



Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

E-Learning-Module

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

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

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

Inhalt

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
Insb. E-Learning Zielgruppe: B2B	6
2.5 Zielregionen.....	6
2.6 Laufzeit des Projektes.....	6
3 Zu vergebende Leistungen	7
3.1 Ausgangssituation	7
3.2 Ausgeschriebene Leistung.....	7
3.2.1 Leistungsbeschreibung.....	7
3.2.2 Fristen.....	12
3.2.3 Leistungsabgrenzung.....	12
3.3 Nutzungsrechte	13
3.4 Eigentums- und Schutzrechte	13
4 Verfahrensablauf.....	13
4.1. Allgemeines	13
4.2 Zeitplan.....	14
4.3 Angebotsabgabe.....	14
4.4 Rückfragen.....	14
4.5 Durchführung des Auswahlverfahrens.....	14
5 Angebotsbestandteile	15
5.1 Honorarangebot	15
5.2 Grobkonzept.....	15
5.3 Referenzen	16
5.4 Bindefrist	16
5.5 Anerkennung Finanzhilfevereinbarung.....	16
5.6 Eigenerklärung zu Interessenskonflikten und Leitlinien für Wettbewerbsverfahren ...	16
6 Auswahlkriterien / Bewertung der Angebote.....	16
7 Anlagen	17

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

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.

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

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

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

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, **aber auch an B2B. Deren Bio-Hintergrundwissen soll über Workshops und E-Learnings gestärkt werden und sie damit befähigen, selbst Vorurteile von Verbrauchern zu entkräften.** Alle Aktivitäten wie zum Beispiel das **zentrale Bio-Informationstool "Bio-Mobil"**, Aufklärungskampagnen für Verbraucher, Verkaufsförderungsmaßnahmen im Lebensmittelhandel, Kampagnen in Schulen oder mit B2B 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

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

- 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 **aber auch B2B 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 realen 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 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

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

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 Programmanschlag richtet sich an die Kernzielgruppen Endverbraucher – Einkaufsentscheider 20-65 Jahre, Kinder 8-16 Jahre **sowie B2B-Personal 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.

Insb. E-Learning Zielgruppe: B2B

Die Zielgruppe der B2B in Deutschland primär aus Handel, Gastronomie/Tourismus und Gemeinschaftsverpflegung bietet ein großes Potenzial für Absatzsteigerungen im Bio-Bereich. Schlüssel dazu sind z.B. die B2B-Entscheider im öffentlichen Bereich, um die Einkaufspolitik pro Bio zu beeinflussen; sowie das B2B-Fachpersonal des Handels, da diese maßgeblichen 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 Gruppen 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.

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

3 Zu vergebende Leistungen

3.1 Ausgangssituation

Um die Ziele des Projektes „Grenzenlos regional – Bio in Europa“ hinsichtlich Bewusstseinsentwicklung der Zielgruppe B2B zu verstetigen, wurden bereits erste ortsunabhängige und leicht zu erreichende Fortbildungsangebote in Form von E-Learning-Einheiten umgesetzt. [[E-Learning - Grenzenlos Regional - Bio in Europa \(regionalbio.eu\)](#)]. Mit den bereits umgesetzten Einheiten wurde der Einstieg in die Bio-Wissenswelt geschaffen. Neben der inhaltlichen Grundlage bieten diese Lerneinheiten auch die gestalterischen Leitplanken durch die Umsetzung des Projekt CD/CI.

