

Ausschreibung

des Auftrags zur
**Sponsoreneinwerbung und Unterstützung bei Organisation und Durchführung
der MBB Party anlässlich der Berlinale der Medienboard Berlin-Brandenburg
GmbH in den Geschäftsjahren 2026-2030**

Potsdam-Babelsberg, 2. Juni 2026

Leistungsbeschreibung

Sponsoreneinwerbung sowie Unterstützung bei Organisation und Durchführung der MBB Party anlässlich der Berlinale für die Geschäftsjahre 2026-2030

1. Auftraggeber:

Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH
(im Folgenden: Medienboard oder Auftraggeber)
August-Bebel-Str. 28
D-14482 Potsdam
Tel.: +49 (0)331 743 87-0

Ansprechpartnerin:

Abteilung Events: Ireen Splitt
Tel.: +49 (0)331 743 87-61
E-Mail: events@medienboard.de

2. Ausführungsorte: Berlin und Brandenburg

3. Veranstalter, Aufgabe, Projektablauf

Veranstalter

Veranstalter der zu vermarktenden und organisierenden Veranstaltung ist das Medienboard.

Das Medienboard ist federführend in der inhaltlichen und organisatorischen Konzeption und Durchführung der Veranstaltung, in der Umsetzung der Inhalte sowie in der Akquisition der Kooperationspartner.

Es wird eine Vermarktungs-Lead-Agentur für Sponsoreneinwerbungen sowie für die Organisation und Durchführung der MBB Party anlässlich der Berlinale in den Geschäftsjahren 2026-2030 gesucht.

Die Vermarktungs-Lead-Agentur, die den Zuschlag erhält, wird für die ausgeschriebene Aufgabe exklusiv vom Medienboard beauftragt. Das Medienboard erwartet eine nachvollziehbare Beschreibung des geplanten Vorgehens und eine Schätzung, wie hoch ein realistischer Wert einer ganzjährigen Sponsoreneinwerbung sein kann.

Vorgaben/Zeitplanung:

- Aufforderung zur Angebotsabgabe 2. Juni 2026
- Ablauf Einsendefrist für die Bieter 30. Juni 2026
- Zuschlags-/Bindefrist 31. Juli 2026
- Leistungszeitraum 1. September 2026 – 28. Februar 2030

- Vorlage einer ersten Aufstellung/Übersicht von Reaktionen angefragter Sponsoren bis 31. Oktober 2026

Die detaillierte Information zur Einsendefrist entnehmen Sie bitte Punkt 8.

Die Umsetzung aller Aktivitäten erfordert regelmäßige Abstimmungen zwischen dem Auftraggeber und dem Bieter, auch vor Ort am Sitz des Auftraggebers. Dazu benennt der Bieter eine für die Durchführung des Projekts zuständige Ansprechperson.

Der über den Leistungszeitraum abzuschließende Vertrag steht für den Zeitraum ab dem 01.03.2027 unter der auflösenden Bedingung der Finanzierbarkeit der Veranstaltung durch Ländermittel. Sobald dem Medienboard bekannt wird, dass die budgetierten Mittel für die Veranstaltung nicht in kalkuliertem Umfang zur Verfügung stehen und die Veranstaltung nicht oder nicht im vorgesehenen Rahmen durchgeführt werden kann, entfällt insoweit die Tätigkeit des Bieters und wird auch nicht vergütet.

4. Ziel, Art und Umfang der Leistung/ formelle und inhaltliche Anforderungen

Das maßgebliche Ziel der Arbeit des auszuwählenden Bieters ist die selbständige Akquisition von Sponsoren für die MBB Party anlässlich der Berlinale. Zu den Kernaufgaben gehört insbesondere die Gewinnung von Hauptsponsoren, die ggf. auch quer durch alle anderen Veranstaltungsformate präsent sein wollen. Des Weiteren beinhaltet die Leistung des Auftragnehmers eine aktive Rolle in der Planung, Vorbereitung und Durchführung des Events sowie die Erarbeitung einer angemessenen Präsentation der akquirierten Unternehmen als Sponsoringpartner. Dazu gehören das Entwerfen und Betreuen von gemeinsamen Social Media Konzepten der Veranstaltung für Sponsoren und Auftraggeber mit dem Ziel, die Reichweite der Veranstaltung zu steigern.

