeitsprinzips. Dies umfasst insbesondere die folgenden Punkte:

- Umwelt- und Klimaschutz: Der AN ergreift alle zumutbaren notwendigen Maßnahmen, um schädliche Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima, z.B. durch Materialwahl, Produktion, Transport, Energieverbrauch, zu vermeiden oder auf ein Minimum zu reduzieren. Dabei ist, wo immer möglich, der Einsatz umweltfreundlicher, ressourcenschonender, energiesparender und recycelbarer bzw. kreislauffähiger Materialien und Prozesse zu bevorzugen.
- Soziale Verantwortung: Der AN wirkt darauf hin, dass sämtliche Leistungen für die Techniker unter sicheren, fairen und verantwortungsvollen Arbeitsbedingungen erbracht werden und schädliche Auswirkungen auf Menschen und Gesundheit entlang der gesamten Wertschöpfungskette bestmöglich

ausgeschlossen werden. Dies beinhaltet die Einhaltung nationaler und internationaler Arbeits- und Sozialstandards, insbesondere die Einhaltung der Kernarbeitsnormen der internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen (UN).

- **Transparenz und Berichtswesen:** Der AN hat der TK auf Nachfrage Nachweise darüber beizubringen, welche bzw. wie Nachhaltigkeitsstandards berücksichtigt und -maßnahmen umgesetzt wurden. Dafür eignen sich unter anderem anerkannte Gütezeichen und Zertifizierungen (etwa „Blauer Engel“ und DIN ISO 14001).

Bei der Produktion von Bewegtbild bzw. bei der Auswahl der entsprechenden Dienstleister berücksichtigt der AN während des gesamten Produktionsprozesses zur Minimierung negativer Umwelt- und Klimaauswirkungen folgende Kriterien:

- Nachhaltiges Produzieren beginnt beim Vermeiden von Transport und Reisen. Produktionen im Ausland bedeuten immer ein erhöhtes Reiseaufkommen für Kunden, Agentur, Produktion und Cast und somit einen erhöhten CO₂-Ausstoß. Dies sollte schon in der Planung Agentur und Kunden gespiegelt werden. Drehorte, die für einen Großteil der an der Produktion beteiligten Personen mit einer weiten Anreise verbunden wären, sollten nur gewählt werden, wenn wirklich erforderlich. Eine Entscheidung für einen Dreh im Ausland bedarf einer expliziten Begründung und kann nur in Ausnahmefällen durch die TK genehmigt werden
- Flüge sollten vermieden werden, Bahnfahrten sind immer vorzuziehen. Dies gilt für alle an der Produktion beteiligten Personen. Darüber hinaus sollten sich auch die Reisen außerhalb des Produktionsbudgets (z.B. von Crew, Agentur und Kunden) an diesem Grundsatz orientieren. Auf Inlandsflüge sollte verzichtet werden und sind nur nach Rücksprache mit der TK zu buchen.
- Grundsätzlich sollte auf den Einsatz von Generatoren verzichtet werden. Wenn dies nicht möglich ist, dann sollte je nach Verfügbarkeit auf Stromspeichersysteme zurückgegriffen werden, die mit Strom aus erneuerbaren Energien geladen werden.
- Für Drehs im Studio und on Location sollten Glühlampen und Halogenstrahler (Kunstlicht) soweit möglich, vermieden und energieeffizientere Lampen, wie zum Beispiel LED-Scheinwerfer, eingesetzt werden.
- Insofern das Catering von einem externen Catering-Unternehmen gestellt wird, sollten so viele Nahrungsmittel wie möglich in der regionalen Umgebung angebaut worden sein (Umkreis von 150 km um den Produktionsort), möglichst aus biologischer Landwirtschaft stammen, saisonal sein und so weit wie möglich ohne Fleischprodukte und im Optimalfall ohne tierische Produkte zubereitet sein.
- Auf Einweggeschirr sollte gänzlich verzichtet werden.

Der AN stellt sicher, dass der für die Produktion beauftragte Dienstleister die vereinbarten Nachhaltigkeitsmaßnahmen einhält, und erstattet der TK hierüber auf Anforderung Bericht.

17. TK-MarkenPortal

Die Etat-Direktion und die Creativ-Direktion erhalten jeweils Zugang zum Techniker-Marken Portal, und stellen sicher, dass das Team des AN alle Leistungen gemäß den dort dokumentierten Strategien, Standards und Vorgaben erbringt.

18. Aufbewahrung

Der AN bewahrt alle für die Techniker erstellen Werbemittel bis zwei Jahre nach Ende des Rahmenvertrages auf und händigt sie auf Wunsch in bearbeitbarer Form (offene Daten) kostenlos an die Techniker aus. Nach Ablauf der Frist werden die Werbemittel kostenlos vom AN vernichtet.

