

Mit der Bitte um nationale Veröffentlichung.

Bekanntmachung zum Teilnahmewettbewerb mit anschließendem Verhandlungsverfahren im nationalen Bereich

1) Weitere Auskünfte erteilt:

Hamburg Port Authority AöR, Zentraler Einkauf
Ansprechpartner: Herr Felix Klingohr
Brooktorkai 1
20457 Hamburg
Tel.: 040 / 428 47 – 2951
E-Mail: ZentralerEinkauf@hpa.hamburg.de

2) Kommunikation

Die Bewerbungsunterlagen stehen für einen uneingeschränkten und vollständigen direkten Zugang gebührenfrei zur Verfügung unter: www.vergabe.rib.de

Weitere Auskünfte erteilt die oben genannte Kontaktstelle.

3) Gewähltes Vergabeverfahren:

Verhandlungsvergabe mit vorgeschaltetem nationalen Teilnahmewettbewerb.

Im Ergebnis der Auswertung des Teilnahmewettbewerbes werden Teilnehmer für die Abgabe eines 1. verbindlichen Angebotes im Rahmen einer Verhandlungsvergabe ermittelt.

Die HPA behält sich vor, den Zuschlag auf das 1. verbindliche Angebot zu erteilen.

4) Art des Auftrages, der Gegenstand der Ausschreibung ist:

Der/die Beauftragte übernimmt die folgenden Arbeitspakete:

1. Analyse:

- Methodisch fundierte Bestandsaufnahme der Arbeitgebermarke
- Objektive Bewertung der aktuellen Positionierung und Wahrnehmung
- Identifikation von Herausforderungen, Chancen und Anforderungen
- Einbezug relevanter Markt-, Wettbewerbs- und Zielgruppenfaktoren, Trends und zukünftigen Einflussfaktoren
- Anwendung anerkannter Analyseverfahren zur internen Ermittlung der Unternehmenswerte
- Benchmarking mit relevanten Wettbewerbern am Arbeitsmarkt zur Einordnung der eigenen Position

2. Evaluierung und Bewertung

- Expertenbasierte Auswertung der Analyseergebnisse
- Bewertung von Stärken, Schwächen und Potenzialen
- Ableitung strategischer Handlungsempfehlungen
- Priorisierung nach Wirkung, Machbarkeit und Relevanz
- Strukturierte Ergebnisdokumentation inkl. Empfehlungen für Stoßrichtungen

3. Positionierung:

- Festlegung der strategischen Positionierung der Arbeitgebermarke
- Beschreibung der Arbeitgebermarke inkl. EVP, Narrativ, Kernwerte, Markenarchitektur
- Ableitung zentraler Botschaften für interne und externe Zielgruppen
- Erarbeitung eines prägnanten Claims
- Klare Differenzierung zum Wettbewerbsumfeld

4. Visuelle und kommunikative Identität der Arbeitgebermarke:

- Entwicklung eines konsistenten visuellen Markenauftritts
- Ableitung einer kommunikativen Tonalität aus der Markenpositionierung
- Übersetzung der Arbeitgebermarke in ein visuelles Konzept
- Definition von Bildsprache, Farbwelt und Typografie auf Basis des CD der HPA
- Festlegung von Gestaltungsprinzipien für digitale und analoge Medien
- Sicherstellung der Markenidentität über alle Touchpoints

5. Implementierungsempfehlungen:

- Planung der Einführung und Verankerung der Arbeitgebermarke
- Planung interner Implementierung (Führungskräfte, Mitarbeitende)
- Planung externer Implementierung (z. B. Recruiting, Kommunikation, Social Media)
- Ableitung von Maßnahmen zur nachhaltigen internen und externen Markenintegration

6. Kreativroute:

- Konzeption einer kreativen Leitidee zur emotionalen und wirkungsvollen Markenkommunikation
- Entwicklung einer Kampagnenidee für interne und externe Zielgruppen
- Erstellung von Konzepten für Kernbotschaften und Storytelling
- Definition von Umsetzungsrichtlinien für verschiedene Kanäle (z. B. Social Media, Print, Employer Branding Kampagnen)

Ort der Ausführung:

Hamburg, Moorburg, Baggertgut-Behandlungsanlage Francop-Hintzenort

mit entsprechender Ausrüstung, wie z.B. Pumptechnik, Störstoffabtrennung, ect.) sowie BIm-SchG- und abfallrechtlichen Themen (Entsorgung).

5) Losaufteilung und losweise Vergabe:

Eine losweise Vergabe ist nicht vorgesehen.

6) Ausführungsfrist:

01.06.2026 - 31.12.2026

7) Rechtsform der Bietergemeinschaft:

Gesamtschuldnerisch haftend mit einem Bevollmächtigten.

