

Ausschreibung

eines

externen Dienstleisters

für die Durchführung einer

Prozessbegleitung für die Kommunikation

des Zukunftsfahrplans Baden-Württemberg

aktualisierter Teil B

Auftraggeber

Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg (VM)

Dorotheenstraße 8

70173 Stuttgart

~~Dezember 2023~~ **Januar 2024**

Teil B: Leistungsbeschreibung

6. Ausgangslage

Im Koalitionsvertrag von 2021 für das Land Baden-Württemberg wird betont, dass es dringend erforderlich ist, den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) fortlaufend auszubauen und zu optimieren. Im Streben nach einer umfassenden Verbesserung des SPNV verfolgt das Land **zum einen** das Ziel eines flächendeckenden Halbstundentakts im ländlichen Raum und eines 15-Minutentakts in Ballungsräumen **umzusetzen** (siehe Koalitionsvertrag des Landes Baden-Württemberg 2021, S. 127). **Zum anderen sollen weitere Standards, wie beispielsweise die Festlegung von Qualitätsstandards, die Digitalisierung sowie Klimaneutralität im SPNV festgelegt und baldmöglichst umgesetzt werden.**

Um die anvisierten Ausbauziele des SPNV zukünftig erfolgreich zu realisieren, erweist sich eine klare Leitstrategie als unverzichtbar, die die Gewährleistung eines leistungsfähigen und attraktiven Schienennetzes der Zukunft zum Ziel hat. In diesem Zusammenhang soll die Einführung eines sogenannten (Landes)-Zukunftsfahrplans **mit Etappierung**, analog zum Deutschlandtakt, dazu dienen, einen umfassenden Zielfahrplan für das Land Baden-Württemberg zu entwickeln. Der Zielfahrplan repräsentiert eine konkrete Angebotsvision des Schienensystems, indem er einen abgestimmten und angebotsorientierten Taktfahrplan für einen zukünftigen Zeitpunkt darstellt. Dieser dient der Ableitung der erforderlichen Bedingungen, wie Infrastruktur, Fahrzeuge und Betriebskosten. Der Zukunftsfahrplan wird **voraussichtlich** in die Etappen 2028 und 2033 aufgliedert (**keine abschließende Aufteilung**). Neben diversen **weiteren** Vorteilen, die eine solche Etappierung bietet, eröffnet sie insbesondere die Möglichkeit einer frühen und zielorientierten Kommunikation.

Die Einführung und Umsetzung des Zukunftsfahrplans **soll dementsprechend** von einem begleitenden Kommunikationsprozess unterstützt werden. Das übergeordnete Ziel der Kommunikationsstrategie besteht darin, den Zukunftsfahrplan transparent in die Fachöffentlichkeit und breite Öffentlichkeit zu vermitteln. Ein wesentlicher Fokus liegt auf der Entwicklung eines Kommunikationskonzepts, dass die Beteiligung aller relevanten Stakeholder:innen und Zielgruppen ermöglicht, insbesondere Landkreise, Kommunen und Verbände, wobei die gezielte Einbindung an den richtigen Stellen von entscheidender Bedeutung ist. **Darüber hinaus dient der Zukunftsfahrplan als Instrumentarium, um die breite Öffentlichkeit frühzeitig und direkt über die Entwicklungen im SPNV zu informieren.**

Die Entwicklung, Umsetzung und Evaluation des Kommunikationsprozesses soll durch einen externen Dienstleister (DL) begleitet werden. Die maßgeblichen Aufgaben des DL sind die Unterstützung und Zuarbeit bei:

- der Entwicklung einer effektiven Kommunikationsstrategie
- der Umsetzung der Kommunikationsstrategie
- der kontinuierlichen Evaluation der Kommunikationsstrategie und deren Weiterentwicklung

Für eine erste Orientierung der zeitlichen Umsetzungsdauer der Kommunikationsstrategie nachfolgend ein vorläufiger Ablauf (unter Vorbehalt von etwaigen Änderungen):

- Januar 2024 bis Mai 2024 -> Entwicklung Kommunikationsstrategie und Vorbereitung für die Umsetzung der Kommunikation
- Start: Juni 2024 bis Ende Projektlaufzeit -> Start der Kommunikation durch Kommunikationsmaterialien
- Februar/ März 2025 -> erste Veranstaltung
- August/ September 2025 -> zweite Veranstaltung
- November/ Dezember 2025 -> dritte Veranstaltung (Abschlussveranstaltung)

7. Arbeitspakete

Der Auftrag untergliedert die konkreten Leistungsanforderungen in nachfolgende Arbeitspakete (AP). Alle Arbeitsschritte sind in enger Abstimmung mit dem Verkehrsministerium (VM) und der NVBW durchzuführen. Alle relevanten fachlichen Informationen, die für die Ausgestaltung der Kommunikationsstrategie erforderlich sind, werden dem Dienstleister im laufenden Prozess vom VM zur Verfügung gestellt.

