Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

für die

Konzipierung eines „BioMobil“

für die AGRIP-Informationskampagne „Grenzenlos regional – Bio in Europa“

Auftraggeber:
Bioland e.V.
Kaiserstraße 18
55116 Mainz
Deutschland

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

Inhalt 1

1 Vorstellung der Projektpartner 2
2 Projekt „Grenzenlos Regional – Bio in Europa“ 3
2.1 Rechtliche Grundlagen 3
2.2 Projekt „Grenzenlos Regional – Bio in Europa“ 4
2.3 Kampagnenziele 4
2.4 Zielgruppen 5
Zielgruppe: Endverbraucher – Einkaufsentscheider 20-65 Jahre 6
Zielgruppe: Kinder im Alter von 8-16 Jahren 6
Zielgruppe: B2B-Entscheider 6
2.5 Zielregionen 7
2.6 Laufzeit des Projektes 7
3 Zu vergebende Leistungen 7
3.1 Ausgangssituation 7
3.2 Ausgeschriebene Leistung 9
3.2.1 Leistungsbeschreibung 9
3.2.2 Fristen 10
3.2.3 Leistungsabgrenzung 10
3.3 Budgetrahmen 11
3.4 Dauer der Tätigkeit 11
3.5 Nutzungsrechte 11
3.6 Eigentums- und Schutzrechte 11
4 Verfahrensablauf 12
4.1. Allgemeines 12
4.2 Zeitplan 12
4.3 Angebotsabgabe 12
4.4 Rückfragen 12
4.5 Durchführung des Auswahlverfahrens 13
5 Angebotsbestandteile 13
5.1 Honorarangebot 13
5.2 Grobkonzept 14
5.3 Referenzen 14
5.4 Bindefrist 14
5.5 Anerkennung Finanzhilfevereinbarung 14
5.6 Eigenerklärung zu Interessenskonflikten und Leitlinien für Wettbewerbsverfahren 14
6 Auswahlkriterien / Bewertung der Angebote 14
7 Anlagen 15
Anlage 1: Formblatt Eigenerklärung zum Interessenskonflikt 15
Anlage 2: Leitlinien für Wettbewerbsverfahren der EU-Kommission 15
Anlage 3: Musterfinanzhilfevereinbarung für Mehrländerprogramme 15
Anlage 4: Formblatt Honorarangebot 15
Anlage 5: Datenschutzerklärung 15

1 Vorstellung der Projektpartner

Bioland e.V. (Auftraggeber)
Bioland e.V. ist der führende Verband für ökologischen Landbau in Deutschland. Mit seinen strengen Richtlinien nimmt der Bioland e.V. eine Vorreiterrolle bei ressourcenschonender und klimafreundlicher Landwirtschaft ein. Die Bioland-Mitglieder arbeiten und wirtschaften noch heute auf Grundlage der Lehre des organisch-biologischen Landbaus, welche in den 1920er Jahren von dem Schweizer Agrarpolitiker Dr. Hans Müller, seiner Frau Maria Müller und dem deutschen Arzt Dr. Hans Peter Rusch entwickelt wurde. Das ursprüngliche Ziel des organisch-biologischen Landbaus - die Unabhängigkeit der Landwirte vom Zukauf von Betriebsmitteln sowie in der Vermarktung durch möglichst geschlossene Betriebskreisläufe - ist angesichts der heutigen Krisen präsenter denn je.

So hat Bioland e.V. in den letzten 50 Jahren eine ökologisch, ökonomisch und sozial tragfähige Alternative zur intensiven konventionellen Landwirtschaft entwickelt, welche von der Industrie und externen Investoren unabhängig ist. Das Selbstverständnis und die Aufgabe des Verbandes geht dabei heute weit über das ursprüngliche Ziel hinaus: Die Vision des heutigen Bioland e.V. ist der vollständige Umbau der Land- und Lebensmittelwirtschaft nach streng ökologischen Kriterien, um die Lebensgrundlagen auf unserer Erde zu bewahren**.**

Die über 9.000 (Stand: Jan. 2022) im Bioland e.V. organisierten Landwirte, Gärtner, Imker, Weinbauern und Bäcker, Molkereien, Metzger, Gastronomen und Händler bilden eine vielfältige, demokratische Gemeinschaft mit gemeinsamen Werten und Zielen, die sich für die stetige Weiterentwicklung der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft zugunsten der Menschheit und der Umwelt einsetzt.
Bioland e.V. konzentriert sich entsprechend seiner Grundprinzipien auf die Schaffung regionaler Kreisläufe und ist daher auf den innereuropäischen Markt fokussiert. Im Vergleich der Bio-Verbände hat Bioland die mit strengsten Richtlinien, während die anderen Verbände teilweise Abweichungen für andere europäische und außereuropäische Betriebe erlauben. Die Erzeugung und Produktion von Erzeugnissen nach den Bioland e.V.-Richtlinien deckt dabei das gesamte heimische Spektrum an Bio-Erzeugnissen von Ackerbau über Obst- und Gemüsebau bis zur tierischen Erzeugung ab.

Genossenschaft Bioland Südtirol landwirtschaftliche Gesellschaft
Die Genossenschaft Bioland Südtirol landwirtschaftliche Gesellschaft ist der größte und dominierende Bio-Branchenverband Südtirols mit 1003 Bio-Erzeugern als Mitglieder und entlang der gesamten Wertschöpfungskette 34 Partnern aus Herstellung, Verarbeitung, Gastronomie und Handel (Stand: Jan. 2022). Bioland Südtirol und der Bioland e.V. stehen hinter denselben Werten und Idealen, verfolgen die gleichen Ziele und arbeiten nach ein und denselben Richtlinien. Durch den hohen Marktanteil des Bioland Joghurts in Italien und die große Produktion an Bioland Tafeläpfeln ist Bioland Südtirol mit seinen Produkten in ganz Italien vertreten, vom Lebensmitteleinzelhandel bis hin zum Discount. Somit hat Bioland Südtirol nicht nur repräsentative Anteile an einzelnen Produktkategorien, sondern den bedeutendsten für den italienischen Bio-Markt und ist damit repräsentativ für die Bio-Entwicklung des ganzen Landes.

2 Projekt „Grenzenlos Regional – Bio in Europa“

2.1 Rechtliche Grundlagen

Die Europäische Union fördert **Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen im Binnenmarkt und in Drittländern für europäische Agrarerzeugnisse und ihre Produktionsmethoden gemäß der Verordnung (EU) 1144/2014**.

Ziel dieser Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen ist es, die Wettbewerbsfähigkeit des Agrarsektors der Union zu steigern und dadurch eine größere wettbewerbsmäßige Angleichung im Binnenmarkt und auf Drittlandsmärkten herbeizuführen. Insbesondere sollten die Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen darauf ausgerichtet sein, das Bewusstsein der Verbraucher für die Vorzüge der Agrarerzeugnisse und der Produktionsmethoden der Union zu schärfen und den Bekanntheitsgrad der Qualitätsregelungen der Union und die Kenntnisse über sie zu erhöhen. Außerdem sollten mit den Maßnahmen die Wettbewerbsfähigkeit und der Konsum der Agrarerzeugnisse der Union gesteigert, ihre Wahrnehmbarkeit inner- und außerhalb der Union verbessert und ihr Marktanteil erhöht werden. Im Fall einer schwerwiegenden Störung des Marktes, eines Verlusts des Verbrauchervertrauens oder anderer spezifischer Probleme sollten diese Maßnahmen dazu beitragen, wieder normale Marktbedingungen herzustellen.

Das im Arbeitsprogramm 2022 **im Themenbereich „ORGANIC“ (ökologisch/biologisch – AGRIP-MULTI-2022-IM-ORGANIC)** definierte spezifische Ziel besteht in der Erhöhung des Bekanntheitsgrads und in einer breiteren Anerkennung der Qualitätsregelungen für die ökologische/biologische Produktion der Union. Diese Regelung gibt dem Verbraucher Sicherheit hinsichtlich der Nachhaltigkeit, der Qualität und der Merkmale des Erzeugnisses und der Produktionsverfahren und der von ihnen generierten Umweltvorteile, führt zu einer höheren Wertschöpfung bei den betreffenden Erzeugnissen und verbessert die Absatzmöglichkeiten. Zu den erwarteten Ergebnissen von Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen in diesem Themenbereich gehören die weitere Erhöhung der Wiedererkennung des EU-Logos des ökologischen Landbaus durch die europäischen Verbraucher und bessere Kenntnisse der Informationen, die mit dem ökologischen Logo zur Verfügung gestellt werden sollen. Die erwartete Wirkung besteht letztlich darin, das Bewusstsein für die Qualitätsregelung der Union für die ökologische/biologische Produktion zu schärfen und die Wettbewerbsfähigkeit und den Konsum von ökologischen/biologischen Erzeugnissen zu verbessern sowie ihre Wahrnehmbarkeit und ihren Marktanteil zu erhöhen.

