

# **Leistungsverzeichnis für die Ausschreibung der Servicestelle**

## **1. Vorhaben im Allgemeinen**

Die Bayerische Staatsregierung – vertreten durch das Bayerische Staatministerium für Familie, Arbeit und Soziales (StMAS) –, die vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V., der Bayerische Industrie- und Handelskammertag e.V. (BIHK) und der Bayerische Handwerkstag e. V. (BHT) sind Paktpartner des „Familienpakts Bayern“. Ziel des Familienpakts Bayern ist es, Arbeitgebende der Wirtschaft und des Öffentlichen Dienstes in Bayern zu unterstützen, die Familienfreundlichkeit in ihren Unternehmen und Betrieben zu verbessern, um Arbeits- und Fachkräfte zu gewinnen und zu halten und den Wirtschaftsstandort Bayern zu stärken.

Seit 1. September 2015 begleitet die Servicestelle die Paktpartner bei der Umsetzung des „Familienpakts Bayern“. Sie arbeitet eng mit den Paktpartnern zusammen. Sie setzt in Abstimmung mit den Paktpartnern Maßnahmen im Rahmen des „Familienpakts Bayern“ um und gewährleistet die inhaltliche Qualität. Details zum Familienpakt und zur Servicestelle sind dem Online-Informationsportal des Familienpakts (abrufbar unter: [www.familienpakt-bayern.de](http://www.familienpakt-bayern.de)) zu entnehmen.

Die Servicestelle wird derzeit von einem Auftragnehmer betrieben, dessen Vertrag am 31. Dezember 2026 endet. Die Paktpartner haben beschlossen, den Familienpakt und die Servicestelle ab 1. Januar 2027 fortzuführen und weiterzuentwickeln.

Die Ziele des Auftrags sind insbesondere,

### **a) Beratung, Information und Vernetzung**

- Beratung und Information der Mitglieder des Familienpakts,
- Impulse zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf,
- Unterstützung der Mitglieder bei betrieblichen Maßnahmen zur Steigerung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf (Qualität statt Quantität),
- Setzung neuer Impulse für die Weiterentwicklung des Familienpakts Bayern,
- Vernetzung der Mitglieder des Familienpakts,
- Schaffung eines Rahmens für regionale Aktivitäten.

### **b) Sichtbarmachung**

- Sichtbarmachung der Mitglieder des Familienpakts mit ihren Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf,

- Bekanntmachung der Marke „Familienpakt Bayern“ in der Öffentlichkeit,
- Erhöhung der Sichtbarkeit der Maßnahmen und Angebote des Familienpakts in allen Regionen Bayerns,
- Durchführung einer wirksamen Öffentlichkeitsarbeit mittels Social Media, der Webseite, Publikationen und Informationsmaterialien sowie Pressearbeit,
- Steigerung der Mitgliederzahl und der Kooperationspartner,
- Strategische Nutzung von Kooperationen.

Die Zielerreichung wird an konkreten Kennzahlen gemessen (siehe Abschnitt 3).

Dabei wird der Auftragnehmer, der die Servicestelle betreibt, das bereits geschaffene Angebotsspektrum für die Mitglieder erweitern, das zu betreuende Online-Informationsportal und die Social-Media-Kanäle weiterentwickeln sowie eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit gewährleisten. Zudem akquiriert der Auftragnehmer neue Mitglieder, verwaltet die Mitgliedschaften und Netzwerkpartnerschaften, ist Ansprechpartner für die bayerischen Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber und übernimmt für diese die Lotsenfunktion. Um die Qualität der Angebote zu garantieren, führt er Erfolgskontrollen durch.

