

**Ausschreibung für eine Kommunikationskampagne im Rahmen des Nachwuchsprogramms  
„U25 – Richtung: Junge Kulturinitiativen“ des Fonds Soziokultur**

**1. Auftraggeber**

Fonds Soziokultur e.V.  
Weberstr. 59 a  
53113 Bonn

Tel.: (02 28) 97 144 79-0  
E-Mail: [info@fonds-soziokultur.de](mailto:info@fonds-soziokultur.de)

**2. Art der Vergabe**

Der Fonds Soziokultur e.V. verfährt nach der Unterschwellenvergabeordnung UVgO. Der Auftrag wird im Wege einer Verhandlungsvergabe ohne Teilnahmewettbewerb vergeben.

**3. Form des einzureichenden Angebots**

Das schriftliche Angebot muss Folgendes enthalten:

- eine maximal zwei Seiten umfassende Konzeptskizze
- Kostenplan inkl. ausgewiesener Mehrwertsteuer
- Zeit- und Arbeitsplan
- Selbstdarstellung der Auftragnehmer\*innen mit Bezug auf das Anforderungsprofil inkl. passender Arbeitsproben

Für die Bearbeitung des Angebotes wird keine Vergütung gewährt. Angebotsunterlagen sind kostenfrei zuzusenden.

Dem Angebot sind die in der Ausschreibung geforderten Erklärungen und Nachweise beizufügen. Der Auftraggeber behält sich vor, in den Vergabeunterlagen geforderte Erklärungen und Nachweise, die nicht bis zum Ablauf der Angebotsfrist vorgelegt wurden, bis Ablauf einer zu bestimmenden Nachfrist nachzufordern. Macht die Vergabestelle von diesem Recht keinen Gebrauch, werden unvollständige Angebote ausgeschlossen.

Werden die nachgeforderten Erklärungen und Nachweise nicht fristgerecht eingereicht, wird das Angebot vom Verfahren ausgeschlossen.

Bis zum Ende der Angebotsfrist kann das Angebot ebenfalls schriftlich per Post oder per E-Mail zurückgezogen werden. Danach sind die Bietenden bis zum Ablauf der Bindefrist an ihr Angebot gebunden.

Im Angebot sind die Preise bzw. Auftragsvolumina in Euro, Bruchteile in vollen Cent, sowohl netto als auch brutto anzugeben.

#### **4. Hintergrund**

Der Fonds Soziokultur e. V. ist einer von sechs Bundeskulturfonds und fördert seit 1988 bundesweit soziokulturelle Projekte mit Mitteln des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM). Die Förderung zielt auf Kulturelle Teilhabe, Mitgestaltung, Sichtbarkeit und Selbstorganisation im Bereich partizipativer Kulturarbeit in allen künstlerischen Sparten. Freie Träger und Initiativen stehen im Mittelpunkt der Förderung einer Angebotslandschaft in urbanen wie ländlichen Räumen. Die Bundesförderung durch den Fonds Soziokultur ist gebunden an die Modellhaftigkeit und Innovationskraft der Projekte vor Ort. Die Förderung wird durch ein ehrenamtliches Kuratorium aus Expert\*innen aus dem Mitgliedsspektrum des Fonds Soziokultur entschieden.

##### U25 – Richtung: Junge Kulturinitiativen

Das Programm „U25 – Richtung: Junge Kulturinitiativen“ ist eines von vier Förderprogrammen des Fonds Soziokultur und bildet den Schwerpunkt dieser Kommunikationskampagne. „U25“ fördert eigenverantwortliche soziokulturelle Projekte von Einzelpersonen oder Initiativen, deren Projektverantwortliche zwischen 18 und 25 Jahre alt sind. Das Förderprogramm hat das Ziel, jungen Kulturschaffenden den Einstieg in die Soziokultur zu erleichtern sowie junge Talente zu entdecken, sie zu stärken und zu befähigen, selbstwirksam zu handeln, eigene Projekte umzusetzen und sich zu professionellen Kulturschaffenden zu entwickeln.

Das Förderprogramm „U25“ zielt darauf Projekte deutschlandweit zu fördern, die

- zeitlich befristet und inhaltlich abgegrenzt sind
- partizipativ sind und Menschen vor Ort mit einbeziehen

- ein gesellschaftspolitisches oder soziales Thema behandeln
- innovative Ansätze verfolgen und etwas Neues ausprobieren (aktuelles Thema, neues Format, neue Zielgruppe, ungewöhnliche Orte etc.)