Die Akquisition von Sponsoringpartnern umfasst die folgenden konzeptionell-organisatorischen und technisch-logistischen Leistungen:

4.1 Veranstaltungsvorbereitende Leistungen

- Entwicklung und Abstimmung eines Sponsoringkonzepts
- Erstellung und Pflege hochwertiger Sponsoringunterlagen (z. B. Präsentationen, Factsheets, Angebote, Leistungsübersichten), ergänzt um moderne Visualisierungselemente wie Layout-Pläne, schematische Flächenübersichten oder dreidimensionale Darstellungen zur anschaulichen Vermittlung möglicher Markenplatzierungen innerhalb der Location
- Eigenständige Ansprache potenzieller Sponsoren (Recherche, Kontaktaufnahme, Pitch)
- Verhandlungsführung bis zum Vertragsabschluss
- Vertragsabstimmung in Rückkopplung mit dem Medienboard
- Betreuung und Abstimmung mit Sponsoren in der gesamten Vorbereitungsphase
- Dokumentation aller Sponsorenzusagen und -leistungen
- Übergabe aller Sponsorendaten (inkl. Logos, Texte, Platzierungswünsche und CI-Vorgaben)

4.1.1 Zeit- und Rahmenplanung

- Erstellung eines Zeitplanes für die Realisation von Kooperationen und Sponsoring der MBB Party anlässlich der Berlinale in Abstimmung und nach Vorgabe des Auftraggebers.

4.1.2 Kostenplanung und -abwicklung

- Erstellung einer voraussichtlichen Einnahmeerwartung; die Projektkalkulation erfolgt auf dieser Grundlage durch den Auftraggeber.
- Die rein buchhalterische Abwicklung erfolgt über den Auftraggeber.

4.1.3 Kooperationen und Sponsoren

- Der Bieter übernimmt die Sponsoren-Akquisitionsaktivitäten für den Bereich der Sach- und Finanzleistungen in Absprache mit dem Auftraggeber. Unter Beachtung einer etwaigen Exklusivität von Dienstleistern am Veranstaltungsort und in Absprache mit dem Auftraggeber sowie unter Berücksichtigung der Festlegungen des internen Leistungskatalogs unterbreitet der Bieter Vorschläge, wirbt Leistungen ein, und sorgt für die beiderseitige Erfüllung der Sponsoringvereinbarungen, die der Auftraggeber mit den Sponsoren abschließt.
- In enger Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber werden bestmögliche Voraussetzungen für eine Sponsoren-affine Veranstaltung getroffen – Unterstützung von Maßnahmen, die auf angemessenem Niveau Sponsoren an das Projekt binden und eine Zusammenarbeit für die Zukunft in Aussicht stellen.
- Die Verantwortung für die Programminhalte, die Redaktion und die Erstellung der Digital- und Print-Materialien zu der Veranstaltung inkl. der Pflege der Inhalte auf der Website www.medienboard.de trägt der Auftraggeber. Der Auftraggeber ist offen für die Unterbreitung von Ideen bzgl. weiterer auf den Veranstaltungsort und die Veranstaltung zugeschnittener Werbetoole in Abstimmung mit dem Auftraggeber und unter Berücksichtigung der Wahrung der Rechte der Grafikagentur, welche sich für die Digital- und Printerzeugnisse und das Design verantwortlich zeigt. Der Auftraggeber stellt dem Bieter nach Zuschlagserteilung Informationen zu Maßnahmen aus den Vorjahren zusammen.
- Der Bieter verfügt über eine Niederlassung in Berlin-Brandenburg, um einen regelmäßigen persönlichen Austausch mit dem Auftraggeber zu gewährleisten.

4.2 Leistungen bei der Veranstaltungsplanung und -umsetzung

4.2.1 Projektmanagement/Konzeption

- Teilnahme an regelmäßigen Planungstreffen mit dem Medienboard
- Unterstützung bei der konzeptionellen Weiterentwicklung des Veranstaltungsdesigns (z. B. Flächenplanung, Besucherführung, Themenschwerpunkte, Ablaufstruktur)
- Erstellung und Pflege von Ablauf-, Personal-, Technik- und Raumplänen
- Zuarbeit zu Briefings, internen Präsentationen und Einsatzplänen für interne Teams, externe Dienstleister und Sponsoren
- Einbindung bei der Entwicklung von Einlass- und Gästeführungskonzepten

4.2.2 Sponsorenspezifische Umsetzung

- Abstimmung sponsorenspezifischer Umsetzungen (z. B. Logoplatzierung, Materialeinbindung, Sonderauftritte)
- Klärung technischer/logistischer Anforderungen seitens Sponsoren
- Koordination der Umsetzung vor Ort (z. B. Aufsteller, Promotionstände, digitale Inhalte)
- Sicherstellung der Einhaltung sponsorenspezifischer Vorgaben (z. B. CI/CD, Lieferzeiten, Exklusivität)
- Ansprechpartnerin für Sponsoren in der Umsetzungsphase

