

DB BBG GmbH I encore

Lastenheft LinkedIn-Unterstützung

DB Bahnbau Gruppe GmbH

Lastenheft LinkedIn-Unterstützung

Berlin, den 28. Januar 2026

Inhaltsverzeichnis

Ausgangslage	3
1 Problemstellung	4
2 Zielsetzung der Ausschreibung und allgemeines Vorgehen	5
2.1 Zielsetzung der Ausschreibung	5
3 Allgemeine Rahmenbedingungen	6
3.1 Welche Leistungen werden gefordert?	6
4 Vergabelogik	7
4.1 Eignungskriterien	7
4.2 Zuschlagskriterien	7
5 Angebotsabgabe	9
5.1 Angebotsabgabe	9
6 Anhang	10
6.1 Glossar	10

Ausgangslage

Die DB Bahnbau Gruppe GmbH ist ein bauorientiertes Tochterunternehmen der Deutsche Bahn AG. Das Unternehmen bietet Bauleistungen rund um die Schieneninfrastruktur an und ist aktuell in 4 technische Serviceeinheiten sowie der Geschäftsentwicklung gegliedert.

Innerhalb der DB Bahnbau Gruppe GmbH ist encore | DB ein eigenständig strukturiertes Start-Up als Teil der Geschäftsentwicklung. encore | DB entwickelt nachhaltige Batteriespeichersysteme aus gebrauchten und überschüssigen Batteriemodulen der Elektromobilität, fertigt diese und übernimmt die Integration beim Kunden.

Um die Bekanntheit für die Marke encore | DB zu steigern und Neukunden zu akquirieren wird seit Februar 2024 LinkedIn genutzt. Dafür gibt es eine eigene LinkedIn [Fokusseite](#). Außerdem werden dafür Accounts der Gründer:innen und Mitarbeitenden genutzt, die regelmäßig Beiträge zu Batteriespeicher Themen veröffentlichen.

1 Problemstellung

Um die Sichtbarkeit der Marke encore | DB im Markt für Energiespeicherlösungen zu erhöhen und neue Kundengruppen im B2B-Umfeld (Industrie, Gewerbe, Energieversorger und -vermarkter) zu erreichen, wird seit Februar 2024 eine LinkedIn-Strategie umgesetzt. Diese umfasst sowohl eine LinkedIn-Fokussseite für encore | DB als auch die persönlichen Profile der Gründer:innen und Mitarbeitenden, über die regelmäßig Inhalte zu Batteriespeichertechnologien, Projekten und Branchentrends veröffentlicht werden.

Für diese Aktivitäten besteht bereits ein einheitliches Kommunikationskonzept mit klar definierter Tonalität, Themenstruktur und Rollenverteilung zwischen Unternehmens- und Personenmarken. Dieses Konzept soll nun aktualisiert und weiterentwickelt werden, um den veränderten strategischen Zielen und den gestiegenen Anforderungen an die Content Erstellung und Leadgenerierung Rechnung zu tragen.

Ziel der Ausschreibung ist es daher, eine Agentur zu finden, die die LinkedIn- und Personal-Branding-Strategie von encore | DB professionell weiterentwickelt, bestehende Aktivitäten evaluiert und auf Basis einer klaren Positionierung Maßnahmen zur Steigerung von Reichweite, Markenbekanntheit und Leadgenerierung entwickelt und umsetzt.

2 Zielsetzung der Ausschreibung und allgemeines Vorgehen

Im folgenden Kapitel werden die Zielsetzung der Ausschreibung und das Vorgehen allgemein beschrieben, die umfassende und vertiefte Beschreibung erfolgt in den beiden anschließenden Kapiteln 4 und 5.