Zu den gesetzlichen Vorgaben gehören insbesondere folgende Regelungen (Aufzählung ist nicht abschließend):

- Verordnung (EU) Nr. 1144/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2014 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt und in Drittländern und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 des Rates
- Durchführungsverordnung (EU) 2015/1831 der Kommission vom 7. Oktober 2015 mit Vorschriften zur Anwendung der Verordnung (EU) Nr. 1144/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt und in Drittländern
- Delegierte Verordnung (EU) 2015/1829 der Kommission vom 23. April 2015 zur Ergänzung der Verordnung (EU) Nr. 1144/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt und in Drittländern.
- Verordnung (EU, Euratom) 2018/1046 des Europäischen Parlamentes und des Rates vom 18. Juli 2018 über die Haushaltsordnung für den Gesamthaushaltsplan der Union, zur Änderung der Verordnungen (EU) Nr. 1296/2013, (EU) Nr. 1301/2013, (EU) Nr. 1303/2013, (EU) Nr. 1304/2013, (EU) Nr. 1309/2013, (EU) Nr.

1316/2013, (EU) Nr. 223/2014, (EU) Nr. 283/2014 und des Beschlusses Nr. 541/2014/EU sowie zur Aufhebung der Verordnung (EU, Euratom) Nr. 966/2012

Im Rahmen dieses Informations- und Absatzförderungsprogramms haben die Projektpartner Bioland e.V. und die Genossenschaft Bioland Südtirol landwirtschaftliche Gesellschaft den Projektantrag „Grenzenlos Regional – Bio in Europa“ eingereicht, welcher bewilligt wurde.

2.2 Projekt „Grenzenlos Regional – Bio in Europa“

Das Projekt "Grenzenlos Regional – Bio in Europa" zielt darauf ab, das Bewusstsein für und die Wiedererkennung des EU-Qualitätssystems für Bio-Lebensmittel sowie die Wettbewerbsfähigkeit und den Verbrauch von EU-Bio-Produkten auf dem Binnenmarkt zu steigern.

Der europäische Markt für Bioprodukte hat ein enormes Potenzial. Deutschland und Italien gehören zu den 3 größten Lebensmittelmärkten in Europa. Der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in beiden Ländern machte im Jahr 2020 fast die Hälfte des Bio-Umsatzes in der gesamten EU aus. Beide Länder repräsentieren 32% der EU-Bevölkerung und spielen aufgrund der Größe des Marktes eine wichtige Rolle bei der Erreichung der Ziele des Green Deal. Aus diesem Grund konzentriert sich die Kampagne auf diese wichtigen Märkte.

Allerdings gibt es Vorbehalte gegenüber Bioprodukten, insbesondere in der Zielgruppe der Verbraucher. Deshalb liegt der Schwerpunkt der Kommunikationsmaßnahmen auf dem Abbau von Vorurteilen und der Erhöhung des Wissensstandes, einschließlich der Vorteile der regionalen Erzeugung als Garantie für die EU-Herkunft. Dies führt zu mehr Absatz und mehr Verbrauch von EU-Bio-Produkten. Mehr Verbrauch bedeutet mehr Produktion und damit eine Ausweitung der ökologischen Anbauflächen, was den Zielen der "farm to fork"-Strategie entspricht. In diesem Sinne garantieren die Bioland-Richtlinien in den Bereichen Biodiversität, Klimaschutz und Tierwohl zusätzliche Leistungen über EU-Bio hinaus.

Die vorgestellte Kampagne richtet sich insbesondere an die Zielgruppen Verbraucher, Kinder und B2B-Entscheider. Alle Aktivitäten wie zum Beispiel das **zentrale Bio-Informationstool "Bio-Mobil",** Aufklärungskampagnen für Verbraucher, Verkaufsförderungsmaßnahmen im Lebensmittelhandel, Kampagnen in Schulen oder mit B2B-Entscheidern sind miteinander verknüpft, um eine gegenseitige Verstärkung und maximale Synergien zu gewährleisten. Sie werden auch in den Medien durch komplexe Online- und Offline-Aktivitäten verstärkt, die ein breites Publikum ansprechen. Insgesamt sollen ca. 170 Mio. Kontakte innerhalb der Zielgruppen generiert werden.

2.3 Kampagnenziele

Die Kampagne „Grenzenlos Regional - Bio in Europa” mit ihren Programmzielen wurde gemäß den im Arbeitsprogramm 2022 dargestellten Prioritäten und basierend auf den Erkenntnissen einer Marktanalyse definiert. Das Hauptziel besteht darin, die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Produkte zu steigern, die unter dem EU-Bio-Qualitätsschema registriert sind. Um dies zu erreichen, zielt das Programm schwerpunktmäßig darauf ab, das Wissen und das Bewusstsein für das EU Qualitätssystem der ökologischen/biologischen Produktion innerhalb des Binnenmarkts zu verbessern. Diese beiden Ziele sind mit Artikel 2 der Verordnung (EU) 1144/2014 verbunden.

Folgende SMART-ZIELE sollen durch das Projekt erreicht werden:

- Informationsziel: Erhöhung von Bekanntheit, Hintergrundwissen zu und Vertrauen in das EU-Bio-Logo in beiden Zielländern
    - Steigerung des Bekanntheitsgrades des EU-Bio-Logos

- Steigerung des Hintergrundwissens zum EU-Bio-Logo und den anderen Bio-Standards
- Abbau von Vorurteilen – Steigerung des Vertrauens in das EU-Bio-Logo

- Wirtschaftliches Ziel: Erhöhung des Konsums von Bio-Produkten in beiden Zielländern

Auch wenn die Verbreitung des EU-Bio-Logos in Europa hoch ist, so ist das Wissen der Verbraucher jedoch begrenzt und es existieren andere Bio-Standards, die besser bekannt sind. Zudem sind die Kenntnisse über das EU-Bio-Logo relativ gering und nur wenige Verbraucher kennen seine Bedeutung. Viele deutsche und vor allem italienische Verbraucher haben Vorbehalte gegenüber Bioprodukten in vielfältiger Weise. Das zeigt, dass wir inhaltlich ansetzen und aufklären müssen. Vor diesem Hintergrund werden wir uns im Kontext der Maßnahmen u.a. auf die Hintergrundinformationen zum EU-Bio-Logo konzentrieren, um damit das Hintergrundwissen und Vertrauen der Verbraucher, Kinder und B2B-Entscheider als Multiplikatoren zu steigern.

Die Erstellung von geeigneten Kommunikationsmaterialien (Texte, Grafiken, (VR-)Videos etc.) für die verschiedenen Zielgruppen ist dabei Grundlage für die verschiedenen Projektaktivitäten in den Zielmärkten. Diese sollen zunächst den Bekanntheitsgrad des EU-Bio-Logos steigern. Im weiteren Schritt geht es um die gesamtgesellschaftlichen Mehrwerte, die sich dabei bilden. Dies wird am Beispiel Bioland illustriert. Um den Vorbehalten zu begegnen und so Hintergrundwissen und Vertrauen der Verbraucher zu stärken, werden bestehende wissenschaftliche Erkenntnisse zum Mehrwert von Bio zielgruppen- und zielmarktgerecht, multimedial, optisch ansprechend, leicht verständlich und für alle verfügbaren Kanäle adaptierbar aufbereitet. So können Vorurteile gegenüber der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft unter Zuhilfenahme wissenschaftlicher Arbeiten ins Verhältnis gesetzt, entkräftet und die Bio-Mehrwerte mit Fakten und Zahlen hinterlegt werden. Diese Aufbereitung ist entscheidend, um den Impact in Bezug auf die Seriosität und Glaubhaftigkeit der Öko-Branche zum einen und den reellen Leistungen in der Bekämpfung des Klimawandels zum anderen abzubilden.