Im kommenden Schritt werden die Fortbildungsangebote thematisch und die Themenkomplexe Bio-Narrative und Praxis-Vertiefungen ausgebaut. Weg von den Grundlagen hin zur Kundenperspektive und damit näher an die Alltagswelt der Zielgruppen. Grundlage hierfür bieten die sechs Bio-Narrative, die vorherrschende Vorurteile gegenüber Bio entkräften. Die Bio-Narrative befassen sich mit den Themenfeldern Preis und Kosten, Gesundheit und Ernährung, Tierhaltung, Umweltleistungen, Glaubwürdigkeit sowie Ertrag und Welternährung. Die Bio-Narrative liegen in textlich ausgearbeiteter Form vor und werden allen Interessenten zur Erstellung des Grob- bzw. Detailkonzeptes (s.u. 4. Verfahrensablauf) zur Verfügung gestellt. Hierbei ist zu beachten, dass diese Vorurteile nicht durch Wiederholung verstärkt, sondern ihnen durch bewusstes Reframing begegnet wird. Darüber hinaus werden eLearning-Module, die sich auf die unterschiedlichen Arbeitsprofile der Zielgruppen fokussieren eingeführt. Diese so genannten Praxis-Vertiefungen beziehen sich auf den Arbeitsalltag von Verkäuferinnen und Verkäufer und Fachkräften in der Gastronomie und Mitarbeitenden von Metzgereien und Bäckereien.

Ziel der Bioland-Bildung, in das sich dieses eLearning eingliedert: Das langfristige Ziel aller Bioland-Bildungsaktivitäten ist, dass sich die Zielperson als Akteur der Transformation versteht. Einzelne und niedrigschwellige Kontakte zur Zielperson stellen einen Einstieg dar. Aber nur über dauerhaften Bezug der Zielperson zu Bioland kann das langfristige Ziel erreicht werden. Zur Zielperson muss hierfür eine tragfähige und belastbare Beziehung aufgebaut werden. Hierfür bedarf es vielfältige Begegnungen – auch in persönlichem Kontakt. Die Zielperson muss Wissen um Herausforderungen und Chancen aufbauen und ggf. Hürden abbauen. Sie muss sich selbst als wirksamer Teil wahrnehmen. Im Arbeitskontext ebenso wie im Privatem. Es muss Vertrauen entstehen, um Misstrauen begegnen zu können und eigenständig zu agieren.

Vorgegebenes Ziel der Fortbildungsangebote sind für die gesamte Dauer des Projektes „Grenzenlos regional – Bio in Europa“ bis Feb. 2026 insgesamt **6.300 erfolgreiche Absolventen der verschiedenen E-Learning-Einheiten/Module**. Dies muss durch eine Tracking-Möglichkeit nachvollzogen werden können. In der aktuellen Umsetzung wird dies über das Tracking von Downloads am Ende der Kapitel der ersten Lerneinheit organisiert. Hierfür wird voraussichtlich in Quartal 3 2024 ein passendes Learning-Management-System ausgewählt und eingeführt, das neben dem Tracking der Absolventenzahlen auch die Option einer Registrierung zur Verfügung stellt, damit gewillte User nach Abschluss der Lerneinheiten ein Zertifikat runterladen können, das über die unterschiedlichen absolvierten Lerneinheiten Auskunft gibt.

3.2 Ausgeschriebene Leistung

3.2.1 Leistungsbeschreibung

Gegenstand dieser Ausschreibung ist die Entwicklung der Lerneinheiten 2 und 3 mit insgesamt etwa 10 E-Learning- Modulen, die nahtlos an die bestehende Lerneinheit 1 zu den Grundlagen der AGRIP- Informationskampagne „Grenzenlos regional – Bio in Europa“ anknüpfen.

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

Im Projektzeitraum sollen unter Berücksichtigung der im Folgenden detaillierten Rahmenbedingungen **die (Teil-)Module** zur Verfügung gestellt werden. Im ersten Schritt sollen dabei die oben genannten Bio-Narrative erlebbar gemacht werden. Im zweiten Schritt die Praxis-Vertiefungen.