## **2. Ausgestaltung und Aufgaben der Servicestelle**

### **2.1. Zeitlicher Rahmen**

Die Servicestelle soll als eigene organisatorische Einheit zunächst bis Ende 2027 befristet sein. Es besteht jedoch eine zweijährige Verlängerungsoption zum Ende des Haushaltsjahres 2027 bis Ende 2029 und eine weitere zweijährige Verlängerungsoption zum Ende des Haushaltsjahres 2029 (entsprechend der Laufzeit des „Familienpakts Bayern“) bis Ende 2031.

Die Paktpartner werden eine Ausübung der Option insbesondere für den Fall in Erwägung ziehen, dass die Arbeit der Servicestelle erfolgreich verlaufen ist und den Paktpartnern ausreichende Haushaltsmittel für den Verlängerungszeitraum zur Verfügung stehen.

Die vereinbarten Leistungen können bei Ziehung der Erweiterungsoptionen in Abstimmung mit dem Auftraggeber angepasst werden.

### **2.2. Projektteam**

Die Servicestelle soll mit einem Projektteam (Projektleitung, Stellvertretung, Mitarbeitenden) besetzt sein.

Die Servicestelle soll über eigenes wissenschaftliches Know-how und konkrete Erfahrungen in der Umsetzung familienfreundlicher Personalpolitik verfügen. Sie garantiert die fachliche Qualität der Angebote für Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber. Die grundsätzliche inhaltliche,

fachliche Umsetzung soll durch die Servicestelle möglich sein. Nur in Ausnahmefällen ist der Rückgriff auf Unterauftragnehmer (nach den vertraglich zu vereinbarenden Konditionen) möglich. Auf juristisches und technisches Know-how muss bei Bedarf zurückgegriffen werden können.

### **2.3. Grundaufgaben**

Die Grundaufgaben der Servicestelle und die von ihr zu erreichenden Ziele werden im Folgenden definiert.

Die Vorschläge für die detaillierte Umsetzung der Aufgaben sollen von den Bietenden in ihren Angeboten dargestellt werden. Die Konkretisierung der Umsetzung erfolgt im weiteren Verlauf des Vergabeverfahrens in den Verhandlungsgesprächen gemeinsam mit den Paktpartnern.

Die Servicestelle nimmt folgende Grundaufgaben wahr:

#### **a) Beratung, Ansprechpartnerin und Lotsenfunktion für Arbeitgebende**

Die Servicestelle deckt den Erstberatungsbedarf der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber bezüglich familienfreundlicher Personalpolitik ab, ist kompetente Ansprechpartnerin und übernimmt eine Lotsenfunktion. Dies beinhaltet insbesondere:

- Hilfestellungen für Betriebe, wie sie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für ihre Beschäftigten verbessern können,
- Beantwortung von konkreten Anfragen von Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber (z. B. Vertragsgestaltung (ohne Rechtsberatung), Betreuungspersonal bei betrieblicher Ferienbetreuung (keine Vermittlung von Betreuungspersonal), Konzept Betriebskindergärten),
- Hinweis auf bestehende Beratungs- und Unterstützungsangebote.

#### **b) Durchführung einer wirksamen Öffentlichkeitsarbeit**

Die Servicestelle steigert die Bekanntheit des „Familienpakts Bayern“ und seines Angebotsspektrums in ganz Bayern und überzeugt Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber dadurch, dem Familienpakt beizutreten. Dies beinhaltet insbesondere:

- Erstellung und Umsetzung eines jährlichen Kommunikationskonzepts,
- Sicherung der regelmäßigen Präsenz des „Familienpakts Bayern“ in Presse und einschlägigen Medien (neben Social-Media-Kanälen auch Printmedien; auch außerhalb der Medienformate der Paktpartner),
- Unterstützung der Mitglieder bei der Außenwirkung (u. a. mit dem bestehenden Starterpaket, mit der Plakette und dem Logo des Familienpakts),

- Koordination und Unterstützung der Paktpartner bei der Öffentlichkeitsarbeit zum „Familienpakt Bayern“ sowie Aufbereitung und Kommunikation der jährlichen Jahresschwerpunktthemen und
- sichtbare Repräsentation des „Familienpakts Bayern“ nach außen.