Die Projektaktivitäten, wie die **zentralen Roadshows in Deutschland und Italien mit einem „BioMobil“;** B2C-Events mit Bezug zur Erzeugung, Verarbeitung, Kennzeichnung und Qualität von Bio-Produkten; sowie POS-Aktionen **setzen im Alltag der Endverbraucher an, bringen Bürger mit Bio-Produkten in Berührung und soll diese von den Mehrwerten und der Relevanz der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft überzeugen**. Daneben werden auch Kinder über Schulgärtenaktionen und hofpädagogische Veranstaltungen (Deutschland) oder Schulevents mit Bio-Apfelbotschaftern (Italien) angesprochen, um deren Hintergrundwissen zu Bio allgemein zu steigern. Bei B2B-Entscheidern soll durch Workshops und Veranstaltungen, ein E-Learning sowie Messeauftritte das Hintergrundwissen zum EU-Bio-Logo und anderen Bio-Standards erhöht werden. Alle Aktivitäten werden intensiv durch PR und SocialMedia sowie Werbemaßnahmen begleitet.

2.4 Zielgruppen

Die strategische Ausrichtung der Aktivitäten des Programms beruht auf umfassenden Informationen zum Thema Bio-Lebensmittel an die jeweiligen Zielgruppen um hier Bekanntheit, Bewusstsein und Vertrauen gegenüber Bio-Lebensmitteln zu stärken. Um die europäische und vor allem die regionale Erzeugung zu illustrieren eignen sich nationale und regionale Bio-Standards besonders gut, denn sie sind Garanten für die europäische Erzeugung. Bioland Produkte sind bereits in einer Vielzahl von Handelsformaten präsent. Das Bioland Logo, welches von beiden Projektpartnern verwendet wird, ist dabei Erkennungs- und Garantiezeichen dafür, dass die strengen Bioland Richtlinien vom jeweiligen Erzeuger- und Weiterverarbeiter eingehalten wurden. Das Bioland-Logo in Kombination mit dem EU-Bio-Logo auf dem Produkt gibt dem Verbraucher auf einen Blick die Garantie, dass das Produkt ein europäisches Bio-Produkt und zudem regionalen Ursprungs ist. Wir nutzen diesen Kommunikationsvorteil und binden das **Thema Regionalität** als eine wichtige Säule in unsere

Maßnahmenstrategie ein. Daraus abgeleitet ergibt sich die grafische und kreative Ausgestaltung der Kampagne **“Grenzenlos Regional - Bio in Europa”.**

Diese soll den Zielgruppen in beiden Ländern die Bedeutung des Nachhaltigkeitsgedankens vermitteln, denn die Auswirkungen unseres Konsums auf Klima, Wasser, Luft und Boden sind grenzenlos. Gleichzeitig soll der Fokus auf die regionale europäische Erzeugung sowie den regionalen Verbrauch gesetzt werden da durch diese Handlungsweisen der höchstmögliche ökologische Nutzen erzielt wird. Bio ist wertvoll für die Umwelt, für das Tierwohl, für natürliche Ressourcen wie Boden und Wasser, für die Artenvielfalt, für die Gesundheit von Konsumenten und Landwirten, die faire Entlohnung der Menschen, die in den Bio- Wertschöpfungsketten arbeiten. Gleichzeitig sind Bio-Produkte sicher und unterliegen strengen, umfangreichen Kontrollen.

Die geplanten Projektaktivitäten sollen dazu beitragen die Zielgruppen über die Merkmale und Besonderheiten von EU-Bio-Lebensmitteln und den sich daraus ergebenden Vorteilen für den Verbraucher selbst, die Umwelt und auch die gesamte Gesellschaft zu informieren. Der Programmvorschlag richtet sich an die Kernzielgruppen Endverbraucher – Einkaufsentscheider 20-65 Jahre, Kinder 8-16 Jahre sowie B2B-Entscheider aus Handel, Gastronomie/Tourismus und Gemeinschaftsverpflegung. Neben Endverbrauchern, die bislang noch nicht oder nur selten zu Bio-Lebensmitteln greifen, sollen auch bestehende Bio-Konsumenten in ihrem Konsumverhalten bestärkt und gefestigt werden.

Zielgruppe: Endverbraucher – Einkaufsentscheider 20-65 Jahre

Diese Zielgruppe umfasst in Deutschland insgesamt mehr als 51 Mio. Menschen. Konsumtechnisch sind hierbei junge Paare und Singles unter 30 Jahren hervorzuheben - diese Menschen haben einen Anteil von nur ca. 13 % an der Gesamtbevölkerung sind aber für einen beachtlichen Teil des Umsatzes mit Bio-Fleischersatzprodukten (40 %) sowie für 32 % des Umsatzes mit Bio-Pflanzendrinks verantwortlich. Insbesondere bei jungen Menschen prägen sich die Ernährungsstile “besseres” Bio-Fleisch und vegan bzw. vegetarisch, immer stärker aus.

Zielgruppe: Kinder im Alter von 8-16 Jahren

Die Zielgruppe der Kinder im Alter von 8-16 Jahren umfasst in Deutschland ca. 6.75 Mio. Kinder. Diese Zielgruppe wird primär über spezielle Kommunikationsaktivitäten an und in Schulen adressiert. Da diese Zielgruppe die Einkaufsentscheider von morgen repräsentiert und Einstellungen, Ernährungs- und Lebensstile besonders in jungen Jahren geprägt werden, ist es besonders wichtig die Kinder schon heute über den Mehrwert von Bio-Produkten aufzuklären und ihnen einen nachhaltigen Lebensstil zu vermitteln.

Zielgruppe: B2B-Entscheider

Die Zielgruppe der B2B-Entscheider in Deutschland primär aus Handel, Gastronomie/Tourismus und Gemeinschaftsverpflegung bietet ein großes Potenzial für Absatzsteigerungen im Bio-Bereich. Schlüssel dazu sind die B2B-Entscheider im öffentlichen Bereich, um die Einkaufspolitik pro-Bio zu beeinflussen; sowie die B2B-Entscheider des Handels, da diese maßgebliche Einfluss auf das Einkaufsverhalten ihrer Kunden ausüben können. Den Fachleuten fehlt oft die Zeit, sich über Eigenschaften und Besonderheiten der von ihnen angebotenen Bio-Produkte zu informieren oder ihnen fehlt das Hintergrundwissen, um ihre Kunden entsprechend aufzuklären, Vorurteile zu entschärfen und für das Thema Bio zu sensibilisieren.

Beide Entscheidergruppen werden deshalb durch effektive Aktivitäten zur Steigerung des Hintergrundwissens über Bio adressiert. Das Bewusstsein für die folgenden Botschaften soll geschärft werden: Die herausragenden Merkmale der Methoden zur Herstellung von Bio-Produkten in der Europäischen Union machen sie einzigartig und zuverlässig, insbesondere in Bezug auf

Lebensmittelsicherheit, Rückverfolgbarkeit, Authentizität, Etikettierung, Ernährungs- und Gesundheitsaspekte (inkl. Ernährungssouveränität), Tierschutz, Respekt für die Umwelt und nachhaltiges Wirtschaften (Klimaschutz, Biodiversitätsschutz).

2.5 Zielregionen

Für die Zielmärkte Deutschland und Italien sind zielgruppenübergreifend Aktivitäten geplant. Bei der Standortwahl für das **Bio-Mobil** und den Aktivitäten rund um das Bio-Mobil konzentrieren wir uns **in Deutschland** auf mittelgroße Städte, da hier laut Marktanalyse die Kaufhäufigkeit von Bio-Lebensmitteln am geringsten ist und damit ein hohes Steigerungspotenzial bei den Verbrauchern hinsichtlich Informationstransfer und Konsum von Bio-Produkten gegeben ist. Ebenso ist das Hintergrundwissen bei Menschen in Städten geringer ausgeprägt als bei Menschen, die im ländlichen Bereich leben.

2.6 Laufzeit des Projektes

Die von der EU kofinanzierten Projektaktivitäten sollen in einer Laufzeit von 36 Monaten (01.03.2023 – 28.02.2026) durchgeführt werden.

3 Zu vergebende Leistungen

3.1 Ausgangssituation

Zentrales Element der Kampagne in Deutschland ist die **Roadshow mit dem Bio-Info- und Erlebnis-Mobil (Bio-Mobil)** (Roadshow selbst nicht Gegenstand dieser Ausschreibung). Es werden in insgesamt 18 ausgewählten Städten (ca. 6 pro Jahr) umfangreiche und aufmerksamkeitsstarke Aktivitäten rund um das Thema Bio organisiert. Das Bio-Mobil wird für **jeweils ca. 2-3 Wochen (inkl. Wochenenden)** an gut frequentierten, auffälligen Standorten positioniert werden (z.B. mittelgroße Städte da hier die Kaufhäufigkeit von Bio-Lebensmitteln am geringsten ist und damit ein hohes Steigerungspotenzial bei den Verbrauchern hinsichtlich Informationstransfer und Konsum von Bio-Produkten gegeben ist. Ebenso ist das Hintergrundwissen bei Menschen in Städten geringer ausgeprägt als bei Menschen, die im ländlichen Bereich leben). Ein weiteres Auswahlkriterium für die Standortwahl ist die Möglichkeit der Platzierung an gut besuchten Standorten wie Marktplätzen, Einkaufscentern oder im Umfeld stark frequentierter Veranstaltungen in bzw. in der Nähe dieser Städte. Auf diese Weise kann das Bio-Info- und Erlebnismobil optimal genutzt und eine maximale Reichweite in unserer Zielgruppe erzielt werden.