Hier eine kurze Übersicht zu den Lerneinheiten und Modulen

	Arbeitstitel	Inhalte	Status	Fertigstellung
Lerneinheit 1	„Grundlagen“	4 Module á max. 5 Minuten	<u>bereits realisiert</u>	Bis Ende 2023
Lerneinheit 2	„Mehrwerte der regionalen Ökolandwirtschaft“	6 Module auf Basis der 6 Bio-Narrative	Bio-Narrative liegen final formuliert vor, methodisch-didaktische Umsetzung offen	Bis Ende 2024
Lerneinheit 3	„Bio in der Praxis“	Praxis-Vertiefung „Im Kundengespräch“ + „Praxis im Handwerk“ (Metzger, Bäcker, Gastronomie)	Konzeptioneller Rahmen liegt vor, inhaltliche sowie methodisch-didaktische Umsetzung offen	Ab Ende 2024

Die oben genannten **Rahmenbedingungen** sind:

Didaktik: Offenheit für methodisch-didaktische Umsetzung der 1.) Bio-Narrative; 2) der Kundengespräche oder der 3) Praxis-Vertiefungen. Erste Ideen zur Umsetzung finden Sie unter „Inhalte der Lerneinheiten“ im nächsten Abschnitt. Gefordert sind grundsätzlich eine hohe Interaktionsrate, eine kurzweilige und abwechslungsreiche Aufbereitung sowie überschaubare Längen der Module, die die Lernenden motiviert noch weitere Module zu absolvieren. Einzelne Kapitel von ca. 3-4 Minuten sollen eine thematisch abgeschlossene Lerneinheit von insgesamt max. 30 Minuten ergeben.

Grundlage zur Erreichung des Zieles des Projekts, ist aus Sicht des Auftraggebers, dass die methodisch-didaktisch Aufbereitung der komplexen Inhalte der sehr vielfältigen Zielgruppe entspricht und hierfür die verschiedenen Kapitel der Lerneinheiten durch den Einsatz unterschiedlicher Medien (Text, Bild, Bewegtbild) für die unterschiedlichen Lerntypen aufbereitet wird. Immer mit dem Ziel, dass die Zielgruppe das erworbene Wissen im Alltag anwenden kann. Dieser Übergang soll v.a. in der Lerneinheit 3 stattfinden. Aber wie im bereits realisierten Modul, werden auch in den vorherigen Modulen am Ende der jeweiligen Kapitel nach einer Quiz Situation Informationen zum Download zur Verfügung gestellt, damit Berührungspunkte und Inhalte nach beenden einer Lerneinheit möglich ist und die Inhalte greifbar bleiben.

Technik: Die E-Learning-Einheiten/Module sollen auf der Kampagnenwebseite www.regionalbio.eu integriert werden. Dies betrifft neben der Gestaltung innerhalb der Grenzen des Projekt CD/CI auch die Umsetzung in ein voll responsives Umfeld, so dass alle Lerneinheiten in allen Lernumgebungen nutzbar sind, sowie eine Tracking-Möglichkeit um die erfolgreiche Absolvierung durch die B2B-Zielgruppe nachvollziehbar machen.

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

Integration: Die technische Umsetzung wird in ein vom Auftraggeber im Zeitraum der Ausschreibung auszuwählendes LMS integriert werden. Der Dienstleister wird in die Auswahl insofern über den Auswahlprozess informiert sein, als dass er sicherstellen muss, dass die Module in das LMS integriert werden können. Das LMS wird über eine losgelöste Ausschreibung im gleichen Projektzeitraum zur Verfügung gestellt.

Regionalisierung: E-Learnings sollten mit geringem Aufwand (inhaltliche Adaption und Übersetzung) auf die Kampagne in Italien angepasst werden können, da das E-Learning auch für die Kampagne in Italien verwendet werden können sollten. Dies sollte bei der Umsetzung bedacht werden. Die Kosten für die Übersetzung etc. sind nicht Teil der vorliegenden Ausschreibung. Sie werden vom italienischen Projektpartner getragen und gesondert ausgeschrieben.

Inhalte der Ausschreibung

Lerneinheit 2 “Mehrwerte der regionalen Ökolandwirtschaft”

Ziel dieser Lerneinheit ist, dass die Nutzerinnen und Nutzer die Bio-Narrative erleben und im Nachgang eigene Vorurteile abbauen sowie den Vorurteilen der Kundschaft gekonnt begegnen können.

