

# Aufforderung zur Angebotsabgabe Deutscher Hockey-Bund e.V. (DHB) Kommunikationsarbeit

Deutscher Hockey-Bund e.V.

Mönchengladbach, 19.08.2024

DIE INHALTE DIESES DOKUMENTS STELLEN VERTRAULICHE UND GESCHÜTZTE INFORMATIONEN DES DEUTSCHEN HOCKEY-BUNDES E.V. (DHB) DAR UND DÜRFEN OHNE VORHERIGE AUSDRÜCKLICHE SCHRIFTLICHE GENEHMIGUNG DES DHB WEDER GANZ NOCH TEILWEISE KOPIERT, VERVIELFÄLTIGT ODER IN IRGEND EINER ANDEREN ART UND WEISE VERWENDET WERDEN. ALLE HIERIN ENTHALTENEN INFORMATIONEN SIND EIGENTUM DES DHB UND DÜRFEN NUR VON IHREM UNTERNEHMEN IM RAHMEN DER BEANTWORTUNG DIESER ANFRAGE VERWENDET WERDEN. JEDE ANDERE VERWENDUNG ODER WEITERGABE DIESER INFORMATIONEN IST STRENGSTENS UNTERSAGT.

## 1 Einleitung

Der Deutsche Hockey-Bund e.V. (DHB) mit Sitz in Mönchengladbach ist ein im Deutschen Olympischen Sportbund organisierter Spitzenverband. Als Dachverband für Feld- und Hallenhockeysport in Deutschland sind knapp 400 Vereine und 15 Landesverbände im DHB organisiert. Der DHB ist Mitglied im Welthockeyverband FIH (International Hockey Federation) und in der EH (EuroHockey).

Aufgabe des DHB ist die Förderung, Pflege und Beaufsichtigung aller Zweige des Hockeysports sowie die Vertretung seiner Belange nach innen und außen.

Der DHB regelt die Aktivitäten von organisierten Leistungs- und Breitensportler\*innen. Dazu gehört die Veranstaltung von Trainingslagern, Wettkämpfen sowie die Ausbildung von Trainer\*innen und die Jugendarbeit.

## 2 Allgemeine Anforderungen und Ziele

Der Deutsche Hockey-Bund e.V. sucht einen Dienstleister, der sämtliche Kommunikationsarbeiten (redaktionelle Planung und Erstellung der Inhalte für die Webseite [www.hockey.de](http://www.hockey.de), die Betreuung der Social Media-Kanäle (z.B. Instagram, LinkedIn, Facebook, etc.) Projektarbeit wie bspw. Pressekonferenzen bei Events, die laufende Pressearbeit, Advertorials für Medienpartner sowie vereinzelt Marketingmaßnahmen des Verbandes, für den Hockeysport in Deutschland übernimmt.

Der avisierte Leistungszeitraum ist zunächst vom 01. Januar 2025 bis 31. Dezember 2025. Eine Verlängerungsvereinbarung kann getroffen werden.

Im Rahmen einer Erfolgskontrolle sollte der Dienstleister eine monatliche Analyse bzw. eine Auswertung mit Key Performance Indicators (KPI) und Reporting erstellen und diese dem DHB vorstellen. Hierbei ist auf die zu erstellende Kommunikationsstrategie und den Redaktionsplan einzugehen.

Der DHB behält sich das Recht vor nicht alle aufgeführten Umfänge des unter Punkt 3.2 beschriebene Leistungsumfang zu beauftragen. Dies gilt im Besonderen für den Umfang „II. Social Media Management“, da dieser DHB intern bearbeitet werden könnte.

### Übergeordnete Ziele:

#### 1. Qualitativ:

- a) Positionierung des Hockeysports als attraktive, erfolgreiche Sportart mit spannenden Protagonisten
- b) Positionierung des DHB und seiner Vertreter als sportlich erfolgreicher, moderner Verband
- c) Weiterentwicklung der Social-Media-Kanäle und der DHB-Webseite zu attraktiven Marketingplattformen für externe Partner
- d) Kreative Ausgestaltung des Außenauftritts und Erschließung neuer Zielgruppen über neue Contentformate
- e) Partnerschaftliche Strategieentwicklung für eine moderne Verbandskommunikation

#### 2. Quantitativ:

- a) Erweiterung der Follower/Abonnenten auf allen Kanälen (Social Media, Newsletter)
- b) Erhöhung des messbaren Traffics (Sessions und Unique User) auf der Webseite und der Interaktionen, Impressionen auf den Social-Media-Kanälen
- c) Steigerung der durchschnittlichen Nutzerverweildauer auf der Webseite und Senkung der Bounce Rate, Steigerung der Anzahl wiederkehrender Besucher

- d) Erhöhung der Sichtbarkeit des DHB in nationalem wie auch internationalem Rahmen
- e) Regelmäßige Veröffentlichungen/Berichterstattungen in Publikumsmedien / Radio / TV (Anzahl mind. 1-2 Beiträge je Monat)

Zielgruppe:

- a) 500.000 Mitglieder der erweiterten Hockey-Community (sport- und hockeyinteressiert, gebildet, kaufkräftig, tolerant, gesundheitsbewusst, meinungsstark, innovativ)
- b) Nationale Sportfans im Allgemeinen
- c) Vertreter von Publikums- und Sportmedien
- d) Vertreter der Institutionen des Sports (IOC, FIH, EH, DOSB etc.)