Die Roadshow mit dem Bio-Mobil **setzt im Alltag der Endverbraucher an, bringt Bürger mit Bio-Produkten in Berührung und soll diese von den Mehrwerten und der Relevanz der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft überzeugen**. Mithilfe von weiteren, vielseitigen Angeboten in regionaler und zeitlicher Nähe rund um das Info- und Bio-Erlebnismobil werden die Inhalte um Erlebnisse und Praxis-Erfahrungen ergänzt (B2C-Events rund um das Bio-Mobil, B2B-Events rund um das Bio-Mobil z.B. bei Verarbeitern und auf Bio-Höfen – nicht Gegenstand dieser Ausschreibung).

Das Bio-Mobil soll ein **Point of Interest** sein, der die Passanten zum **Informieren, Verweilen und Mitmachen** einlädt. Das Bio-Mobil macht Bio analog und digital für den Endverbraucher erlebbar und baut Vorurteile mit der Unterstützung der Bio-Narrative ab. Das Bio-Mobil bietet Services und ist als Problemlöser im Alltag der Menschen zu verstehen. Es spricht eine Vielzahl an Interessenten an und erfüllt drei Zwecke:

a) Das Bio-Mobil vermittelt im Aktionszeitraum täglich mithilfe von interaktiven sowie klassischen Informationsmedien **Hintergrundwissen** zum Bio-Anbau, dem EU-Bio-Siegel und weiteren regionalen Bio-Logos. Unter Zuhilfenahme von Virtual Reality Applikationen werden wir zur Vermittlung unserer

Inhalte den Interessenten möglichst realitätsnahe und erlebbare Eindrücke vermittelt. (Erstellung von Kommunikationskonzept und -materialien nicht Gegenstand dieser Ausschreibung)

b) Es ist **Ausgangspunkt, Infocenter und Aushängeschild** von weiteren regionalen Aktivitäten (s.o., Aktivitäten in regionaler und zeitlicher Nähe rund um das Bio-Mobil – nicht Gegenstand dieser Ausschreibung). Ein Eventkalender (nicht Gegenstand dieser Ausschreibung) für jede Region bildet die umfangreichen Aktivitäten in der Region ab und wird auf den unterschiedlichsten Kanälen veröffentlicht (Webseite, Social Media etc.).

c) Das Bio-Mobil dient **selbst als Veranstaltungsort für ansprechende Events und Angebote**. Diese Aktionen richten sich primär an die Zielgruppe junge Familien und erwachsene Verbraucher. Neben **Verkostungsmöglichkeiten** diverser Bioland Produkte z.B. von regionalem Bio-Obst und -Gemüse, gekühlte Frischeprodukte und **Verweilmöglichkeiten** werden an den **Wochenenden attraktive Veranstaltungen und Angebote** geplant, um ein möglichst breites Zielpublikum anzusprechen und Aufmerksamkeit zu erregen. (Eventorganisation nicht Gegenstand dieser Ausschreibung) Zur Begeisterung, thematischen Einbindung und Beschäftigung der Kinder soll es eine **interaktive Spielstraße** mit Bezug zur Bio-Landwirtschaft geben sowie eine Smoothie-/Saft-Bar o.Ä. zur Verfügung stehen. Um den Erwachsenen ein attraktives Angebot zu machen und möglichst viele Menschen zum Bio-Mobil zu bringen, werden **Kochshows** am Bio-Mobil veranstaltet. Bekannte Bio-Köche werden zusammen mit einem prominenten Moderator dem Publikum umfangreiche Informationen und Tipps zum Thema Bio-Lebensmittel vermitteln. Auch Bio-Landwirte und -Verarbeiter aus der Region werden mit einbezogen und deren Produkte verkostet. So wird der Bezug zum Erzeuger und der gesamten Wertschöpfungskette und zum Bio- und Verarbeitungs-/Konsumkreislauf hergestellt. Des Weiteren werden Personen der regionalen Politik oder Vertreter von NGO's zu Interviews und öffentlichkeitswirksamen **Diskussionen** eingeladen. Diese Hauptevents finden üblicherweise an den 3 Wochenenden der Stadt statt. Thematisch sind diese 3 Events z.B. aufgeteilt in 1 Kochshow mit einem prominenten Koch und Moderator, 1 moderierte Veranstaltung mit Bio-Erzeugern aus der Region und 1 Veranstaltung mit NGO's und der örtlichen Politik im Rahmen einer moderierten Podiumsdiskussion.

Das Bio-Mobil soll im **Zeitraum von April bis September** in den Städten unterwegs sein. Aufgrund des zeitlichen Planungsvorlaufes im ersten Projektjahr, wird für den Sommer 2023 angedacht ab Juli die ersten Städte zu besuchen. Insgesamt sollen mit der Road-Show im Kampagnenzeitraum **180.000 Endverbraucher direkt durch Aktionen am Bio-Mobil** angesprochen werden. Es wird flankiert durch PR-Maßnahmen (PR-Event; Erwirkung Berichterstattung regional-TV und lokale redaktionelle Beiträge über das Bio-Mobil; erfolgt durch Bioland e.V.) und Werbung (s. LOS 5). Neben den klassischen PR- und Werbekanälen wird das Biomobil sowie die weiteren Aktivitäten rund um das Biomobil intensiv über die einschlägigen Social-Media-Kanäle begleitet (durch Bioland e.V.).

> **Die Konzeption, Organisation und Durchführung der Roadshow einschließlich Events ist Gegenstand der Ausschreibung mit dem Titel „Agentur(en) für die Implementierung des Informations- und Absatzförderungsprogramms von Agrarerzeugnissen im Binnenmarkt „Grenzenlos regional – Bio in Europa" in Deutschland",** abrufbar unter www.biogrenzenlosregional.eu, Nummer der Auftragsbekanntmachung im Europäischen Amtsblatt: 2023/S 052-154215.

3.2 Ausgeschriebene Leistung

3.2.1 Leistungsbeschreibung

Gegenstand dieser Ausschreibung ist die Konzipierung des Bio-Mobils sowie die Organisation dessen Anschaffung/Anmietung.

Ziel ist die Konzipierung eines auffälligen und ansprechend gestalteten Info- und Bio-Erlebnismobil. Es soll der Bio-Thematik entsprechend und aufmerksamkeitsstark gestaltet sein (z.B. insektenfreundliche Blumen, optisch ansprechende Beklebung, integrierte Fenster, ggf. Solarpanels, Gründach etc.), Nachhaltigkeit und Funktionalität bei Architektur und Konzipierung berücksichtigen und Bio-Vorurteile aufgreifen.

Für die Anschaffung bzw. Anmietung steht über die Projektlaufzeit von 3 Jahren ein Budget von ca. 170.000 € zur Verfügung. Hierfür werden 10.000 € für die Anschaffung von technischem Equipment für die Virtual Reality-Videos (VR-Brillen u.A.) und deren ggf. Ersatzkauf benötigt. Ergebnis der Konzipierung soll also ein Bio-Mobil sein, welches (exkl. technisches Equipment für VR) **für ca. 160.000 € folgende Merkmale aufweist und folgende Ausstattung enthält**:

- abschließbares/gesichertes Biomobil als Erlebnis- und Informationsmobil mit Komplettausstattung (Regale/Stauraum, Mobiliar, Licht, Mülleimer, Sitzgelegenheit, Hygienespender/-Station, Steckdosen etc.)
- bietet Möglichkeiten der Informationsvermittlung durch Flyer, Broschüren, Erklärclips, VR-Videos: medial ausgestattet mit Flachbildschirmen, Tablets o.Ä.
- Stromanschluss und Wasserversorgung (autark oder per Anschluss möglich)
- Verweilmöglichkeiten außen, Sonnen- und Regenschutz
- Interaktive Kinderspielstraße, mit mehreren Stationen
- Smoothiebar o.Ä. (für Laufpublikum)
- Feste Grundfläche (innen) ca. 25-30qm, ggf. modular erweiterbar
- Außenfläche/Eventfläche ca. 80 – 150qm
- Ohne aufwendige Sondergenehmigungen im Straßenverkehr transportierbar, ohne Begleitfahrzeug. Logistik und Lagerung des Bio-Mobils für den beabsichtigten Zweck (regelmäßiger Standortwechsel während der 3jährigen Projektlaufzeit) sind bei der Konzipierung angemessen zu berücksichtigen (z.B. Größe, Gewicht, Maße, modularer Aufbau, Materialien).
- Podest/Bühnenfläche/oÄ (außen) ca. 10qm (für Kochshows, Interviews, Solomusiker, kleinere Events o.Ä.)
- Outdoor-Küche für Kochshow
- Veranstaltungstechnik (2 Lautsprecher, 3 Mikrofone, Licht [z.B. 3 Strahler/Scheinwerfer] – ausgelegt für gute Hörbarkeit für ca. 100 - 200 Personen)
- Mobiles Display (zur Vor-Ort-Übertragung von Veranstaltungen sowie medialer Informationsvermittlung im Außenbereich des Bio-Mobils)
- Auf- und Abbau innerhalb von je max. 1 Tagen durch 2 Personen möglich
- Tracking- bzw. Feedback-Tool für Besucher

Die Konzipierung hat zwingend zu berücksichtigen, dass der Betreuungsaufwand des Bio-Mobils durchschnittlich ca. 2 Personen in Hauptzeiten (Betreuung Informationsangebot, Betreuung Kinderspielstraße & Smoothiebar o.Ä.) nicht überschreiten darf.

Die Konzipierung hat zwingend zu berücksichtigen, dass das Bio-Mobil bis Juli schlüsselfertig und komplett ausgestattet realisierbar und vollumfänglich einsatzbereit ist. Bestellfristen, Lieferzeiten und Verfügbarkeiten sind daher bei der Konzipierung zu beachten.

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

Während der Konzipierung erfolgt eine **enge Abstimmung mit Bioland e.V.** in mehreren Workshops/Abstimmungstreffen/-schlaufen. Die finale Entscheidung über die Gestaltung und Ausstattung des Bio-Mobils, sowie die Frage ob eine Anschaffung oder Anmietung erfolgt, trifft der Bioland e.V.

Tätigkeit der Agentur	**Umfang**
Konzipierung des BioMobils mit o.g. Ausstattung/Merkmalen (einschl. Nachbesserungen und funktionale Optimierungen im ersten Projektjahr)	Anschaffung/Anmietung des BioMobils über 3 Projektjahre für ca. 160.000 € (exkl. technisches Equipment für VR) muss möglich sein
Abstimmungs-Workshops in Präsenz und Online sowie **Abnahmen**	**2-3 Abstimmungsschlaufen** bis zur finalen **Konzipierung** **mind. 4 Präsenztermine innerhalb Deutschland** (z.B. Abnahmen bei Hersteller Bio-Mobil, Endabnahme am Standort Bio-Mobil)
Organisation der Anschaffung / Anmietung des schlüsselfertigen und komplett ausgestatteten Bio-Mobils samt Außenausstattung (inkl. Recherche, Beauftragung von Dienstleistern für Bau und Umsetzung einschließlich Zusätze und Anbauten in Abstimmung mit und für den Bioland e.V., Briefing entsprechend Konzipierung, Einkauf/Bestellung und ggf. Einbau von weiterer Innen- und Außenausstattung in Abstimmung mit und für den Bioland e.V.)	**Personalkosten, Reisekosten und Verwaltungskosten für die Organisation der Anschaffung / Anmietung trägt die Agentur**. Die Kosten für die Anschaffung / Anmietung einschließlich Ausstattung trägt der Bioland e.V.. **Vertragspartner** der Dienstleister für Bau und Umsetzung sowie der Lieferanten für die Ausstattung ist idR. **Bioland e.V.**. Die Beauftragung und die Bestellung erfolgt für den Bioland e.V. Die Bezahlung für die Werk-, Dienst- und Lieferleistungen einschließlich Versandkosten erfolgt ohne Aufschläge der Agentur direkt durch Bioland e.V.. Das ggf. angefertigte Bio-Mobil samt Ausstattung geht in das Eigentum des Bioland e.V. über.
Gesamtbudget	**ca. 18.000 €** **exkl. Kosten für Anschaffung / Anmietung des Bio-Mobils und Ausstattung (ca. 160.000 € exkl. VR-Equipment)**

3.2.2 Fristen

Das erste Briefing wird voraussichtlich am 12.04, ersatzweise 17.04. oder 19.04. stattfinden. Die Konzipierung ist voraussichtlich bis spätestens 05.05.2023 final zu erstellen inkl. der Berücksichtigung von Abstimmungsschlaufen (2-3 Abstimmungsschlaufen bis voraussichtlich 05.05.2023), um eine zeitnahe Bestellung des Bio-Mobils (Bestellung voraussichtlich bis spätestens 15.05.2023) sowie der Ausstattung für einen realisierbaren und umsetzbaren Start der Roadshow mit einem einsatzbereiten Bio-Mobil im Juli zu ermöglichen.

3.2.3 Leistungsabgrenzung

Folgende Leistungsabgrenzungen sind bei der Angebotserstellung zu berücksichtigen:
Auftraggeber:

- Übernahme der Kosten für die Anschaffung / Anmietung des Bio-Mobils und Ausstattung

- Entwicklung Kommunikationskonzept, Botschaften, Slogans, ggf. Logo, CD/CI, Informations- und Kommunikationsmaterialien, die am Bio-Mobil verwendet werden. Das entworfene CD/CI wird der Agentur zur Verfügung gestellt, eine etwaige Beklebung/Außengestaltung des Bio-Mobils muss dies berücksichtigen

Auftragnehmer:

- S.o. Tabelle „Tätigkeit der Agentur“

3.3 Budgetrahmen

Für die Konzipierung des Bio-Mobils (einschl. Workshop mit Bioland e.V.) sowie die Organisation der Anschaffung/Anmietung steht ein Budget von ca. 18.000 € (netto) zur Verfügung.

Die Zahlung erfolgt nach erbrachten und akzeptierten Leistungsnachweis.

3.4 Dauer der Tätigkeit

Die voraussichtliche Dauer der Tätigkeit beginnt ab Vertragsschluss. Sie endet mit der Durchführung der Roadshow im ersten Projektjahr (Herbst 2023) nach ggf. erfolgten erforderlichen funktionalen Optimierungen und Nachbesserungen an der Konzipierung.
Funktionale Optimierungen und Nachbesserungen an der Konzipierung aufgrund der Erfahrungen im praktischen Einsatz des Bio-Mobils im ersten Projektjahr sind mit der vereinbarten Vergütung (s. Honorarangebot in Anlage 4) abgegolten.

Weiterentwicklungsanpassungen in den Projektjahren 2 und 3, welche flexibel auf die Endverbraucherbedürfnisse, aktuelle Themen der Bio-Branche sowie Erkenntnisse aus den jeweiligen Projektjahren eingehen sollen möglich bleiben und idealerweise bereits mitgedacht werden. Die Konzipierung und Umsetzung von Weiterentwicklungsanpassungen erfolgt im Laufe des Projektes über Ergänzungsaufträge bzw. weitere Ausschreibungen.

3.5 Nutzungsrechte

Der Auftragnehmer räumt dem Auftraggeber an den Arbeitsergebnissen unwiderruflich die räumlich, zeitlich und inhaltlich uneingeschränkten, ausschließlichen Nutzungsrechte für alle urheberrechtlichen und sonstigen Nutzungsarten ein, und überträgt ihm sämtliche hieran bestehenden übertragbaren Rechte. Der Auftraggeber ist insbesondere berechtigt, die Arbeitsergebnisse in eigenem Namen weiterzuführen, zu verändern und zu überarbeiten, zu vervielfältigen, veröffentlichen, verbreiten und auf sämtliche bekannte und unbekannte Nutzungsarten zu nutzen. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, die hergestellten Arbeitsergebnisse in einem offenen, bearbeitbarem und veränderbaren Format zur Verfügung zu stellen. Rechte aus den Entwicklungsphasen, insbesondere Nutzungsrechte an vorgestellten Entwürfen gehen nicht an den Auftraggeber über. Mit der vereinbarten Vergütung ist die Nutzungsrechtseinräumung vollständig abgegolten.
Der Auftraggeber ist berechtigt, an den Arbeitsergebnissen in eigenem Namen Schutzrechte anzumelden, insbesondere Gebrauchsmuster, Geschmacksmuster, Patent-, und Markenschutz. Der Auftragnehmer wird sämtliche dafür erforderlichen Informationen schriftlich übermitteln und ggf. erforderliche Erklärungen gegenüber Patent- und Markenämtern auf erstes Anfordern zur Verfügung stellen.