19. Nicht auftragsgegenständliche Marketing- und Werbedienstleistungen

Ausgenommen vom Leistungsumfang sind insbesondere folgende Aufgabengebiete, die bereits von anderen Agenturen und Dienstleistern für die Techniker betreut werden:

- Apps-Entwicklung
- Bilddatenbank und -redaktion
- Content-Marketing
- Corporate Bewegtbild-Dienstleistungen
- Druckvorstufe
- Eventmanagement
- Grafikagenturleistungen
- Lektorat
- Mediaplanung und Mediaeinkauf
- Onsite-Tracking
- Onsite-Testing und -Targeting
- Onsite-Tag-Management
- Suchmaschinenwerbung (SEA)
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Vorlagenservice
- Werbemittellieferung
- Konzeption und Programmierung von Websites

20. Technische Anforderungen für die Zusammenarbeit

Der AN trifft alle Vorkehrungen für einen reibungslosen Datenaustausch mit der TK. Alle Dokumente müssen von der TK grafisch wie textlich bearbeitet werden können. Sollte die Techniker Programm-Updates oder -wechsel durchführen, passt der AN seine technische Ausstattung an.

21. Grundlegende Anforderungen an die Informationssicherheit

1. Allgemeine Anforderungen: Der AN muss alle geeigneten technischen und organisatorischen Maßnahmen ergreifen, die einen unbefugten und missbräuchlichen Zugriff auf die eingesetzten IT-Systeme, Anwendungen und/oder Internetseiten, zugehörige Komponenten sowie zugehörige Daten unterbinden. Dies gilt insbesondere für die Abwehr von Bedrohungen, die die Vertraulichkeit, die Integrität und die Verfügbarkeit der Anwendung bzw. des Internetauftritts gefährden oder eine Gefährdung (z.B. durch Exploits, Malicious Software) Dritter (z.B. Besucher eines Internetauftritts) darstellen. Die getroffenen Maßnahmen müssen dabei dem jeweils aktuell gültigen Stand der Technik entsprechen. Ferner ist generell bei der Erstellung und Pflege sowie beim Hosting die Verwendung von Techniken zu vermeiden, die bekanntermaßen hohe Sicherheitsrisiken bzw. Sicherheitslücken enthalten, welche nicht durch entsprechende flankierende Maßnahmen geschlossen werden können.

2. Grundlegende Anforderungen an die Informationssicherheit: Der AN gewährleistet die Vertraulichkeit, Integrität, Verfügbarkeit und Authentizität der Daten der TK und verpflichtet sich, angemessene, geeignete technische und organisatorische Maßnahmen zum Schutz der Daten zu ergreifen, die dem aktuellen Stand der Technik entsprechen. Eine regelmäßige Anpassung der IT-Systeme und Prozesse an dynamische Bedrohungsumfelder wird vorausgesetzt.

3. Freiheit von Schadsoftware: Alle Bestandteile der erbrachten Leistung müssen frei von Schadsoftware sein. Der AN muss dies durch geeignete Maßnahmen sicherstellen. Der AN muss insbesondere beteiligte IT-Systeme und Software mittels eines marktgängigen und aktuellen Scanners oder mindestens gleichwertiger Technologie prüfen.

4. Patch- und Release-Management: Bei einem Betrieb von IT-Komponenten durch den AN muss dieser über

einen Patch-Management-Prozess gewährleisten, dass alle von ihm eingesetzten Systeme, Systemkomponenten und Entwicklungswerkzeuge jeweils auf einem aktuellen Versionsstand und insbesondere frei von Schwachstellen sind. Der AN muss sicherstellen, dass je nach Risiko für die Anwendung (bewertet durch den AN) Sicherheitspatches - innerhalb von 1-18 Arbeitstagen nach Veröffentlichung des Patches eingespielt sind.

5. Meldung und Aufklärung von Sicherheitsvorfällen: Der AN muss Sicherheitsvorfälle, die direkt den vom AN für die TK bereitgestellten Dienst betreffen, unverzüglich der TK melden. Die Meldung muss an den jeweils verantwortlichen Ansprechpartner sowie an eine von der TK nach Zuschlag zur Verfügung gestellte E-Mailadresse erfolgen. Reaktionen auf diese Vorfälle müssen gemeinsam abgestimmt werden. Im Falle eines Sicherheitsvorfalls, bei dem es zu einem potenziellen Datenabfluss oder einer potenziellen Kompromittierung von Daten gekommen sein könnte, verpflichtet sich der AN zu einer qualifizierten forensischen Aufarbeitung des Vorfalls durch einen externen Dienstleister. Der AN hat die Ergebnisse dieser Aufarbeitung der TK schnellstmöglich zur Verfügung zu stellen, insbesondere in welchem Umfang Daten von TK-Versicherten betroffen sind.