Auf Grundlage der sechs oben benannten Bio-Narrativen sollen sechs verschiedene Module entstehen. Die inhaltlich eng miteinander verbundenen Themen sollen die Vorteile der regionalen ökologischen Landwirtschaft sowie die Zusammenhänge der Themen untereinander erlebbar machen. Auch hier sollen die vom Auftragnehmer zu konzipierenden und inhaltlich zu entwickelnden einzelnen Module mit kurzen Faktenübersichten (1.) zu den jeweiligen Themen und Best-Practice-Beispielen mit Bioland (2.) abgeschlossen werden. Beides entnimmt der Auftragnehmer den sechs Bio-Narrativen als textlich / inhaltlicher Grundlage. Neben dieser textlichen Grundlage gibt es auch bereits erste Videos für 2 der 6 Narrative (Gesundheit&Ernährung, Preis&Kosten), die im Rahmen des Projektes zur Verbraucherinformation verwendet werden, und die auch für die Lerneinheiten frei genutzt werden könnten ([Videos - Grenzenlos Regional - Bio in Europa \(regionalbio.eu\)](https://www.regionalbio.eu)). Weitere Videos sind für jedes weitere Narrativ geplant und werden parallel gefertigt. Aber auch die Fortführung des Einsatzes von O-Tönen einzelner Akteure als Testimonials wie in den bereits bestehenden Kapiteln der ersten Lerneinheit ist gewünscht oder kann durch den Einsatz von Bewegtbild noch ausgebaut werden. Hierzu berücksichtigt der Auftragnehmer die vielfältigen Querverweise und weiterführenden Verlinkungen der Bio-Narrative in die Bewegung, die sich rund um das Thema nachhaltige Ernährung und Transformation der Land- und Lebensmittelwirtschaft ansiedeln.

Lerneinheit 3 „Bio in der Praxis“

Die Lerneinheit 3 zielt auf den Übergang von theoretischem Wissensaufbau und Anwendung des Wissens in den Arbeitsalltag der Nutzer:innen. Zielgruppengerechte und situationsbedingte Anwendung des Wissens in den jeweiligen Kontexten (Bäckerei, Metzgerei oder Gastronomie) geht dabei mit einer Auswahl an den dort relevanten Themen für die Zielgruppen einher. Damit das Bio-Basis-Wissens, das in LE 1 und 2 aufgebaut wurde, im Alltag der Nutzer:innen wirksam werden kann, muss LE 3 leisten, dass die großen Themenvielfalt für die jeweiligen Zielgruppen überschaubar wird.

Die Praxisvertiefung „Kundengespräch“ enthält daher keine neuen Inhalte, sondern leitet zielgruppengerechte und situationsbedingte Anwendung des Wissens an. Es geht um das Einüben des jeweils relevanten Teils des Bio-Basis-Wissens aus LE 1 und 2. So sind die Vorteile regionaler Biolandwirtschaft beim Thema Tierhaltung in der Bäckerei nur in Einzelfällen relevant. An dieser Stelle kann also nicht-relevantes weggelassen werden, gerade um die Einzelfälle aber pointiert

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

hervorzuheben. Bsp. 1: regionale Bio-Eier oder regionaler Bio-Rübenzucker in Gebäck Bsp. 2: Resteverwertung: Bio-Brot in regionalen Wertschöpfungskreisläufen für Bio-Schweine.

Die Vertiefung „Praxis im Handwerk“ bündelt hingegen zum einen Faktenwissen branchenspezifisch für Nutzer:innen und vertieft zum anderen inhaltlich mit einem Blick in die Richtlinien (sowohl der EG-Bio-Verordnung als auch der Bio-Verbände). Gleichzeitig sollen diese unterschiedlichen Inhalte durch Beiträge von Testimonials aus Reihen der Bioland-Partner als Best-Practice-Beispiele lebendig gehalten und konkretisiert werden.

Praxisvertiefung „Im Kundengespräch“

Ziel der Vertiefung ist, dass die Nutzerinnen und Nutzer ihr Wissen aus den Lerneinheiten 1 und 2 in eine Gesprächssituation übertragen, zielgruppengerecht und situationsbedingt entsprechend der eigenen Alltagssituation anwenden und so spielerisch Hürden abbauen.