3.6 Eigentums- und Schutzrechte

Die von dem Auftraggeber zur Verfügung gestellten Daten und sonstigen Unterlagen verbleiben in dessen Eigentum und sind nach der Beendigung des Auftrags unverzüglich wieder herauszugeben.
Ein Zurückbehaltungsrecht besteht nicht.
Der Auftragnehmer sichert dem Auftraggeber zu, dass seine Leistungen und die von ihm beschafften Unterlagen frei von jeglichen Rechten Dritter – z.B. von gewerblichen Schutzrechten – sind. Ggf.

erforderliche Lizenzgebühren sind im Angebot anzugeben und fallen unter das für die ausgeschriebene Leistung angegebene Budget.

4 Verfahrensablauf

4.1. Allgemeines

Die potentiellen Auftragnehmer sind aufgefordert, innerhalb der unter 4.2 definierten Frist ein Angebot abzugeben. Bei der Auswahl und Bewertung werden die Kriterien Preis, Referenzen, wie auch das Grobkonzept bewertet (siehe Punkt 6). Es können nur vollständige, fristgerecht eingegangene Angebote bewertet werden, welche die die festgelegten Ausschlusskriterien wie den Ausschluss eines Interessenskonfliktes (5.6), eine Anerkennung der Musterfinanzhilfevereinbarung (5.5) sowie das Erreichen der Mindestpunktzahl bei den Bewertungskriterien (6) erfüllen.
Potentielle Auftragnehmer werden direkt aufgefordert ein Angebot einzureichen.
Die Aufforderung zur Abgabe von Angeboten ist zusätzlich unter www.biogrenzenlosregional.eu veröffentlicht.
Der Auftraggeber ist kein öffentlicher Auftraggeber im Sinne der Richtlinie (EU) 2014/24, sodass die EU- und nationalen Vorschriften zur Vergabe von öffentlichen Aufträgen und Dienstleistungen keine Anwendung finden.
Auf die Datenschutzerklärung in Anlage 5 wird verwiesen.

4.2 Zeitplan

- Aussendung der Aufforderung zur Angebotsabgabe 16.03.2023
- Frist für Rückfragen zur Angebotserstellung: 27.03.2023
- Frist für den Eingang der Angebote **(Ausschlussfrist): 30.03.2023, 10:30 Uhr**
- Voraussichtliche Mitteilung der Auswahlentscheidung: 03.04.2023
- Voraussichtlicher Vertragsschluss: Anfang April 2023

4.3 Angebotsabgabe

Bei Interesse an dem zu vergebenden Auftrag senden Sie Ihr Angebot bis spätestens **30.03.2023, 10:30 Uhr** (Ausschlussfrist!), **vorzugsweise per E-Mail**, an:

Bioland e.V.
Verena Kindinger
EU-Projekt „Grenzenlos Regional – Bio in Europa“
Schelztorstr. 49, 73728 Esslingen
Email: verena.kindinger@bioland.de

Für die Angebotserstellung sowie ggf. den Vertragsschluss wird keine Kostenerstattung oder Entschädigung gewährt. Nebenangebote sind nicht zugelassen.

4.4 Rückfragen

Rückfragen sind ausschließlich per E-Mail zu stellen an:

Bioland e.V.
Verena Kindinger
EU-Projekt „Grenzenlos Regional – Bio in Europa“
Schelztorstr. 49, 73728 Esslingen
Email: verena.kindinger@bioland.de

Mündliche Rückfragen werden nicht beantwortet.

Eine rechtzeitige Beantwortung der Rückfragen vor Ablauf der Frist für den Eingang der Angebote kann nur erfolgen, wenn die Rückfragen bis spätestens 27.03.2023 bei der oben genannten Stelle eingehen. Später eingehende Rückfragen werden nur beantwortet, sofern dies aus Sicht des Auftraggebers noch rechtzeitig vor Ablauf der Frist für den Eingang der Angebote möglich ist.
Die Antworten zu den eingegangenen Rückfragen werden in anonymisierter Form bei den Unterlagen unter www.biogrenzenlosregional.eu allen Bietern zur Verfügung gestellt.
Alle Unternehmen, die ein Angebot abgeben möchten, müssen sich in regelmäßigen Abständen informieren, ob unter dem angegebenen Link Rückfragenbeantwortungen oder ergänzende Unterlagen zur Verfügung gestellt wurden, die bei der Erstellung des Angebots zu beachten sind.

4.5 Durchführung des Auswahlverfahrens

Der Auftraggeber führt das Auswahlverfahren auch dann durch, wenn nur ein einziges wertbares Angebot vorgelegt wird, sofern er dies für angemessen hält.

Der Auftraggeber ist nicht verpflichtet, eine Auswahlentscheidung zu treffen. Insbesondere ist der Auftraggeber berechtigt, das Auswahlverfahren ganz oder teilweise aufzuheben, wenn kein Angebot eingegangen ist, das den Bedingungen entspricht; sich die Grundlage des Auswahlverfahrens wesentlich geändert hat; kein wirtschaftliches Ergebnis erzielt wurde oder andere schwerwiegende Gründe bestehen.

5 Angebotsbestandteile

Das Angebot muss folgende Bestandteile umfassen:

5.1 Honorarangebot

Für das Honorarangebot ist das unter Anlage 4 beigefügte **Formblatt** zu verwenden. Dem Honorarangebot soll ein Leistungsverzeichnis/Erläuterung bzw. weitere Aufschlüsselung beigefügt werden.

Das Honorarangebot versteht sich als Festpreis für die in der Leistungsbeschreibung (Kapitel 3.2 Ausgeschriebene Leistungen) sowie im Angebot enthaltenen Leistungen. Das im Formblatt Honorarangebot abgegebene Angebot umfasst die **gesamten Kosten der Erbringung beschriebenen Leistung einschließlich Personal- und Reisekosten** (inkl. Übernachtung, Tagegeld), vorbereitende Recherchen, ggf. Beauftragung von Dienstleistern für die Konzipierung und Organisation, Material/Equipment für die Konzipierung und Organisation, Materialkosten von Modellen und Probedrucken etc. Die Kosten für Koordination und Abstimmung mit dem Auftraggeber sowie Präsenz in Esslingen (Sitz der Projektkoordination bei Bioland e.V.) sowie bei Herstellern des Bio-Mobils etc. müssen im Festpreis enthalten sein.

Für den Fall, dass der Wirtschaftsteilnehmer für weitere Tätigkeiten beauftragt wird, welche nicht in der Leistungsbeschreibung genannt sind, ist der **Tagessatz** für einen Projektleiter (Führungskraft) sowie einen Projektmitarbeiter (Sachbearbeiter) anzugeben. Ein Anspruch auf Vergütung von weitergehenden Leistungen, welche nicht in der Leistungsbeschreibung enthalten sind, besteht nur dann, wenn und soweit der Auftragnehmer den Auftraggeber vor Erbringung dieser Leistungen schriftlich auf das Entstehen einer solchen zusätzlichen Vergütung unter Angabe deren voraussichtlichen Höhe hingewiesen und der Auftraggeber die Durchführung dieser Arbeiten schriftlich genehmigt hat.

Alle Festpreise und Tagessätze verstehen sich als **Netto**-Kosten zzgl. der jeweils geltenden Umsatzsteuer, sofern diese für den Auftraggeber nach deutschem Recht erstattungsfähig ist.

5.2 Grobkonzept

Bitte reichen Sie auf maximal drei DIN A4 Seiten ein **Grobkonzept** für die Erbringung der beschriebenen Leistungen ein. Grafische Entwürfe, Scribbles, Skizzen, Visuals o.Ä. können zusätzlich eingereicht werden.

5.3 Referenzen

Bitte erläutern Sie auf maximal zwei DIN A4 Seiten Text, woher Sie die Kompetenz für den Auftrag mitbringen. Aus Ihrer Erläuterung sollte hervorgehen und durch Referenzen belegt werden, welche vergleichbaren Aufträge in den letzten 5 Jahren im Bereich Konzipierung und ggf. Ausbau/Bau von erlebbaren (mobilen) Räumen, (Promotions-)Fahrzeugen oder sonstigen (mobilen) Raumgebilden, sowie ggf. im Bereich der Event- und Roadshoworganisation, vorzugsweise im Lebensmittelbereich von Ihnen bereits durchgeführt wurden. Ein Portfolio mit Bildern etc. kann zusätzlich eingereicht werden.