Sie trägt zur Öffentlichkeitsarbeit des Wettbewerbs „Erfolgreich.Familienfreundlich“ bei und unterstützt die Paktpartner mit ihrem Know-how.

### **c) Betreuung und Weiterentwicklung des Informationsportals und der Social-Media-Kanäle**

Die webbasierten Informations- und Vernetzungsangebote für Mitglieder und Nicht-Mitglieder (derzeit Informationsportal und LinkedIn-Kanal) werden von der Servicestelle so gestaltet, dass es dem Bedarf der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber entspricht und von der Zielgruppe nachweislich genutzt wird. Die Konzeption und Produktion von Website- und Social-Media-Inhalten muss sowohl textliche Qualität als auch plattformspezifische Optimierung zur Steigerung von Sichtbarkeit, Reichweite und Nutzerinteraktion sicherstellen. Dies beinhaltet insbesondere:

- Arbeitgebendengerechte Präsentation aktueller (Fach-)Informationen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf,
- praxisorientierte Arbeitsmaterialien wie Checklisten, Leitfäden,
- Darstellung besonderer Vereinbarkeitsmaßnahmen von Mitgliedern in Form von Best-Practice,
- regelmäßiger digitaler Newsletter,
- interaktive digitale Formate,
- Veranstaltungshinweise und Hinweise auf neue Mitglieder,
- Betreuung des internen Nutzerbereichs des Informationsportals und dessen Weiterentwicklung entsprechend dem Bedarf der Mitglieder,
- Erstellung und redaktionelle Bearbeitung von Website-Inhalten (Texte, Bilder) und Social-Media-Posts unter Beachtung plattformspezifischer Anforderungen,
- Formulierung prägnanter Teaser und Headlines für unterschiedliche Kanäle,
- Suchmaschinenoptimierung (Keywords, Metadaten, Struktur) für Webinhalte,
- Anpassung von Bild- und Videoformaten sowie Einpflegen von Metadaten,
- Strategische Nutzung von Hashtags, Call-to-Actions und Posting-Timing zur Reichweiten- und Engagementsteigerung sowie
- Monitoring einfacher Kennzahlen (Reichweite, Klicks, Engagement) und Ableitung kleiner Optimierungen.

#### **d) Informationsangebot**

Die Servicestelle stellt ein umfassendes und aktuelles Informationsangebot für die Mitglieder des Familienpakts sicher. Dies beinhaltet insbesondere:

- Erstellung neuer Inhalte und Überprüfung der vorhandenen Informationen auf Aktualität und Fehlerfreiheit (in einer für den jeweiligen Inhalt sinnvollen Frequenz),
- zeitnahe Bereitstellung sämtlicher relevanter, aktueller Fachinformationen,
- jährlich umfassende Aufbereitung eines Schwerpunktthemas (Festlegung des Schwerpunktthemas durch die Paktpartner).
- besondere Angebote für kleine Betriebe.

#### **e) Konzeption, Organisation und Durchführung von und Teilnahme an Veranstaltungen**

Durch Veranstaltungen befähigt die Servicestelle Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, ihre Betriebe familienfreundlicher zu gestalten, steigert aktiv die Mitgliederanzahl und erweitert das Netzwerk des Familienpakts. Dies beinhaltet insbesondere:

- Planung und Durchführung von eigenen digitalen, analogen und hybriden Fachveranstaltungen (Workshops, Online-Seminare, Netzwerkveranstaltungen für Mitglieder und Netzwerkpartner etc.),
- Teilnahme an (Fach-)Veranstaltungen Dritter.

Das Personal der Servicestelle verfügt über die notwendige fachliche Qualifikation, um adäquate Fachvorträge eigenverantwortlich erbringen zu können.