## **5. Ziele der Kampagne**

- Steigerung der Sichtbarkeit des Thema Nachwuchses
- Positionierung gegenüber Politik und Förderlandschaft

## **6. Art und Umfang der Leistungen**

Gegenstand des Auftrags ist die Konzeption und Umsetzung einer Kommunikationskampagne für das Programm U25. Sie umfasst Entwicklung, Produktion und Aufbereitung von Inhalten für Webseite und Social Media. Alle Nutzungsrechte müssen vollständig abgegolten sein.

Der / die Auftragnehmer\*in übernimmt das gesamte Projektmanagement und die Organisation von notwendigen Projektgesprächen. Es wird erwartet, dass der Fonds Soziokultur als Auftraggeber regelmäßig über den Projektstand informiert wird.

### **Konzeption**

- Entwicklung einer Leitidee und eines konsistenten Kampagnenrahmens entlang zentraler Botschaften und Claims sowie eines visuellen Wiedererkennungswerts für Webseite, Instagram, LinkedIn und YouTube auf Grundlage des Corporate Designs

### **Produktion**

- Planung, Produktion und Postproduktion (inkl. Korrekturschleifen) von 4-5 Videos, die die Vielfalt und Wirkung des U25-Förderprogramms beispielhaft abbilden (z.B. in Form von Interviews, Videoporträts, Projektbesuchen) und für Webseite/Youtube als auch für Social Media geeignet sind
- Bereitstellung des benötigten technischen Equipments
- Mögliche Reisekosten sollten im Angebot getrennt ausgewiesen werden

### **Schnittstelle zur Evaluation**

- Gestaltung eines etwa zweiseitigen Evaluationspapiers auf Grundlage des von Evaluator\*innen gelieferten Materials
- Hintergrund: Parallel zu dieser Ausschreibung wird die Evaluierung des Programms ausgeschrieben. Es kann sich auf beide Ausschreibungen beworben werden. Sollten die beiden Ausschreibungen an unterschiedliche Auftragnehmer\*innen vergeben werden, ist die Kommunikation und Abstimmung untereinander notwendig.

## **7. Anforderungen an die Auftragnehmernden**

- Fundierte Erfahrungen mit der Umsetzung gesellschaftsrelevanter, sozialer und künstlerischer Themen
- Fundierte Kenntnisse und Erfahrungen in multimedialen Kampagnen (Video, Foto, Social Media)
- Fähigkeit zur eigenverantwortlichen Zusammenarbeit mit Auftraggeber\*innen sowie mit den Verantwortlichen der durch den Fonds Soziokultur geförderten Projekte
- Dezentrales Arbeiten bzw. Netzwerk in verschiedenen Regionen Deutschlands erwünscht

## **8. Laufzeit**

15. Februar 2026 – 31. Dezember 2026

Erste Kampagneninhalte ab April 2026

## **9. Zuschlagskriterien**

Der Zuschlag erfolgt auf den / die Bieter\*in, deren Konzept die nachfolgenden Kriterien bestmöglich erfüllt.

- Konzeptionelle Stärke: Vollständigkeit, Antizipation der Aufgabe, Schlüssigkeit des Zeitplans, Aussagekraft des Gesamtkonzepts (30%)
- Erfahrungen mit ähnlichen Projekten (20%)
- Preisangebot (50%)

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne telefonisch oder per E-Mail zur Verfügung.  
Die Vergabe steht unter dem Vorbehalt der Zuwendung durch den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM).

## **10. Bewerbung**

Bitte senden Sie Ihr Angebot bis zum 23.01.2026 an:

Heike Schwitalla, Verwaltungsleitung

[schwitalla@fonds-soziokultur.de](mailto:schwitalla@fonds-soziokultur.de)

Tel. 02 28 97 144 79 0

Verspätet eingehende Angebote werden nicht berücksichtigt.

Die Bindefrist endet am **22.02.2026**. Bis zum Ablauf dieser Frist sind Bietende an abgegebene Angebote gebunden.

## **Anlagen**

Formular 312a\_322a: Erhebung personenbezogener Daten

Formular 321a: Anfrage zur Angebotsabgabe Verhandlungsvergabe

Formular 324: Angebotsschreiben

Formular 325: Zusammenstellung Nachweise Angebotsverfahren

Formular 511a: Bewerbungsbedingungen E-Mail-Verfahren

Formular 521: Eigenerklärung Ausschlussgründe

Formular 522: Eigenerklärung nach §19 III MiLoG

Formular 532: Eignungsleihe Unterauftrag

Formular 533: Eigenerklärung Nachunternehmen

22.12.2025