8) Ablauf der Einsendefrist für die Anträge auf Teilnahme:

Bewerbungsschluss ist der **10.04.2026 – 10.00 Uhr**

9) Mit dem Teilnahmeantrag einzureichende Nachweise für die Beurteilung der Eignung (Fachkunde, Leistungsfähigkeit, Zuverlässigkeit) des Bewerbers:

Ausführliche Auflistung in den Bewerbungsunterlagen,

- a. Der Gesamtumsatz des Bewerbers für die letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre
- b. Angaben zum Umsatz des Unternehmens in den letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahren, soweit sie mit den zu vergebenden Leistungen vergleichbar sind.
- c. Zahl der in den letzten drei Geschäftsjahren jahresdurchschnittlich beschäftigten Arbeitskräfte, gegliedert nach Berufsgruppen.

Mindestanforderung: Der* die Bewerber*in beschäftigt mindestens 6-8 festangestellte Mitarbeitende.

- d. Leistungen/ Referenzen der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre anzugeben, die mit der ausgeschriebenen Leistung vergleichbar sind.

1. Referenzen aus vergleichbaren Projekten inkl. kreativer Ansätze:

Der*die Bewerber*in weist mindestens drei abgeschlossene Projekte nach, die folgende Anforderungen erfüllen:

Entwicklung einer Employer Branding Strategie (branchenunabhängig), vergleichbare Komplexität (mindestens Analyse und Positionierung sowie ein visuelles Konzept), Darstellung eines innovativen und kreativen Ansatzes in mindestens einem der Projekte (z. B. durch Kampagnenidee, Storytelling oder visuelle Umsetzung), der eine deutliche Weiterentwicklung der Arbeitgebermarke erkennen lässt.

Nachweis: Projektbeschreibung inkl. Nennung des Kunden, Leistungsumfang, Ergebnis und ggf. Links oder Materialien.

2. Projektmanagementkompetenz:

Vorlage eines kurzen Projektmanagement-Konzeptes, wie der*die Bewerber*in die koordinierte Projektsteuerung und die Leitung von Kundenprojekten plant (z. B. durch Beschreibung von Vorgehensweisen, Tools oder Prozessen zur Meilensteinplanung, Kommunikation und Qualitätssicherung).

Nachweis: Kurze Darstellung am Beispiel einer Referenz aus vergleichbaren Projekten (s. Kriterium 1)

3. Berücksichtigung von Corporate Design-Vorgaben:

Der*die Bewerber*in legt dar, wie sie in mindestens einem Projekt bestehende Corporate Design-Vorgaben bei der Entwicklung eines neuen visuellen Erscheinungsbildes und kreativer Konzepte berücksichtigt hat.

Nachweis: Beschreibung von mindestens einem Referenzprojekt (vorzugsweise mit einem öffentlichen Unternehmen), in dem das Corporate Design integriert wurde, inkl. Vorgehensweise und Ergebnis.

4. Nachhaltigkeit und Diversity-Ansatz:

Der*die Bewerber*in zeigt anhand von einem Beispielprojekt auf, wie die Aspekte Barrierefreiheit, Diversität und ökologische Nachhaltigkeit berücksichtigt werden.

Nachweis: Darstellung von konkreten Beispielen aus Referenzprojekten (z.B. Karriereseite mit geprüfter Barrierefreiheit, diversitätsbewusste Bildsprache und Testimonialauswahl, Integration von Nachhaltigkeitswerten in EVP)

Mindestanforderung:

- Drei Referenzen aus vergleichbaren Projekten inkl. kreativer Ansätze
- Eine Referenz Projektmanagementkompetenz
- Eine Referenz Berücksichtigung von Corporate Design-Vorgaben
- Eine Referenz Nachhaltigkeit und Diversity-Ansatz

Die Anforderungen können auch kombiniert in den Referenzen enthalten sein und werden entsprechend gewertet.

10) Bewertung und Auswahl der Teilnehmer

Alle Bewerber*innen, die die Mindestkriterien erfüllen, werden zur Angebotsabgabe aufgefordert.

11) Zuschlagskriterien

Die Zuschlagskriterien werden mit den Ausschreibungsunterlagen bekanntgegeben.

12) Bietergespräche

Soweit der AG es für sinnvoll und zweckmäßig erachtet, wird er mit den Bietern nach Abgabe des 1. verbindlichen Angebotes Bietergespräche führen.

Werden Verhandlungsgespräche durchgeführt, haben die Bieter die Möglichkeit über eine durch den AG initiierte erneute Verhandlungsrunde, ihre Angebote zu überarbeiten und Folgeangebote einzureichen.

Die HPA behält sich vor, den Zuschlag auf das 1. verbindliche Angebot zu erteilen.

13) Nebenangebote

Nebenangebote werden nicht zugelassen.