Die Servicestelle stellt den Mitgliedern einen stets aktuellen digitalen Veranstaltungskalender zur Verfügung.

#### **f) Vernetzung der Arbeitgebenden und Netzwerkpartner**

Die Servicestelle steigert proaktiv den Austausch der Mitglieder und Netzwerkpartner sowohl untereinander als auch mit Kommunalen Gebietskörperschaften, Wirtschafts- und Sozialverbänden, Familienbündnissen und anderen relevanten Akteuren. Dies beinhaltet insbesondere:

- Ausbau der bestehenden Instrumente des Familienpakts Bayern (interner Nutzerbereich, Veranstaltungen etc.) und Entwicklung neuer Instrumente sowie
- Unterstützung der Mitglieder beim Austausch von Umsetzungserfahrungen (z .B. Übertragbarkeit von „Best Practices“) und deren praxisorientierter Anwendung.

#### **g) Den „Familienpakt Bayern“ in die bayerische Fläche bringen**

Es soll gemeinsam mit den Paktpartnern das vorhandene aktive flächendeckende Netzwerk von Mitgliedern, Kommunalen Gebietskörperschaften und lokalen Initiativen weiterentwickelt werden. Für den Austausch im Netzwerk werden Informationen über lokale Angebote vor Ort zur Verfügung gestellt. Für das Netzwerk sollen Veranstaltungen und Kooperationen mit lokalen Unterorganisationen der Paktpartner und mit lokalen Initiativen genutzt werden. Dazu soll die Servicestelle insbesondere

- mit den inhaltlichen Angeboten und der Öffentlichkeitsarbeit des „Familienpakts Bayern“ regional eingebundene Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber ansprechen und
- mit lokalen Bündnissen und Initiativen oder mit Gebietskörperschaften, beispielsweise in Form von Veranstaltungen, kooperieren oder diese bei eigenen Veranstaltungen im Rahmen des Familienpakts unterstützen.

#### **h) Spezifische Unterstützungsangebote**

Der Heterogenität der bayerischen Unternehmenslandschaft soll Rechnung getragen werden. Insbesondere sind spezifische auch auf kleinere Betriebe zugeschnittene Angebote zu erstellen. Diese beinhaltet insbesondere Planung und Durchführung von auf diese Zielgruppe zugeschnittenen (Fach-) Veranstaltungen (zu den Themen Kommunikation und Vermarktung, familienbewusste Arbeitsbedingungen, Service- und Unterstützungsangebote, etc.)

#### **i) Akquise von Mitgliedern sowie Verwaltung der Mitgliedschaften und Netzwerkpartnerschaften**

Durch aktive Akquise steigert die Servicestelle die Mitgliederzahlen. Dies beinhaltet insbesondere:

- arbeitgebendengerechte Darstellung der Vorteile der Mitgliedschaft,
- Identifikation und Kontaktieren möglicher Neumitglieder,
- Umsetzung einer wirksamen Öffentlichkeitsarbeit und
- Sichtbarmachung der Familienpaktmitglieder mit ihren Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf.
- Durchführung von Kooperationsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit dem StMAS und ggf. mit den anderen Paktpartnern oder Dritten.

Sie trifft die erforderlichen Maßnahmen für die Verwaltung der Mitgliedschaften und Netzwerkpartnerschaften (z. B. Entgegennahme und Bearbeitung der Anträge). Dabei findet nur eine formale Überprüfung der gemeinsam festgelegten Kriterien einer Mitgliedschaft bzw. Netzwerkpartnerschaft statt, nicht jedoch eine inhaltliche Prüfung auf Familienfreundlichkeit.

#### **j) Fachliche Kompetenz**

Die inhaltliche Qualität, fachliche Tiefe und Aktualität der Angebote für die Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber insbesondere bei

- Publikationen, Kurzumfragen und Jahresschwerpunktthemen,
- Fachvorträgen auf eigenen und auf Veranstaltungen Dritter
- und für Beratung bei inhaltlich tiefergehenden Einzelanfragen

muss gewährleistet sein.