4.2.3 Kommunikationsschnittstellen

- Abstimmung mit externen Dienstleistern (z. B. Technik, Mobiliar, Sicherheit, Gastro, Reinigung, Logistik)
- Koordination mit dem Locationmanagement (z. B. Zugänge, Brandschutz, Zeitfenster, Übergaben, Hausrecht)
- Unterstützung bei der Entwicklung und internen Kommunikation eines Awareness-Konzepts (z. B. mit Blick auf respektvollen Umgang, Ansprechpersonen, Deeskalation), ggf. auch in Abstimmung mit einem externen Awareness-Team, und dessen Umsetzung
- Weitergabe und Pflege zentraler Zeitpläne, Aufgabenlisten und Statusübersichten
- Versand und Nachverfolgung von Briefings, Ablaufplänen und To-dos
- Dokumentation und Protokollierung offener Punkte im Projektverlauf

4.2.4 Vor-Ort-Betreuung am Veranstaltungstag

- Aufbaukoordination aller relevanten Elemente (inkl. Sponsoringflächen und allgemeiner Ausstattung)
- Ansprechpartnerin für Crew, Gewerke, Location und Sponsoren vor Ort
- Unterstützung beim Ablauf der Veranstaltung (inkl. Troubleshooting)
- Koordination von Abbau und Übergabeprozessen

5. Nachbereitung

5.1 Dokumentation der Veranstaltung

- Sammlung und strukturierte Aufbereitung von Materialien (Fotos, Ablaufprotokolle, Umsetzungspläne)
- Zusammenstellung von Belegen für Sponsoring-Leistungen (inkl. Foto- und Videomaterial, Sichtbarkeiten etc.)
- Erstellung einer Gesamtdokumentation zur internen Auswertung, zur Sponsorendokumentation und zur Vorbereitung künftiger Veranstaltungen

5.2 Evaluation und Feedback

- Durchführung oder Begleitung von Feedbackrunden (z. B. intern, mit Dienstleistern oder Sponsoren)
- Erfassung von Optimierungspotenzialen für kommende Veranstaltungen
- Erstellung eines Kurzberichts mit Learnings und Verbesserungsvorschlägen

5.3 Kommunikation & Übergabe

- Nachbereitung offener Aufgaben (z. B. Nachversand von Materialien, Rückfragen von Sponsoren)
- Abschlussgespräch zur gemeinsamen Reflexion und Planung weiterer Zusammenarbeit

6. Über das Medienboard

Das Medienboard ist die zentrale Anlaufstelle für alle Akteur:innen der Film- und Medienwirtschaft in Berlin-Brandenburg. Seit 2004 kümmert sich das Unternehmen um Film- und Standortförderung mit dem Ziel, die Entwicklung der Medienregion Berlin-Brandenburg zu fördern und den Film- und Medienstandort auf nationalen sowie internationalen Veranstaltungen zu präsentieren. Darüber hinaus zählt die Durchführung von eigenen nationalen und internationalen Standort-Marketingmaßnahmen für die Medien- und Kommunikationswirtschaft sowie die Förderung von Maßnahmen zur Positionierung der Hauptstadtregion als Standort des gesellschaftlichen Diskurses, u.a. zu Netzpolitik oder der digitalen Transformation in der Medienindustrie, zu den wesentlichen Aufgaben des Medienboard.

Das Medienboard tritt dabei selbst als Veranstalter auf oder bietet Unternehmen und Institutionen der Hauptstadtregion mit zahlreichen eigenen und in Kooperation durchgeführten Initiativen die Gelegenheit zur effizienten Vernetzung mit den wichtigsten Playern.

Die Geschäftsbereiche Filmförderung und New-Media-Förderung

Berlin-Brandenburg ist Deutschlands Film- und Medienstandort Nr. 1! Auf den Leinwänden, Screens und Festivalbühnen der Welt gehören MBB-geförderte Filme und Serien zu den künstlerischen und kommerziellen Erfolgsproduktionen. Die Hauptstadtregion zeichnet sich durch eine außergewöhnliche Vielfalt an Formaten und Genres aus, getragen von einer starken audiovisuellen Kreativwirtschaft und einer leistungsfähigen Dienstleistungsinfrastruktur. Diese Kombination schafft ein erhebliches wirtschaftliches Potenzial mit internationaler Strahlkraft!

Der Geschäftsbereich Filmförderung unterstützt mit Fördermitteln Filme und filmbezogene Projekte in den Kategorien Stoff- und Projektentwicklung, Produktion, Verleih und Vertrieb sowie sonstige Vorhaben und Medien-Veranstaltungen. Er berät Filmschaffende in Finanzierungsfragen, unterstützt die Weiterbildung der Filmwirtschaft und sorgt für die Profilierung des Medienstandorts im Diskurs mit der Politik und Produzenten im In- und Ausland.