Stil und Tonalität:

- a) Online-Tonalität
- b) Sportliche Du-Ansprache
- c) Dynamischer, frischer, junger, familiärer Stil, jedoch nicht umgangssprachlich
- d) Durchaus bereit zur kritischen Auseinandersetzung in Kommentartexten

### 3 Aufforderung zur Angebotsabgabe

Um Interesse zu bekunden, bittet der Deutsche Hockey-Bund e.V. die Bewerber, folgende Nachweise und Hintergrundinformationen zum Bewerber selbst in einem Angebot zu übermitteln. Eine Detaillierung der im Angebot inkludierten Leistungsumfänge und deren Aufwandsschätzung ist obligatorisch.

#### 3.1 Allgemeine Informationen des Dienstleisters

Nr.	Information
01	Firmenname
02	Firmenanschrift
03	Angebotene Dienstleistungen / Produkte, sowie deren Stärken
04	Hauptkunden und Branchen
05	Hauptansprechpartner/in mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse

Tabelle 1: Informationen des Dienstleisters

#### 3.2 Leistungsbeschreibung

##### I. Redaktionelle Planung und Erstellung der Inhalte für [hockey.de](http://hockey.de)

Nr.	Anforderung
01	Funktion als externe Content Redaktion für die Webseite <a href="http://hockey.de">hockey.de</a> („Magazinseite“)

Nr.	Anforderung
02	Eigenständige redaktionelle Planung, Identifikation sowie kontinuierliche Themenentwicklung und Erstellung von maßgeschneidertem Content für die Zielgruppen Hockeycommunity, sportinteressierte Bevölkerung, Publikumsmedien, Sportmedien, Fachverbände unter Berücksichtigung des Jahreskalenders der Nationalmannschaften
03	Einpflegen des Contents in das Webseite CMS (Deutsch, selektiv bei Veranstaltungen auch Englisch) inkl. Bildauswahl sowie Metadaten Beschreibungen
04	Monatlicher Leistungsumfang: a) 4-5 Neuartikel pro Woche, darunter b) Eventabhängige Blogartikel (bis zu 2.500 Zeichen + Bild) c) 1 Fachartikel/Advertorials/Meinungsartikel (bis zu 2.500 Zeichen + Bild) pro Quartal d) Pressemitteilungen zu gegebenen Anlässen e) Mind. 1 Reportage (mind. 4.000 Zeichen + Bilder) pro Quartal
05	Planung von Interviews, Porträts, Hintergrundberichterstattung sowie der Entwicklung von Kampagnen
06	Erstellung eines Redaktionsplans für die „Magazinseite“ ¼-jährlich in Abstimmung mit dem Redaktionsbeirat. Kreieren von Themen, die reichweitenstark, emotional, attraktiv sind (gerne auch im Bewegtbild).
07	Sicherstellung einer 7-Tages-Erreichbarkeit
08	Wöchentliches Meeting mit dem DHB Redaktionsbeirat zur inhaltlichen Abstimmung
Ziele	a) Ausbau Webseite zu nationalem Content-Hub mit höchstem Unterhaltungs- und Informationswert b) Ausbau relevanter Reichweite entsprechend den wichtigsten Zielgruppen c) Traffic Generierung; Erhöhung der durchschnittlichen Verweildauer d) Bindung der wichtigsten Zielgruppen und Erschließung neuer Zielgruppen (außerhalb der Hockeyfamilie) e) Modernere Darstellung des Verbandes f) Ausbau von Marketing- und Vertriebskanälen g) Ausbau der Verbindungen mit anderen Sportakteuren

Tabelle 2: Anforderungen an den Dienstleister Redaktion Webseite

## II. Social Media Management

Nr.	Anforderung
01	Laufende Pflege der Accounts und Profile, kontinuierliche Posts auf Social Media, wie z.B. Instagram, Facebook, LinkedIn, Youtube, Tiktok
02	Ideengenerierung, Kreation und Veröffentlichung von Social Media Inhalten und Aktionen. Tägliche Posts (Story, Reels, etc.), 7 Tage die Woche, bei Instagram in entsprechender Text- und Bildsprache
03	(Weiter-)Entwicklung einer einheitlichen Formen- und Bildsprache für die Social-Media-Kanäle, Gestaltung ansprechender Grafiken und Bilddesigns