Die Praxisvertiefung „Im Kundengespräch“ überträgt die Inhalte der Lerneinheiten 1 und 2 in einem Frage-Antwort-Spiel in den Alltag der Lernenden: Zum einen soll dabei das Verkaufspersonal an Frischetheke oder am Regal im Lebensmitteleinzelhandel adressiert werden, aber auch das Personal in der Gastronomie, welches Gespräche am Tisch führt. Darüber hinaus berücksichtigt die Praxisvertiefung „Im Kundengespräch“ neben den unterschiedlichen Zielgruppen auch unterschiedliche Kundentypen mit den jeweiligen Ansprüchen.

Unterschiedliche Zielgruppen machen es notwendig, dass das Verkaufspersonal sich in den unterschiedlichen Umgebungen wiederfindet an Frischetheken, am Regal oder im Service am Tisch. Ob die Gesprächssituationen mit unterschiedlichen Hintergründen über Fotos, Videos oder graphische Visualisierungen am Regal, am Tisch oder an der Theke lokalisiert werden und ob die Fragen und Antworten in Ton oder Text als multiple Choice umgesetzt werden oder ob die Nutzerinnen und Nutzer die verschiedenen Optionen frei wählen können, nacheinander abarbeiten müssen oder per Zufall zugewiesen bekommen, ist didaktischen zu begründen. Ideen und Ansätze, beruhend auf guten Erfahrungen bei ähnlichen Projekten sind ausdrücklich willkommen.

Unterschiedliche Kategorien an Bio-Käufern sorgen für unterschiedliche Gesprächsfäden. Folgende Kategorien sind dabei zu berücksichtigen: Neu-Kund:innen (noch nie Bio gekauft und sehr preissensibel), Gelegenheitskund:innen (kauft einzelne Produkte regelmäßig und ist grundsätzlich offen mehr Geld für ein Bio-Produkt auszugeben) und die Bio-Intensivkäufer:innen (kauft ökologisch, regional und saisonal ein und achten dabei auf Verband-Standards).

Das Frage-Antwort-Spiel soll auswertbar sein und sich in Leistungsnachweisen auf Zertifikaten wiederfinden. Nach Abschluss des Frage-Antwort-Spieles können Nutzerinnen und Nutzer Alltagstipps für die Kundinnen und Kunden runterladen, um konkreten und dauerhaften Mehrwert für die Lernenden zu stiften. Mögliche Inhalte sind Überblick zu Kundentypen und den jeweiligen Bedürfnissen sowie Hinweise wie denen begegnet werden kann.

Vertiefung „Praxis im Handwerk“

Ziel der Vertiefung ist, dass die Nutzerinnen und Nutzer sich das notwendige Fachwissen für ihre Branche schnell und übersichtlich erarbeiten, inspirierende Beispiele kennenlernen und sich die Vorteile des eigenen Betriebs und der eigenen Produkte eigenständig erarbeiten können.

Ergänzend zu den Lerneinheiten 1 und 2 sollen in der Lerneinheit „Praxis im Handwerk“ drei Module entstehen, die die allgemeinen Inhalte als Hintergrundinformation branchenspezifisch zusammenfasst und anschließend die Arbeit in der Produktion von Metzgereien & Bäckereien sowie in der Küche der Restaurants beleuchtet.

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

Zielgruppe sind Menschen in der Herstellung. Auf sie werden die jeweils wichtigsten Informationen für die jeweilige Branche aus den Lerneinheiten 1 und 2 zugeschnitten und um Hinweise für den ihren Alltag in den Metzgereien & Bäckereien und in der Gastronomie ergänzt: Was darf man nach EU-Bio-Verordnung oder was darf man nicht, was sind ggf. weitergehende Vorgaben der Verbände? Wie klappt es dennoch oder gerade deswegen mit Brot, Wurst oder Gericht nach Kundenwunsch. Was sind die Tipps und Tricks in der Verarbeitung?