Der Geschäftsbereich New-Media-Förderung fördert die Entwicklung und Produktion innovativer audiovisueller Inhalte (u.a. Games, Multiplattform-Content, Virtual und Augmented Reality) sowie serieller Formate aus den Bereichen Factual, Entertainment und Fiction. Er sorgt für die nationale und internationale Präsentation und Profilierung der Standortprojekte und befördert die länder- und branchenübergreifende Vernetzung der Film- und Medienwirtschaft.

Veranstaltungsprofil

Gerade an einem dynamischen, sich stetig wandelnden Standort wie Berlin-Brandenburg bedarf es Möglichkeiten zur Vernetzung der hiesigen Industrie. Das Medienboard bietet mit zahlreichen eigenen und in Kooperation durchgeführten Veranstaltungen über das Jahr hinweg Plattformen, zum Austausch und Networking mit den wichtigsten Playern. Das Medienboard fördert und veranstaltet selbst eine Vielzahl der wichtigsten Branchenevents der Hauptstadtregion. Dazu zählen u.a. die Berlinale, der Deutscher Filmpreis, die re:publica und der Deutsche Computerspielpreis, die regelmäßig internationales (Fach-)Publikum anziehen.

Zu den wichtigsten Eigenveranstaltungen am Standort Berlin-Brandenburg zählt die MBB Party anlässlich der Berlinale im Februar. Zu den international durchgeführten eigenen Veranstaltungen gehören u.a. der Medienboard Empfang anlässlich der Cannes Filmfestspiele und der German MIP Cocktail anlässlich der MIPCOM im Oktober.

7. Ausführungszeitraum

Die Dienstleistung ist nach Zuschlag innerhalb der Projektdauer zu erbringen. Die Ausführungsschritte im Einzelnen stehen in Zusammenhang mit der Bereitstellung der Inhalte, so dass eine genaue Abstimmung während des Fortganges des Projektes erfolgt.

Nach Zuschlag ist unverzüglich zunächst die Zeitplanung mit dem Auftraggeber abzustimmen. Vorschläge zu dieser Terminierung sollen bereits im Angebot enthalten sein.

Nach erfolgreicher Umsetzung der Veranstaltung 2027 ist dem Auftraggeber bis spätestens zum 30. November 2027 ein Abschlussbericht über die während des Ausführungszeitraums erbrachten Dienstleistungen vorzulegen. Für die Folgejahre des Projektzeitraums wird ein entsprechender Zeitplan abgestimmt.

8. Einsendefrist für Angebote

Die Aufforderung zur Angebotsabgabe wurde am 2. Juni 2026 unter <http://www.medienboard.de> und auf den Social-Media-Kanälen des Medienboard bekannt gemacht. Angebote müssen per E-Mail bis zum Ablauf des 30. Juni 2026 mit dem Betreff

„Angebotsabgabe Sponsoreinwerbung MBB Party anlässlich der Berlinale 2026-2030“

bei dem oben genannten Auftraggeber eingegangen sein.

Die Angebote sind in deutscher Sprache abzugeben. Im Angebot sollte die zuständige Ansprechperson ebenso genannt sein wie etwaige weitere involvierte Personen.

Die Angebote sollten eine nachzuvollziehende Preisstruktur aufweisen.

Die Angebote müssen im PDF-Format eingereicht werden. Eine Aufwandserstattung für die Angebotserstellung ist ausgeschlossen.

Mit dem Angebot sind folgende Unterlagen einzusenden:

- aktueller Auszug aus dem Handelsregister und Gewerbeanmeldung (soweit vorhanden)

Die Bieter werden zudem gebeten, in ihrem Angebot ihre Zuverlässigkeit und ihre finanzielle, wirtschaftliche und fachliche Leistungsfähigkeit darzulegen. Durch aussagekräftige Unterlagen und Informationen ist die Eignung zur Übernahme des Auftrags nachzuweisen. Dazu zählen Unterlagen über vergleichbare vom Bieter realisierte Projekte oder Projektvorhaben in der Medienbranche sowie Veröffentlichungen, Fach- oder Presseartikel über diese.

Es ist sicherzustellen, dass alle Angaben durch entsprechende Referenzen nachprüfbar sind.

Die Zuschlags-/Bindefrist endet am 31. Juli 2026.

Erfolgt bis dahin kein Zuschlag, gilt das Angebot als abgelehnt.

Potsdam, 2. Juni 2026
Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH