

Leistungsbeschreibung Rahmenvereinbarung über strategische PR-Beratung für externe Kommunikation

Hinweis zur Sprache

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit gelten sämtliche Personenbezeichnungen gleichermaßen für alle Geschlechter.

A. Ausgangslage und Einordnung des Auftrags

Die Berlinovo Immobilien Gesellschaft mbH (nachfolgend „berlinovo“) ist eine Beteiligung des Landes Berlin und übernimmt als landeseigenes Unternehmen eine besondere Verantwortung für die Stadt Berlin und ihre Gesellschaft. Das Unternehmen bewirtschaftet bundesweit rund 33.000 Mieteinheiten mit einer Gesamtmietfläche von ca. 2,4 Mio. m². Der Schwerpunkt der Tätigkeit liegt auf der Schaffung, Vermietung und Bewirtschaftung von bezahlbarem, nachhaltigem Wohnraum sowie auf der Entwicklung lebenswerter Quartiere für unterschiedliche Zielgruppen, insbesondere Studierende, Senioren und Beschäftigte landeseigener Unternehmen.

Unternehmensgeschichte berlinovo:

Wir blicken auf 60 Jahre Erfahrung zurück, wenn es darum geht, für besondere Bedarfe in Berlin Wohnraum zu schaffen. Unsere Wurzeln reichen bis zum Jahr 1964 zurück, als die ARWOBAU in West-Berlin gegründet wurde, um angeworbenen Arbeitskräften ein Dach über dem Kopf zu bieten. Schon damals haben wir also der (halben) Stadt beim Wachsen geholfen.

Nach der Wiedervereinigung kooperierten wir mit dem Ostberliner Pendant, der ARWOG. Im Jahr 1994 wurden die beiden Unternehmen dann zu einem vereint. Es folgte eine turbulente Zeit in den 90er-Jahren. Der Berliner Senat fasste 1994 alle Bankenbeteiligungen in einer neuen Holding zusammen. Im Zuge dessen veräußerte das Land Berlin seine Anteile an der ARWOBAU an eine Tochtergesellschaft der Landesbank Berlin. Im weiteren Verlauf der wirtschaftlichen Schieflage der Bankgesellschaft Berlins im Jahr 2001 wurde das Immobiliendienstleistungsgeschäft 2006 wieder vom Land Berlin übernommen und in der neu gegründeten BIH (Berliner Immobilien Holding) gebündelt. 2012 folgte die Umfirmierung zur Berlinovo Immobilien Gesellschaft mbH.

In den kommenden acht Jahren agierte berlinovo hauptsächlich als verwaltender Immobiliendienstleister. Um Schulden abzubauen, lag die Priorität auf dem Verkauf von Immobilien. Der Startschuss für unsere neue Ausrichtung fiel 2021, als die treuhänderisch für das Land Berlin gehaltenen Fondsanteile in berlinovo eingelegt wurden.

Damit konnten wir erstmals mit den eigenen Immobilienwerten wirtschaften und uns als bestandshaltendes und projektentwickelndes Unternehmen mit Wachstumsambitionen aktiv weiterentwickeln. Im Jahr darauf folgte der nächste Meilenstein: Zum 1. Juli 2022 gingen über 4.000 Wohnungen von Deutsche Wohnen und Vonovia in den Besitz von berlinovo über. Der Zukauf verdeutlicht den Paradigmenwechsel, den berlinovo in den vergangenen Jahren vollzogen hat, und unterstreicht unseren sozialen Auftrag für Berlin. Die Anpassung unseres Gesellschaftsvertrags am 20. September 2022 manifestierte diesen Wandel: Mit dem neuen Gesellschaftsvertrag wurde unsere öffentliche Ausrichtung gestärkt – Servicepartner für das Land Berlin.

Wir haben unsere reine Ausrichtung auf den wirtschaftlichen Gewinn abgelegt und übernehmen als Landesunternehmen soziale Verantwortung für Berlin.

berlinovo versteht sich heute als verantwortungsvoller Akteur der Stadtentwicklung und der Daseinsvorsorge. berlinovo bietet Räume zum Wohnen, Leben und Arbeiten. Unser Fokus liegt auf lebenswerten Quartieren für alle Generationen. Im Interesse und Auftrag des Landes Berlins errichten, vermieten und bewirtschaften wir bezahlbaren und nachhaltigen Wohnraum – vorzugsweise für Zielgruppen, wie Studierende, Senioren und Beschäftigte von Landesunternehmen. Außerdem managen wir gewerbliche Immobilien mit hoher Wertstabilität.