Wichtige Dokumente, Vorträge und Veröffentlichungen sind, in der erforderlichen inhaltlichen und sprachlichen Qualität finalisiert, zur Freigabe an die Paktpartner zu übermitteln.

#### **k) Umfrage als Teil der Erfolgskontrolle der Tätigkeit der Servicestelle**

Die Servicestelle überprüft laufend den Erfolg ihrer Arbeit (inkl. Öffentlichkeitsarbeit) und passt ihre Maßnahmen entsprechend an. Die Grundlage hierfür liefert neben dem quartalsweisen Reporting (siehe unter 2. I)) auch eine Umfrage unter den Mitgliedern des Familienpakts, die die Servicestelle jeweils Mitte der Jahre 2028 und 2030 durchführt. Dies beinhaltet insbesondere:

- Konzeption eines Fragebogens in Abstimmung mit den Paktpartnern sowie, auf dessen Grundlage,
- Durchführung und Auswertung einer Umfrage zum Erfolg des Familienpakts Bayern und zum Nutzen für seine Mitglieder und Netzwerkpartner.

Die Auswertung der Umfrage wird den Paktpartnern vorgelegt. Die Inhalte der Umfrage orientieren sich insbesondere an den folgenden Leistungsindikatoren (s. auch Kennzahlen unter 3.):

- Anzahl der weiterentwickelten, eingeführten und geplanten betrieblichen Maßnahmen der Mitglieder zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf seit ihrer Mitgliedschaft,
- Erfolg der von der Servicestelle durchgeführten Veranstaltungen, Annahme der und Zufriedenheit mit den zur Verfügung gestellten Angeboten und
- zukünftiger Bedarf der Mitglieder und Netzwerkpartner.

#### **l) Vorbereitung und Organisation der Sitzungen der Steuergruppe**

Die Steuergruppe ist paritätisch mit Vertretern der Paktpartner besetzt. Ihr obliegt die strategische Beratung und Abstimmung über die unter 2. m) genannten Berichte und Planungen sowie über die inhaltlichen Fragen im Zuge der Umsetzung des Kooperationsvertrags. Die Servicestelle informiert die Paktpartner fortlaufend und rechtzeitig über wesentliche Planungen und Aktivitäten. Die der Steuergruppe zur Freigabe vorgelegten

Dokumente sind so weit zu finalisieren, dass keine umfangreichen Abstimmungen mehr erforderlich sind.

Die Servicestelle ermöglicht durch eine strukturierte Vorbereitung der Sitzungen die effektive Arbeit der Steuergruppe.

Die Steuergruppe wird regelmäßig, aber mindestens dreimal jährlich, oder auf Anforderung eines Paktpartners einberufen.

### **m) Berichtspflichten**

Der mit dem Betrieb der Servicestelle beauftragte Auftragnehmer wird den Paktpartnern jeweils folgende Berichte vorlegen:

- zum 31.01. des Jahres den Jahresabschlussbericht über die Tätigkeiten im vorausgegangenen Jahr,
- zum 30.09. des Jahres einen Jahres- und Finanzplan für das folgende Jahr,
- quartalsweise Berichterstattung am letzten Tag des jeweiligen Monats.

Des Weiteren erstellt der mit dem Betrieb der Servicestelle beauftragte Auftragnehmer jeweils zum 31.01. des Folgejahres eine Jahresabrechnung für die Paktpartner.