Nr.	Anforderung
04	Proaktives und reaktives Community Management sowie Service-Kommunikation bei Anfragen und Kommentaren
05	Regelmäßige Rücksprache mit DHB-Ressorts zur Veröffentlichung von Inhalten aus den DHB-Ressorts
06	Unterstützung bei der Akquise und Anleitung interner DHB Social Media Manager*in
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Aufbau relevanter Reichweite entsprechend den wichtigsten Zielgruppen</li> <li>b) Attraktive Platzierung unserer Athlet*innen als Aushängeschilder unseres Sports</li> <li>c) Traffic Generierung; Erhöhung der Interaktionen und Impressionen auf den Social Media-Plattformen</li> <li>d) Steigerung der Attraktivität der Social-Media-Kanäle als Marketingplattformen</li> </ul>

Tabelle 3: Anforderungen an den Dienstleister Social Media Management

### III. Laufende Pressearbeit

Nr.	Anforderung
01	Kontaktarbeit zu Medien und Journalisten
02	Aufstellen und Pflege eines, dem DHB zugänglichen, Medienverteiler
03	Kontinuierliche, innovative und initiative Beratung und Inspiration zu Themen, Positionierung & aktuellen Anlässen
04	<p>Spielberichterstattung Nationalteams (A-Kader/U21-Teams)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) ca. 70-90 Spiele im Jahr, Pressemitteilungen mit Vorschauen/Nominierung, Spielberichten, O-Tönen der Athlet*innen, Trainer etc.</li> <li>b) Versorgung Agenturen mit schnellen O-Tönen / Erfüllung von Sonderwünschen</li> <li>c) Zusätzlich weitere Pressemitteilungen mit Personalien / Interviews Trainer/Athleten zu aktuellen Themen / Vorschauen auf große Turniere</li> </ul>
05	Pressemitteilungen Sponsoring/Marketing und allgemeine DHB-Pressemitteilungen (u.a. Personalien, Themen mit institutionellen Partnern etc.)
06	ca. 20-25 Pressemitteilungen im Jahr (Verkündung neue Partnerschaften, Vertragsverlängerungen, Sonderaktionen der Partner, Kooperationen, u.ä.), Entwurf des Textes, O-Töne einholen, Abstimmung der PM sowie Versand
07	Funktion als Ansprechpartner für alle Pressebelange des DHB und unserer Nationalmannschaften
08	Koordination der anlassbezogenen Pressearbeit für die Nationalmannschaften (Olympiakader und Jugendnationalmannschaften)
09	Schnelle, flexible Anlasskommunikation bei Bedarf z.B. (Personalwechsel, Pandemie, Ausscheiden bei Turnieren)
10	Monatliches Reporting über Clippings und Mediaanalysen

Nr.	Anforderung
<b>Ziele</b>	a) Bindung der wichtigsten Zielgruppen b) Etablierung verlässlicher, z.T. steuerbarer Medienkontakte c) Erhöhung der Sichtbarkeit in nationalen wie internationalen Publikumsmedien d) Agiles, professionelles Krisenmanagement e) Positive Positionierung unserer Nationalmannschaften als Aushängeschilder f) Entlastung unserer Nationalmannschaften im Bereich Medienarbeit g) Steuerung der Medienarbeit des DHB auf Basis valider Kennzahlen

Tabelle 4: Anforderungen an den Dienstleister Laufende Pressearbeit

#### IV. Übergreifende Leistungen

Nr.	Anforderung
<b>01</b>	Vermittlung und Konzeptionierung neuer Medien-Formate (z.B. Podcasts)
<b>02</b>	Aufbau von Hockey-Gesichtern und Persönlichkeiten; Entwicklung von Stories, die Reichweiten generieren
<b>03</b>	Erstellung von Newslettern (Mail, Whatsapp) zu verschiedenen Themen, bei Großevents täglich
<b>04</b>	Platzierung der DHB Athlet*innen in TV/Radio/Social Media Formaten

Tabelle 5: Anforderungen an den Dienstleister Übergreifende Leistungen

#### V. Projektmanagement

Nr.	Anforderung
<b>01</b>	Aufsatz eines organisatorischen Rahmens und Definition der zu nutzenden Tools
<b>02</b>	Steuerung und Monitoring der einzelnen Projekte und Leistungen
<b>03</b>	Definition von Verantwortlichkeiten und Kommunikationswege
<b>Ziele</b>	a) Pragmatischer und übersichtlicher Prozessablauf b) Geringer Aufwand für DHB-Redaktionsteam

Tabelle 6: Anforderungen an den Dienstleister Projektmanagement

#### VI. Projektarbeit

Der Leistungsumfang der Projektarbeit bezieht sich auf Veranstaltungen und Turniere. In dem abzugebenden Angebot ist eine Veranstaltung oder Turnier zu inkludieren. Weitere Veranstaltungen oder Turniere werden gesondert beauftragt.