2.1 Zielsetzung der Ausschreibung

Ziel der Ausschreibung ist es, eine Agentur zu finden, die die bestehende LinkedIn- und Personal-Branding-Strategie von encore | DB professionell weiterführt, aktualisiert und inhaltlich stärkt, um Sichtbarkeit, Reichweite und Wirkung der Kommunikation messbar zu erhöhen. Darüber hinaus soll die Agentur:

- relevante und spannende Themen identifizieren, die encore | DB als Meinungsführer im Bereich nachhaltiger Energiespeicher positionieren,
- hochwertigen Content entwickeln und erstellen (Text, Bild, Video) – abgestimmt auf Unternehmens- und Personalprofile,
- sowie die LinkedIn-Profile der Gründer:innen und Mitarbeitenden (Profiltexte, Header, Fotos, About-Sektionen) ggf. zu aktualisieren und optimieren, um einen konsistenten, professionellen Markenauftritt sicherzustellen.

3 Allgemeine Rahmenbedingungen

Dieses Kapitel beschreibt die allgemeinen Rahmenbedingungen seitens der DB Bahnbau Gruppe GmbH (AG) an den Auftragnehmer (AN).

3.1 Welche Leistungen werden gefordert?

- **Strategieentwicklung für LinkedIn**
 - Initiale Analyse der Profile & der bisherigen Performance des Contents
 - Entwicklung einer Content Strategie für den Corporate Account von "encore | DB" und Mitarbeitendenprofile auf LinkedIn
 - Überarbeitung der Accounts (Texte, Banner etc.)
 - Strategische Zielsetzung für die Accounts
- **6 Monate Kreation von regelmäßigem Content für LinkedIn (ca. 12 Posts pro Monat)**
 - Erstellen eines Redaktionsplans
 - Erstellen der Postings und/oder Bereitstellung einer Plattform zur Content Erstellung
- **Monatliche Reportings & Analysen des Contents zzgl. Handlungsempfehlungen, wenn KPI nicht erreicht werden**
- **Input zu News & Änderungen bei LinkedIn**
- **Unterstützung durch Sales Navigator:**
 - Bereitstellung eines LinkedIn Premium Accounts
 - Outreach über den Sales Navigator in relevanten Zielgruppen
- **(optional) Community Management:**
 - Unterstützung beim Management der encore | DB Community auf LinkedIn
 - Positionierung von encore | DB als Thought Leader bei relevanten Accounts

Bei der Angebotsabgabe soll auf die Punkte eingegangen werden (siehe auch Kapitel 4 - Vergabelogik).

4 Vergabelogik

In diesem Kapitel sollen die zu bewertenden Kriterien mit ihrer jeweiligen Gewichtung beschrieben werden.

4.1 Eignungskriterien

Kriterium	Anmerkung
Relevante Projekterfahrung:	Mindestens zwei abgeschlossene B2B-LinkedIn-Projekte inkl. Personal-Branding-Komponenten (Case Studies mit Zielen, Maßnahmen, Ergebnissen).
Kapazität und Lieferfähigkeit:	Nachweis, dass über 6 Monate mindestens 12 Posts/Monat erstellt bzw. bereitgestellt werden können (Kapazitäts-/Ressourcenplanung, Teamaufstellung).
Teamqualifikation	Rollen und Profile (Strategie, Redaktion, Visual, Performance/Analytics); Deutsch auf professionellem Niveau.
Reporting- und KPI-Kompetenz:	Nachweis eines etablierten KPI-Frameworks (u. a. Reichweite, Interaktionen, Follower-Wachstum, CTR/Traffic, Profil-Views) und Erfahrung mit monatlichen Reportings inkl. Handlungsempfehlungen.
Tooling/Plattform:	Fähigkeit zur Bereitstellung einer Content-Erstellungs-/Freigabeplattform oder eines sauberen Freigabeprozesses (z. B. Redaktionsworkflow).
Sales Navigator/LinkedIn Premium:	Nachweis der Nutzungskompetenz für Sales Navigator, inkl. Zielgruppen-Segmentierung und Outreach-Prozessen; Bereitstellung eines LinkedIn Premium Accounts gemäß Leistungsbeschreibung.
Compliance und Datenschutz:	Einhaltung DSGVO, LinkedIn-Richtlinien, Urheberrecht und Markenrichtlinien (inkl. Rechteklärung für Bild-/Video-Assets).