Wir übernehmen Verantwortung für unsere Stadt und die Gesellschaft: Wir bauen innovativ, handeln nachhaltig und denken sozial. Gemeinwohl, Kundenorientierung und ein faires Miteinander mit unseren Mietenden sowie Geschäftspartnern haben für uns hohe Priorität. Diese Ziele erreichen wir gemeinsam mit unserem motivierten Team. Wir bieten unseren Mitarbeitenden ein leistungsstarkes Arbeitsumfeld, in dem Vielfalt und Chancengleichheit gelebt werden. Die unternehmerische Ausrichtung wird getragen von den vier NOVO-Werten: Neugier, Offenheit, Verantwortung und Orientierung. Diese Werte prägen das Leitbild, die Unternehmenskultur sowie die interne und externe Kommunikation und bilden die Grundlage für den Markenauftritt des Unternehmens.

Mit zielgerichteten Neubauprojekten und Nachverdichtungen in unseren Beständen werden wir vorhandene und künftige Versorgungslücken im Berliner Wohnungsbau im Sinne unserer Zielgruppen schließen. Diesen sozialen Auftrag haben wir auch durch eine entsprechende Satzungsänderung für uns manifestiert. Diese Positionierung wollen wir insbesondere in der Berliner Politik und der breiten Öffentlichkeit weiter optimieren.

Vor diesem Hintergrund schreibt berlinovo einen Rahmenvertrag über strategische externe Kommunikationsberatung aus.

B. Gegenstand des Rahmenvertrages

Gegenstand des Rahmenvertrages ist die fortlaufende Unterstützung der Stabstelle Unternehmenskommunikation der berlinovo durch einen externen Dienstleister in allen relevanten Fragen der strategischen externen Kommunikation.

Der Auftragnehmer erbringt seine Leistungen in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber und unterstützt diesen sowohl beratend als auch operativ bei der Weiterentwicklung, Umsetzung und Begleitung der strategischen Kommunikation der berlinovo. Die Leistungserbringung erfolgt bedarfsorientiert im Rahmen der jeweils abgestimmten Einzelaufträge innerhalb der Vertragslaufzeit.

C. Zielsetzung des Rahmenvertrages

Ziel des Rahmenvertrages ist es, die Positionierung der berlinovo weiter zu schärfen, die Kernbotschaften bei den relevanten Stakeholdern zu kommunizieren und somit die Sichtbarkeit des Unternehmens als modernes, zukunftsorientiertes und verantwortungsbewusstes landeseigenes Immobilienunternehmen nachhaltig zu stärken.

Dabei soll insbesondere der Mehrwert des Unternehmens für die Stadt Berlin und ihre Menschen klar herausgestellt werden. Die Kommunikation soll verdeutlichen, welchen Beitrag berlinovo zur sozialen Wohnraumversorgung, zur nachhaltigen Stadtentwicklung und zur Lebensqualität in den Quartieren leistet. Gleichzeitig soll das Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber positioniert werden, um einen wirksamen Beitrag zur Gewinnung und Bindung von Fach- und Nachwuchskräften zu leisten.

Die strategischen Kommunikationsmaßnahmen sollen sowohl imagebildende als auch anlass- und projektbezogene Ziele verfolgen, etwa im Zusammenhang mit Events und Veranstaltungen, wie zum Beispiel Baubeginn, Spatenstich, Grundsteinlegung, Podiumsdiskussionen, Neubauprojekte, Vermietungsaktivitäten, Partizipation u.a. Eine konsistente, professionelle und wiedererkennbare Positionierung über alle Kanäle hinweg ist dabei sicherzustellen.

Vor diesem Hintergrund sind Kenntnisse und Erfahrungen im Umgang mit den relevanten politischen Entscheidungsträgern sowie der Medienlandschaft in Berlin von Vorteil.

D. Zielgruppen

Die Leistungen des Auftragnehmers richten sich – abhängig von Anlass und Maßnahme – insbesondere an politische Entscheidungsträger und Verwaltungsstellen, Geschäftspartner, Verbände sowie an die interessierte Öffentlichkeit mit Schwerpunkt Berlin. Darüber hinaus ebenso entscheidende Stakeholder auf Kommunal- und Landesebene.

Es wird ausdrücklich erwartet, dass die jeweiligen Maßnahmen zielgruppenspezifisch konzipiert und umgesetzt werden. Nicht jede Maßnahme muss sämtliche Zielgruppen gleichermaßen adressieren; vielmehr ist eine differenzierte Ansprache unter Berücksichtigung der jeweiligen Kommunikationsziele gewünscht.