Der Auftragnehmer verpflichtet sich bei der Erstellung der vom Auftraggeber geforderten Inhalte die Grundsätze der Barrierefreiheit einzuhalten (insbesondere entscheidend für Arbeitspaket 2). Dies betrifft – soweit keine zusätzlichen Absprachen getroffen wurden – zur Veröffentlichung vorgesehene PDF-Dokumente sowie Word-Dokumente, PowerPoint-Folien, Grafiken, Bilder und Videos. Die Dokumente werden vom Auftragnehmer gemäß den Vorgaben der WCAG (WEB CONTENT ACCESSIBILITY GUIDELINES) 2.1, LEVEL AA und DIN-/ISO-STANDARD PDF/UA-1 (Universal Accessibility) (DIN ISO 14289-1 bzw. ISO 14289-1:2014) erstellt. Der Auftraggeber überprüft die Einhaltung der Barrierefreiheitsanforderungen u.a. mittels des frei verfügbaren PDF-Accessibility-Checker (PAC3). Leitgebend für die hier

gestellten Anforderungen sind das Landes-Behindertengleichstellungsgesetz (L-BGG) und die Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung, BITV) des Bundes.

AP 1: Strategieentwicklung und Projektsteuerung

Um den ambitionierten Zeitplan des Projekts einzuhalten, ist ein zielgerichtetes und umfassendes Projektmanagement im Sinne der übergeordneten Steuerung und Koordination von zentraler Bedeutung. Zudem ist in einem ersten Schritt die Kommunikationsstrategie aufzustellen. Hierbei ist insbesondere das Kommunikationsziel, die Erstellung einer Stakeholder:innen-Datenbank sowie die Beteiligungsstrategie zu erarbeiten. Neben der Kommunikation für eine Fachöffentlichkeit soll zudem (untergeordnet) die breite Öffentlichkeit informiert und in einem geeigneten Maß beteiligt werden. Außerdem schließt das AP1 die Evaluation der Kommunikationsstrategie mit ein.

1. angepasste Zeitplanung und Terminierung während der gesamten Projektlaufzeit mit Benennung von Meilensteinen unter Berücksichtigung von Abhängigkeiten und Abstimmungszyklen mit den anderen Teilprojekten
2. Begleitung des Prozesses und Abstimmung zu Zwischenschritten / Meilensteinen und Ergebnissen
3. Vorbereitung, Wahrnehmung und Nachbereitung (inkl. Protokollerstellung) aller Teilprojektgruppentermine (voraussichtlich zweiwöchentliche Termine je 30 bis 60 min)
4. regelmäßige (mind. monatliche) Statusberichte zum aktuellen Sachstand zum aktuellen Teilprojektfortschritt und den weiteren geplanten Schritten
5. Entwicklung der Kommunikationsstrategie für die Fachöffentlichkeit und breite Öffentlichkeit; Formulierung von zwei detaillierten Kommunikationszielen mit Darlegung einer Begründung unter Berücksichtigung der Gesamtprojektziele
6. Aufbau und Verwaltung einer Stakeholder:innen-Datenbank: Ergebnisse sind in einer Excel-Tabelle festzuhalten mit den Mindestanforderungen: Name, Adresse, Kontaktdaten, Akteursgruppe, Partei, Institution, Mitgliedschaften. Die Akteure sind größtenteils bereits identifiziert und werden vom VM zur Verfügung gestellt
7. Ausarbeitung von in Betracht kommenden Beteiligungsformaten für die ermittelten Stakeholder:innen (z.B. Workshops, Informationsveranstaltungen, Fishbowl-Methode, etc.)