5.4 Bindefrist

Mit dem Angebot ist eine Bindefrist bis 15.05.2023 zu erklären.

5.5 Anerkennung Finanzhilfevereinbarung

Mit dem Angebot ist eine Erklärung abzugeben, dass die Musterfinanzhilfevereinbarung, die in Anlage 3 beigefügt ist, anerkannt wird und dem Angebot zugrunde gelegt wurde.

5.6 Eigenerklärung zu Interessenskonflikten und Leitlinien für Wettbewerbsverfahren

Gemäß Art. 12 der Finanzhilfevereinbarung müssen die Projektpartner alle erforderlichen Vorkehrungen treffen, um Situationen zu vermeiden, die die unparteiische und objektive Durchführung der Informationskampagne aus wirtschaftlichem Interesse, politischer Affinität oder nationalen Bindungen, familiären oder freundschaftlichen Beziehungen sowie sonstigen Interessenverknüpfungen beeinträchtigen („Interessenkonflikt“). Dies bedeutet, dass zu dem Auswahlverfahren nur Bewerber/Bewerbergemeinschaften zugelassen werden können, bei denen kein Interessenskonflikt im Sinne dieser Regelung vorliegt. Daher muss jeder Bewerber und jedes Mitglied einer Bewerbergemeinschaft die Erklärung abgeben, dass kein Interessenskonflikt in dem genannten Sinne vorliegt. Zur Orientierung bei der Bewertung, ob ein Interessenkonflikt vorliegt, werden die „Leitlinien für Wettbewerbsverfahren“ der EU-Kommission vom 7.7.2016 zur Auswahl von Durchführungsstellen herangezogen, die als Anlage 2 beigefügt sind. Dem Angebot muss eine Eigenerklärung zum Interessenskonflikt gemäß Anlage 1 beigefügt werden.

6 Auswahlkriterien / Bewertung der Angebote

Vollständige (siehe Punkt 5 Angebotsbestandteile) und fristgerecht eingegangene Angebote welche die Ausschlusskriterien (4.1) erfüllen gelten als wertbar und werden nach folgenden Kriterien bewertet:

Kriterien	Gewichtung in Punkten	Mindestpunktzahl
a) Preis	40	15
b) Referenzen	20	10
c) Grobkonzept	40	25
Maximal zu erreichende Punkte	**100**	

Um das Angebot mit dem besten Preis-Leistungsverhältnis zu identifizieren wird folgendes Verfahren angewendet:
Das Angebot, das bei Erfüllung der Ausschlusskriterien (4.1) und aller Mindestpunktzahlen den günstigsten Preis ausweist, erhält die volle Punktzahl in Höhe von 50 Punkten. Die anderen Bieter erhalten beim Preis eine Punktzahl entsprechend des prozentualen Abstands ihres Preises zum niedrigsten Preis.
Das wertbare Angebot, das die höchste Punktzahl erzielt, gilt als das wirtschaftlichste und erhält den Zuschlag.

7 Anlagen

Anlage 1: Formblatt Eigenerklärung zum Interessenskonflikt

Anlage 2: Leitlinien für Wettbewerbsverfahren der EU-Kommission

Anlage 3: Musterfinanzhilfevereinbarung für Mehrländerprogramme

Anlage 4: Formblatt Honorarangebot

Anlage 5: Datenschutzerklärung

Anlage 1: Formblatt Eigenerklärung zum Interessenskonflikt

Eigenerklärung für das Unternehmen

Name, Anschrift

Hiermit erklären wir, dass für unser Unternehmen kein Interessenskonflikt im Sinne von Art. 12 der Finanzhilfevereinbarung (Anlage 3) vorliegt. Wir erklären insbesondere, dass durch eine etwaige Beauftragung unseres Unternehmens nicht die unparteiische und objektive Durchführung der Informationskampagne „Grenzenlos Regional – Bio in Europa“ durch die Projektpartner aus wirtschaftlichem Interesse, politischer Affinität oder nationalen Bindungen, familiären oder freundschaftlichen Beziehungen sowie sonstigen Interessensverknüpfungen beeinträchtigt ist. Die „Leitlinien für Wettbewerbsverfahren“ der Europäischen Kommission vom 07.07.2016 (DDGI.BV./MJ/db D(2016)3210777) (Anlage 2) haben wir zur Kenntnis genommen.

Ort, Datum, Unterschrift des Unternehmens

Anlage 4: Template „Report on Project Evaluation Activities”

Anlage 2: Leitlinien für Wettbewerbsverfahren der EU-Kommission

Abrufbar unter: https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/default/files/agri-2016-61788-00-00_de.pdf

Anlage 3: Musterfinanzhilfevereinbarung für Mehrländerprogramme

Abrufbar unter: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/agrip/agr-contr/multi-mga_agrip_en.pdf

Anlage 4: Formblatt Honorarangebot

HONORARANGEBOT

		Preis
A. Festpreis für Leistungserbringung	**Summe A.1 + A.2, davon**	**€**
	A.1 **Konzipierung** Bio-Mobil (einschließlich Workshops/Abstimmungstreffen; Nachbesserungen und funktionale Optimierungen im ersten Projektjahr)	€
	A.2 **Organisation** der Anmietung/Anschaffung (einschließlich Abstimmung, Abnahme)	€
B. Kosten für ggf. anfallende Leistungen nach zusätzlicher Beauftragung		
	Tagessatz Führungskraft (Projektleiter*in)	€
	Tagessatz Fachkraft (Projektmitarbeiter*in)	€

☐ Ein Leistungsverzeichnis/Erläuterungen/nähere Aufschlüsselungen zum Honorarangebot sind beigefügt.

Das Angebot umfasst die gesamten Kosten der Erbringung der im Los beschriebenen Leistung einschließlich Personal- und Reisekosten (inkl. Übernachtung, Tagegeld), vorbereitende Recherchen, ggf. Beauftragung von Dienstleistern für die Konzipierung/Organisation, Material/Equipment für die Konzipierung/Organisation, Materialkosten von Modellen und Probedrucken etc. Sämtliche Kosten sind als **Netto**-Kosten anzugeben. Die Kosten für Koordination und Abstimmung mit dem Auftraggeber sowie Präsenz in Esslingen (Sitz der Projektleitung) sowie bei Herstellern des Bio-Mobils etc. müssen im Festpreis enthalten sein.

Die Abrechnung von Reise- und Übernachtungskosten gegenüber dem Auftraggeber erfolgt nach tatsächlich anfallenden Kosten bis maximal zur Höhe der angegebenen Summe, welche mit entsprechenden Belegen nachzuweisen und der Rechnung als Unterbeleg beizufügen sind. Reisekosten können nur erstattet werden, wenn sie die Sätze nach Bundesreisekostengesetz einschließlich Verwaltungsvorschriften nicht wesentlich übersteigen.

Die Leistungen sind gemäß der Leistungsbeschreibung sowie (nachrangig) in dem Angebot des Auftragnehmers zu erbringen.

Datum, Ort, Unterschrift

Anlage 5: Datenschutzerklärung

Information zur Umsetzung der datenschutzrechtlichen Vorgaben nach der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) bei der Auftragsvergabe

Der Auftraggeber (Bioland e.V.) verarbeitet im Rahmen dieser Auftragsvergabe neben unternehmensbezogenen auch personenbezogene Daten. Mit diesem Datenschutzhinweis möchten wir Sie über die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten informieren.