E. Leistungsinhalt

E.1 Positionierung und Kommunikationsberatung

Der Auftragnehmer berät den Auftraggeber kontinuierlich in allen strategischen Fragen der Kommunikation. Dies umfasst insbesondere die Entwicklung von innovativen Kommunikationsstrategien, Positionierung, Konzeption und Durchführung von Kommunikationskampagnen (online / offline), Erstellung von themen- und anlassbezogenen Inhalten, die Beratung zur zielgruppengerechten Ansprache und zur Auswahl geeigneter Kommunikationskanäle, die Konzeption von PR-Konzepten zur Umsetzung einer strategischen Public-Affairs-Kommunikation, Kampagnen, Storytelling, Entwicklung und Abstimmung von Kern-Botschaften sowie Krisenkommunikation.

Darüber hinaus unterstützt der Auftragnehmer den Auftraggeber bei der Einordnung neuer kommunikativer Anforderungen, bei der Bewertung von Trends sowie bei der konzeptionellen Vorbereitung von Kommunikationsmaßnahmen. Die Beratungsergebnisse werden in geeigneter Form dokumentiert, beispielsweise in Form von Konzepten, Präsentationen oder Entscheidungsvorlagen.

E.2 Konzeption und Kreation

Auf Grundlage der strategischen Beratung entwickelt der Auftragnehmer konzeptionelle und kreative Lösungen für externe Kommunikationsmaßnahmen der berlinovo. Dies umfasst die Konzeption von Themenkampagnen ebenso wie die Planung und Durchführung von PR-Veranstaltungen, Hintergrundgesprächen, Recherche von Panel-Veranstaltung zur Positionierung der berlinovo sowie Aufbereitung von aussagekräftigen Unterlagen.

Der Auftragnehmer erstellt unter anderem Entwürfe, Storyboards und kommunikative Leitideen und bereitet diese zur Abstimmung mit dem Auftraggeber auf. Sämtliche konzeptionellen und strategischen Leistungen erfolgen unter Berücksichtigung der Kommunikationsleitlinien der berlinovo.

Die Ausrichtung der Maßnahmen hat die NOVO-Werte sowie Mission und Vision des Unternehmens sichtbar und nachvollziehbar zu transportieren.

E.3 Operative Umsetzung und Produktion

Nach entsprechender Beauftragung übernimmt der Auftragnehmer die operative Umsetzung der abgestimmten Kommunikationsmaßnahmen.

Der Auftragnehmer kann zur Erfüllung der Leistungen externe Dienstleister wie Fotografen, Illustratoren, Filmteams oder Druckereien beauftragen und koordinieren. Die Steuerung dieser Dienstleister erfolgt in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber.

F. Zusammenarbeit und Abstimmung

Der Auftragnehmer benennt nach Zuschlagserteilung einen festen Ansprechpartner sowie eine Vertretung. Die Erreichbarkeit ist montags bis freitags von 9:00 bis 17:00 Uhr sicherzustellen, ausgenommen gesetzliche Feiertage.

Zu Beginn der Vertragslaufzeit findet ein ausführliches Auftaktgespräch statt, in dem der Auftraggeber den Auftragnehmer über unternehmensspezifische kommunikative Herausforderungen und relevante Stakeholder informiert. Im weiteren Verlauf erfolgen regelmäßige Abstimmungen, in der Regel im zweiwöchentlichen Turnus oder bedarfsabhängig. Besprechungen dienen der Abstimmung laufender Projekte, der Vorstellung von Zwischenständen sowie der Beratung zu neuen Anforderungen und Optimierungen.

Wesentliche Ergebnisse der Abstimmungen sind projektbezogen zu dokumentieren und dem Auftraggeber auf Wunsch zur Verfügung zu stellen.

G. Vertragslaufzeit

Der Rahmenvertrag wird für eine feste Laufzeit von **zwei Jahren** geschlossen. Der Auftraggeber behält sich vor, den Vertrag zweimal, um jeweils ein weiteres Jahr zu verlängern. Ein Anspruch auf Verlängerung besteht nicht.

Der Vertrag beginnt mit der Auftragsbestätigung und der Bereitstellung aller für die Leistungserbringung erforderlichen Unterlagen durch den Auftraggeber.

H. Fallbeispiel im Vergabeverfahren

Im Rahmen des Vergabeverfahrens entwickeln die Bieter ein Kurzkonzzept zur weiteren Schärfung der Positionierung der berlinovo als relevantes landeseigenes Immobilien-Unternehmen im politischen Berlin. Exemplarisch soll eine innovative, kreative Kommunikationsmaßnahme erarbeitet werden.