Das quartalsweise Kurzreporting an die Paktpartner umfasst die aktuellen Zahlen für Akquise, Öffentlichkeitsarbeit und Presse, Veranstaltungen und inhaltliche Angebote (u.a. Zahl und Art der Kontakte; Neumitglieder/Austritte, Durchführung von Veranstaltungen; aktive Teilnahme an Veranstaltungen; Zahl und Art der von der Servicestelle durchgeführten Aktivitäten auf der Familienpakt-Homepage; Zugriffsdaten Website und der Social-Media-Kanäle (derzeit LinkedIn); Zahl der Erstberatungen). Dies schließt die Umsetzungsanalyse der eigenen Maßnahmen und Angebote so mit ein, dass mögliche Weiterentwicklungspotenziale des Familienpakts Bayern identifiziert und am Bedarf der Zielgruppe ausgerichtet werden können.

Die Aufgaben der Servicestelle können gegebenenfalls durch die Steuergruppe an sich verändernde Bedarfe angepasst werden.

Nicht zu den Aufgaben der gemeinsamen Servicestelle gehören insbesondere die Beratung zu (arbeits)rechtlichen Fragen und zu Fragestellungen der Tarifvertragsparteien sowie die Vermittlung von konkreten Betreuungs- und Pflegeangeboten.

### **3. Erfolgssicherung**

Die Zielerreichung wird, soweit möglich, an konkrete Kennzahlen gebunden. Es werden für die verschiedenen Ziele jeweils Kennzahlen definiert, die jährlich zu erreichen sind. Die Angebote der Bieter sollen Vorschläge zu den einzelnen zu erreichenden Kennzahlen



enthalten. Die Festlegung der Kennzahlen wird Gegenstand der Verhandlungsgespräche sein.

Falls die Kennzahlen nicht erreicht werden, sind vom Auftragnehmer zusätzliche zur Zielerreichung geeignete Maßnahmen zu ergreifen.

#### **a) Akquise**

Die Tätigkeit der Servicestelle führt zu einer kontinuierlichen Steigerung der Mitglieder und Kooperationspartner im Familienpakt. Die Mitglieder werden messbar dabei unterstützt ihren Betrieb familienfreundlicher zu gestalten, z. B. durch Weiterentwicklung oder Neueinführung familienfreundlicher Maßnahmen.

#### **b) Öffentlichkeitsarbeit**

Die Marke „Familienpakt Bayern“ soll noch sichtbarer in der öffentlichen Wahrnehmung und regional in der Fläche verankert werden. Für den Erfolg der Öffentlichkeitsarbeit und den Bekanntheitsgrad des „Familienpakts Bayern“ sind konkrete Kennzahlen vorzuschlagen.

#### **c) Konzeption, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen**

Der Erfolg der von der Servicestelle durchgeführten Veranstaltungen wird an konkreten Kennzahlen wie der Anzahl der Veranstaltungen und der Anzahl der teilnehmenden Betriebe gemessen. Dabei soll zwischen analogen und digitalen Veranstaltungen unterschieden werden.

#### **d) Betreuung und Weiterentwicklung der Social-Media-Kanäle**

Der Umsetzungserfolg bemisst sich an konkreten Kennzahlen wie insbesondere Likes und Follower sowie Beiträge und Zahl der Kommentare auf den Social-Media-Kanälen des Familienpakts (derzeit LinkedIn), Zugriffszahlen, Verweildauer.

#### **e) Den „Familienpakt Bayern“ in die bayerische Fläche bringen.**

Es soll ein aktives flächendeckendes Netzwerk geschaffen werden. Der Erfolg bemisst sich an konkreten Kennzahlen wie die zu diesem Ziel durchgeführten Veranstaltungen, initiierten Kooperationen und angebotenen und genutzten Inhalte.

#### **f) Spezifische Unterstützungsangebote**

Der Erfolg bemisst sich an konkreten Kennzahlen wie die zu diesem Ziel angebotenen und genutzten Inhalte und durchgeführten Veranstaltungen.

Der Umsetzungsstand der Kennzahlen ist, soweit möglich, im quartalsweisen Kurzreporting darzulegen. Die Erfüllung der jährlich festgelegten Kennzahlen ist jeweils im Jahresbericht nachzuweisen.