1. Name und Kontaktdaten des für die Verarbeitung Verantwortlichen
Diese Datenschutzhinweise gelten für die Datenverarbeitung durch:

Bioland e.V.
Kaiserstr. 18
55116 Mainz
Telefon +49 6131 23979 0
E-Mail: datenschutz@bioland.de

2. Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten
Sie können unseren Datenschutzbeauftragten unter folgender Adresse erreichen:
E-Mail: info@sidit.de
SiDIT GmbH, Langgasse 20, 97261 Güntersleben

3. Erhebung, Speicherung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten sowie Art und Zweck und deren Verwendung
a) Erhebung, Speicherung, Verarbeitung und Nutzung
Wir erheben, speichern, verarbeiten und nutzen die personenbezogenen Daten, die Sie uns im Rahmen des Vergabeverfahrens zur Verfügung stellen. Das sind insbesondere:

- Firmenname, UStIDNr., Mitgliedsbescheinigung bei der zuständigen Industrie-, Handels-, Handwerkskammer oder berufsständischen Kammer, Jahresabschlüsse, Bankerklärung
- Persönliche Kontaktdaten und Namen von Bietern, soweit es sich um natürliche Personen oder Personengesellschaften handelt, und Kontaktdaten von Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern der Bieter (z.B. Anrede, Vor- und Nachname, Adresse, E-Mail-Adresse, Telefonnummer, Faxnummer),
- Daten zur Qualifikation/Eignung eingesetzter Beschäftigter des Bieters
- Referenzen über in der Vergangenheit ausgeführte vergleichbare Leistungen

Eine Datenerhebung darüber hinaus erfolgt nur, sofern wir dazu rechtlich verpflichtet sind oder Sie eingewilligt haben.

b) Wofür verarbeiten wir Ihre Daten (Zweck der Verarbeitung) und auf welcher Rechtsgrundlage?
Bioland e.V. ist kein öffentlicher Auftraggeber im Sinne der Richtlinie (EU) 2014/24, sodass die EU- und nationalen Vorschriften zur Vergabe von öffentlichen Aufträgen und Dienstleistungen keine Anwendung finden. **Die Verarbeitung personenbezogener Daten dient**

- **der Durchführung des Vergabeverfahrens** (insb. Bereitstellung von Vergabeunterlagen, Beantwortung von Bieterfragen, Abfrage und Überprüfung von Ausschlussgründen, Abfrage und Überprüfung der Eignung, Abfrage und Überprüfung der Qualität und Qualifikation)
- **sowie nach der Aufnahme eines eventuellen Vertragsverhältnisses für die Zwecke des Vertragsverhältnisses selbst**

und erfolgt auf Grundlage von Art. 6 Abs. 1 lit b und c sowie Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO. Wir unterliegen zudem verschiedenen rechtlichen Verpflichtungen, wie bspw. gesetzlichen handelsrechtlichen Aufbewahrungs- und Dokumentationspflichten (aus HGB, StGB oder AO).

Ohne die Daten sowie die erforderlichen Auskünfte kann kein Zuschlag erteilt werden, da abgegebene Angebote unvollständig und damit auszuschließen sind.

5. Wie verarbeiten wir diese Daten?
Ihre Daten werden im Rahmen des Vergabeverfahrens dokumentiert und der Vergabeakte beigelegt.

6. Weitergabe von Daten
Auch bei der Weitergabe von personenbezogenen Daten handelt es sich um eine Verarbeitung im Sinne der vorangegangenen Ziffer 3. Im Rahmen des Vergabeverfahrens werden ihre Daten innerhalb des Bioland e.V. weitergegeben an:

- Mitglieder der Geschäftsführung sowie Mitarbeiter*innen des Auswahlkomitees

Anlage 5: Datenschutzerklärung

Wir wollen Sie an dieser Stelle jedoch nochmal gesondert über das Thema der Weitergabe an Dritte informieren. Der Schutz Ihrer personenbezogenen Daten liegt uns sehr am Herzen. Aus diesem Grund sind wir besonders vorsichtig, wenn es darum geht Ihre Daten an Dritte weiterzugeben. Alle personenbezogenen Daten werden nur dann weitergegeben, wenn die Übermittlung gesetzlich zulässig ist oder Sie in die Übermittlung eingewilligt haben. Zu den Empfängern aufgrund einer gesetzlich zulässigen Übermittlung können insbesondere gehören:

- Unterlegene Bieter, über die Merkmale und Vorteile des erfolgreichen Angebotes sowie den Namen des erfolgreichen Bieters zu unterrichten sind
- Veröffentlichung des Namens des erfolgreichen Bieters im Internet unter www.biogrenzenlosregional.eu und in der Vergabebekanntmachung im Amtsblatt der europäischen Union. Diese Information enthält zumindest auch den Namen des beauftragten Unternehmens
- Stelle zur Nachprüfung behaupteter Verstöße gegen Vergabebestimmungen (Vergabekammer)
- Gerichte im Falle von Klagen
- Fördergeldgeberin (EU-Kommission)
- Versand (z.B. Versanddienstleister)
- Zahlung (z.B. Zahlungsdienstleister)
- Buchhaltung (z.B. Steuerberater)
- Rechtsstreitigkeiten (z.B. Anwalt)
- Auftragsverarbeiter, mit denen wir eine Vereinbarung nach Art. 28 DSGVO geschlossen haben
- Kommunikationsplattform (z.B. E-Mail, WhatsApp, andere Messenger-Dienste)
- Ggf. Behörden

7. Dauer der Verarbeitung und Speicherung /Löschung

Ihre personenbezogenen Daten werden von uns gelöscht, soweit diese für die Zwecke, für die sie erhoben oder auf sonstige Weise verarbeitet wurden, nicht mehr notwendig sind, die Verarbeitung nicht zur Ausübung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Information, zur Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung, aus Gründen des öffentlichen Interesses oder zur Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen erforderlich sind.

Der Auftraggeber (Bioland e.V.) ist gemäß Artikel 20 der Musterfinanzhilfevereinbarung (Anlage 5) verpflichtet, die Vergabeunterlagen für einen Zeitraum von 5 Jahren nach der Abschlusszahlung durch die Fördergeberin aufzubewahren.

Soweit gesetzliche Aufbewahrungspflichten bestehen, werden die betreffenden personenbezogenen Daten für die Dauer der Aufbewahrungspflicht gespeichert.

8. Betroffenenrechte

Sie haben das Recht:

• gemäß Art. 15 DSGVO Auskunft über Ihre von uns verarbeiteten personenbezogenen Daten zu verlangen. Insbesondere können Sie Auskunft über die Verarbeitungszwecke, die Kategorie der personenbezogenen Daten, die Kategorien von Empfängern, gegenüber denen Ihre Daten offengelegt wurden oder werden, die geplante Speicherdauer, das Bestehen eines Rechts auf Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung oder Widerspruch, das Bestehen eines Beschwerderechts, die Herkunft ihrer Daten, sofern diese nicht bei uns erhoben wurden, sowie über das Bestehen einer automatisierten Entscheidungsfindung einschließlich Profiling und ggf. aussagekräftigen Informationen zu deren Einzelheiten verlangen**;**

• gemäß Art. 16 DSGVO unverzüglich die Berichtigung unrichtiger oder Vervollständigung Ihrer bei uns gespeicherten personenbezogenen Daten zu verlangen;

• gemäß Art. 17 DSGVO die Löschung Ihrer bei uns gespeicherten personenbezogenen Daten zu verlangen, soweit diese für die Zwecke, für die sie erhoben oder auf sonstige Weise verarbeitet wurden, nicht mehr notwendig sind, die Verarbeitung nicht zur Ausübung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Information, zur Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung, aus Gründen des öffentlichen Interesses oder zur Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen erforderlich ist;

• gemäß Art. 18 DSGVO die Einschränkung der Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten zu verlangen, soweit die Richtigkeit der Daten von Ihnen bestritten wird, die Verarbeitung unrechtmäßig ist, Sie aber deren Löschung ablehnen und wir die Daten nicht mehr benötigen, Sie jedoch diese zur Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen benötigen oder Sie gemäß Art. 21 DSGVO Widerspruch gegen die Verarbeitung eingelegt haben;

• gemäß Art. 20 DSGVO Ihre personenbezogenen Daten, die Sie uns bereitgestellt haben, in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesebaren Format zu erhalten oder die Übermittlung an einen anderen Verantwortlichen zu verlangen und

• gemäß Art. 77 DSGVO sich bei einer Aufsichtsbehörde zu beschweren. In der Regel können Sie sich hierfür an die Aufsichtsbehörde Ihres üblichen Aufenthaltsortes oder Arbeitsplatzes wenden.

Anlage 5: Datenschutzerklärung

9. Widerspruchsrecht
Sofern Ihre personenbezogenen Daten auf Grundlage von berechtigten Interessen gemäß Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. f DSGVO verarbeitet werden, haben Sie das Recht, gemäß Art. 21 DSGVO Widerspruch gegen die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten einzulegen, soweit dafür Gründe vorliegen, die sich aus Ihrer besonderen Situation ergeben.
Möchten Sie von Ihrem Widerspruchsrecht Gebrauch machen, genügt eine E-Mail an datenschutz@bioland.de

10. Recht auf Widerruf
Jede betroffene Person hat das Recht, sofern personenbezogene Daten auf der Grundlage einer Einwilligung verarbeitet werden, diese Einwilligung mit Wirkung für die Zukunft zu widerrufen. Die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung bleibt von dem Widerruf unberührt.
Möchten Sie von Ihrem Widerspruchsrecht Gebrauch machen, genügt eine E-Mail an datenschutz@biolan