4.2 Zuschlagskriterien

Kriterium & Gewichtung	Anmerkung
Strategisches Konzept für LinkedIn und Personal Branding (9%)	Passgenauigkeit zur encore DB Positionierung als Thought Leader im Bereich nachhaltiger Energiespeicher Zielbilder, Zielgruppen und Tonalität (Corporate- und Personalprofile)
Content-Qualität und Kreation über Formate hinweg (9%)	Qualität von Text und Bild; Konsistenz zum Markenauftritt Vielfalt und Relevanz geplanter Formate (z. B. Fachbeiträge, Kurzvideos, Slides, Infografiken)

Kriterium & Gewichtung	Anmerkung
	Vorlage von zwei Beispiel-Postings zu encore DB (ein Corporate-, ein Personal-Branding-Beispiel)
Operative Umsetzung und Prozesse (4%)	Redaktionsplan (Frequenz, Rubriken, Verantwortlichkeiten), Review- und Freigabeschritte Zusammenarbeit mit Stakeholdern für Anpassungen und Feedback-Schleifen Klarer Prozess zur Aktualisierung von Profiltexten
Reporting, KPI-Logik und Optimierung (3%)	Ziel-KPIs je Format/Profil, Messmethodik, Dashboards/Reports Vorgehen bei Zielabweichungen (Hypothesen, Tests, Maßnahmenkatalog)
Sales Navigator und Outreach-Ansatz (1%)	Zielgruppendefinitionen, Filter-/Listen-Strategien, Messaging-Logik Verzahnung mit Content
Team & Qualifikation (2%)	Erfahrung der Schlüsselrollen (Strategie, Redaktion, Analytics) in B2B/Tech/Green-Tech Verfügbarkeit der benannten Personen
Erfahrung/Referenzen in B2B-Tech/Green-Tech-Kommunikation (1%)	Nachweise als Thought-Leadership-Partner, branchenspezifische Cases, nachweisbare Wirkung (KPIs)
Datenschutz, Compliance & Markenführung (1%)	Prozesse zur Rechteklärung, DSGVO-konforme Datenverarbeitung, LinkedIn-Policy-Konformität
Preis (70%)	Gesamtpreis für 6 Monate inkl. aller Leistungen (Strategie, Kreation, Reporting, Sales Navigator-Support, ggf. Plattform)
Optionale Leistung: Community Management (6 Monate)	
Wenn beauftrag, zusätzliches Unterkriterium Community Management	Moderations- und Interaktionsstrategie Identifikation relevanter Accounts für Thought Leadership

5 Angebotsabgabe

5.1 Angebotsabgabe

Bitte folgendes hochladen:

- 1) Kurzkonzzept (max. 2 Seiten), auf denen Sie Ihre Referenzen oder Beispiele und Ihr Team vorstellen; Inhalt: siehe Eignung- und Zuschlagskriterien (4.1 und 4.2) sowie Punkt 3.1
- 2) Ausgefüllte und unterschriebene Bietererklärung
- 3) Unterschriebener Mustervertrag, als Bestätigung der Anerkennung sämtlicher Vertragsbedingungen inkl. Anlagen
- 4) Pauschalpreis für 6 Monate (Gesamtvertragslaufzeit: 2 Jahre)
- 5) Ggf. Pauschalpreis für die optionale Leistung (Community Management) für 6 Monate

6 Anhang

6.1 Glossar

In diesem Kapitel sind die zentralen Begriffe erläutert, die in diesem Dokument verwendet werden.

Begriff	Definition
AG	Auftraggeber
AN	Auftragnehmer