8. Konzeption und Bereitstellung von Materialien, die die Kommunikationsstrategie und den Prozess inkl. Zeitplan darstellen (z.B. Präsentationen, Visualisierungen)

9. Auswertung der Kommunikationsstrategie nach den jeweiligen Kommunikationsphasen

10. Lessons Learned und Empfehlungen für die zweite/ dritte Kommunikationsphase erarbeiten und vorstellen

Die Abrechnung des AP1 erfolgt auf nachgewiesenen Stundenaufwand. Eine erste Schätzung ist mit abzugeben.

AP 2: Aufbereitung von Kommunikationsmaterialien

Das AP2 umfasst die Erstellung von Materialien des DL, die für die externe Kommunikation des Projekts erforderlich sind. Hierbei ist die eigenständige Verfassung von Texten, Grafiken sowie Diagrammen des DL miteingeschlossen. Das bedeutet konkret, dass bereitgestellte Fachliteratur des VM durch den DL eigenständig für die verschiedenen Medien und das jeweilige Publikum formuliert werden.

1. Zusammenstellung von informativem Material (Text, Video, Visualisierungen) für verschiedene Medien (Online, Print).

2. Grafische Darstellung von Strecken für ganz Baden-Württemberg -> siehe Grafik Filstalbahn | Regionalverkehr-Projekt Stuttgart-Ulm (<https://regionalverkehr-projekt-stuttgart-uhl.de/>)

3. Entwicklung eines einheitlichen Corporate Design, um die Botschaften des Projekts effektiv zu vermitteln (vergleichend siehe einheitliches Design des Deutschlandtakts)

4. Relaunch und Übernahme der Website: <https://regionalverkehr-projekt-stuttgart-uhl.de/> - Der DL übernimmt die Website und entwickelt diese weiter. Die Website soll so gestaltet werden, dass sie die erste Anlaufstelle für die Öffentlichkeit ist, um sich über den Zukunftsfahrplan zu informieren (analog siehe: <https://www.deutschlandtakt.de/>). Das Design und die Strukturierung der Website wird in enger Absprache mit dem VM erfolgen.

Die Abrechnung des AP2 erfolgt auf nachgewiesenen Stundenaufwand. Eine erste Schätzung ist mit abzugeben.

AP 3: Veranstaltungsmanagement

Das AP3 umfasst das Veranstaltungsmanagement. Zudem stellt der DL eine angemessene Vor- und Nachbereitung jeder Veranstaltung sicher (Handling von Kontaktformularen sowie der Einladungen, Tagesordnung, Protokoll, Auswertung und Aufbereitung der Ergebnisse).

Bislang sind drei **bis fünf** Abendveranstaltungen je 2 bis 5 Stunden in Stuttgart angedacht (vorbehaltlich von Änderungen). Die Veranstaltungen werden voraussichtlich in Präsenz mit je 50 bis 150 Personen stattfinden. **Die Räumlichkeiten werden von dem Auftraggeber gestellt und sind in der Angebotsabgabe nicht einzuberechnen.** Ein Livestream ist für jede Veranstaltung durch den DL einzurichten. **Primäre Zielgruppe der Veranstaltungen sind die zu ermittelnden Stakeholder:innen. Für eine erste Orientierung kann auf die bereits durchgeführten Veranstaltungen des Projekts Regionalverkehr Projekt Stuttgart – Ulm verwiesen werden: <https://regionalverkehr-projekt-stuttgart-uhl.de/live>.**

Vorbehaltlich unterschiedlicher Abweichungen, welche sich nach der Ausarbeitung der Kommunikationsstrategie ergeben können.

1. Teilnehmer:innen-Management ist durch den Dienstleister bereitzustellen
2. **Bereitstellung einer neutralen Moderation für alle Präsenz Veranstaltungen. Hierrunter fallen auch die Bündelung und Strukturierung der Fragen und Rückmeldungen, die während den Veranstaltungen gestellt werden (sowohl digital als auch in Präsenz)**
3. **Die technische Umsetzung (hybride Veranstaltungen) ist von dem Dienstleister bereitzustellen (Moderationsgegenstände, Kameras, Videokonferenzplattform, etc.)**
4. Protokollführung und Nachbereitung (Ergebnisvorstellung) jeder Veranstaltung hat durch den Dienstleister zu erfolgen

Die Abrechnung erfolgt auf nachgewiesenen Stundenaufwand. Eine erste Schätzung ist mit abzugeben