Nr.	Anforderung
01	Veranstaltung und Durchführung von Pressekonferenzen zu entsprechenden Anlässen (insb. bevorstehende Events)
02	Aufgaben als Media-Officer der Nationalteams während großer Turniere a) Durchschnittlich 4-6 Turniere pro Jahr (Dauer ein bis zwei Wochen) b) Koordination aller Medienanfragen c) Enge Zusammenarbeit mit der Pressestelle des Turniers d) Abstimmung mit den Teammanagern, um Medientermine in Trainingsabläufe zu integrieren
03	Pressearbeit zu Großevents (Olympische Spiele, WM, EM, Pro League)
04	Eventbezogene Koordination der Medienarbeit mit anderen Institutionen und Partnern des Sports (insbesondere DOSB)
05	Akkreditierungsservice bzw. Hilfe für Medienvertreter, die sich bei großen internationalen Turnieren oder bei Turnieren in Deutschland akkreditieren möchten
06	Vorbereitung, Organisation und Durchführung eines Medientages zu besonderen Hockey-Events mit den A-Nationalmannschaften, Interview-Möglichkeiten für Medienvertreter (inkl. Pre-Briefing, Vor-Ort-Begleitung, Nachbereitung)
07	Erstellung von Pressemappen / Presseinformationskits vor jedem großen Turnier (max. 2 pro Jahr, Beispielmuster verfügbar)
08	Bei vom DHB ausgerichteten Turnieren: Pressepflege und – Organisation vor Ort, Betreuung von Interview/Mixedzones, Koordination von Presseanfragen
Ziele	a) Generierung medialer Aufmerksamkeit für entsprechende Themen b) Kommunikations-Plattform für Zuwendungsgeber bei Großevents c) Fokussierung der Kommunikationsaktivitäten über entsprechende Zeiträume auf Eventhighlights mit Strahlwirkung

Tabelle 7: Anforderungen an den Dienstleister Projektarbeit

#### 4 Eignungskriterien

Nr.	Anforderung
01	<b>Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit (Leistungsfähigkeit):</b> Die Bewerber sollen möglichst Angaben zum Gesamtumsatz des Unternehmens für die vergangenen 3 Geschäftsjahre sowie Angaben zum Umsatz des Unternehmens mit Leistungen, die mit dem vorliegenden Auftragsgegenstand vergleichbar sind (ebenfalls für die vergangenen 3 Geschäftsjahre), vorlegen

Nr.	Anforderung
<b>02</b>	<p><b>Technische und berufliche Leistungsfähigkeit (Fachkunde):</b></p> <p>Die Bewerber sollen zum Nachweis ihrer technischen und beruflichen Leistungsfähigkeit möglichst folgende Unterlagen in deutscher Sprache vorlegen:</p> <p>a) formlose Angaben zur sächlichen (technischen) und personellen Ausstattung, insbesondere Zahl der Mitarbeiter und deren Qualifikation,</p> <p>b) Referenzen über vom Volumen vergleichbare Referenzprojekte (Redaktionelle, Journalistische Betreuung und Pressearbeit im Sportbereich, Betreuung von Social Media Accounts und Webseiten von Sportverbänden /-vereinen, etc.) mit Großkunden in den letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahren, jeweils unter Angabe des Auftraggebers (Anschrift, Ansprechpartner, Telefonnummer), Art und Umfang der konkret erbrachten Leistungen und Leistungszeitraum.</p>

Tabelle 8: Eignungskriterien des Dienstleisters

## 5 Zuschlagskriterien

Nr.	Anforderung
<b>01</b>	Preis
<b>02</b>	Qualitative Eignung: Vision und Kreativität

Tabelle 9: Zuschlagskriterien für den Dienstleister

## 6 Obergrenze

Für den gesamten Leistungsumfang ist eine Angebotsobergrenze von 150.000 EUR nicht zu überschreiten.

## 7 Kontakt

Sofern Sie Ihr Interesse an der Rolle bekunden möchten, senden Sie uns bitte eine E-Mail mit den oben gewünschten Informationen und Nachweisen in einem Angebot **bis zum 13. September 2024** an

[einkauf@deutscher-hockey-bund.de](mailto:einkauf@deutscher-hockey-bund.de)

Wir werden allen Bewerbern, von denen wir glauben, dass sie unsere Anforderungen erfüllen können, die Möglichkeit geben sich persönlich vorzustellen.