Seitens Bioland gibt es als Grundlage hierzu einen [Richtlinienvergleich](#) zwischen EU-Bio und Bioland für den Teil zu den Richtlinien. Entsprechende Darstellungen gibt es auch von [Demeter](#) und [Naturland](#). Außerdem liegen branchenspezifische Vorteile in fertigen Textbausteinen von Bioland für die Themen Brot Backwaren Bäckerei Getreide, Geflügel Bruderhahn Hühner sowie Fleisch Tierhaltung Tierwohl Produkte vor.

Darüber hinaus werden Bioland-Akteure als Testimonials in Praxisbeispiele eingebunden. Je Branche (Metzgerei & Bäckerei sowie Gastronomie) sind 4 – 6 Testimonials einzubinden, die unterschiedliche Schwerpunkte ihrer Arbeit kurz präsentieren. Die Auswahl der Testimonials sowie die Themenschwerpunkte liefert Bioland. Die Umsetzung sei es in kurzen How-To-Videoclips oder O-Tönen wie in der Lerneinheit 1 hat zum Ziel die Eckpunkte der jeweiligen Verarbeitungsbranche vertrauensvoll und authentisch vermittelt. Gerade neue Mitarbeitende der Bioland-Partner sollen die Ziele (Bio = Nachhaltigkeit → Welt retten) hinter den Praktiken im Bio-Segment kennenlernen und sie motivierend für den eigenen Arbeitsalltag erleben. Hierzu werden auch Videobotschaften mit direkter Ansprache an die Lernenden durch einzelne Akteure am Ende eingebaut. In Abgrenzung zu den oben genannten How-To-Videos, die z.B. den Aufbau einer Bioland-Wertschöpfungskette für eine Gewürzmischung beim Metzger oder Mohnanbau in NRW in Kooperation mit einem Bioland-Bäcker sein kann, würde eine solche Videobotschaft eher Richtung „Regionale Land- und Lebensmittelwirtschaft – schön, dass du dabei bist!“ gehen.

Die Produktion der Medien erfolgt durch den Auftragnehmer. Um große zeitliche Aufwände im Rahmen der Produktion dieser Medien zu vermeiden, ist es denkbar den Auftraggeber bei der Erstellung der Rohdaten einzubinden. Im Beispiel eines möglichen Videodrehs könnten Filmaufnahmen in manchen Regionen durch den Auftraggeber vorgenommen werden. Um das gewünschte Erscheinungsbild „aus einem Guss“ zu gewähren, läge in diesem Fall aber sowohl Briefing als auch Postproduktion (Schnitt, Sound, Layoutelemente, etc.) beim Auftragnehmer.

Während die Grundlagen und das branchenspezifische Wissen in Quizen abgefragt und in Zusammenfassungen als Download zur Verfügung gestellt wird. Ist der eigentliche Abschluss der Lerneinheit die Videobotschaft für die jeweilige Branche verbunden mit einem Arbeitsblatt zum Download, mit dem die Nutzer:innen die Mehrwerte des eigenen Arbeitgebers bzw. der eigenen Bio-Produkte erarbeiten – und sich so selbst als ein Best-Practice-Beispiel erkennen.

Überblick Vertiefung: 1. Zusammenfassung der Grundlagen + branchenspezifisches Wissen und Best-Practice-Videos von Bioland-Gastronomen, -Bäckern oder -Metzgern; 2. Motivierender Abschluss mit Videobotschaft und Arbeitsblatt „Die eigenen Bio-Mehrwerte kennenlernen“. Aktueller inhaltlicher Planungsstand [hier](#).

Folgende Merkmale sollte die technische Umsetzung der E-Learning-Module aufweisen:

- Redaktionsberechtigungen zur Aktualisierung der Daten über den Zeitraum der Erstellung hinaus
- Voll responsive Umsetzung der zu entwickelnden Design-Vorlagen und Funktionen und zu verschiedenen Browsern und Geräten

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

- Nutzer-Tracking zu Beginn über Download – im Weiteren über Implementierung in ein LMS
- Einbindung eines E-Mail-Formulars zur Kontaktaufnahme
- Design-Entwicklung / Implementierung des Layouts nach CD/CI Vorgaben und der Briefings seitens des Auftraggebers im Rahmen der Möglichkeiten der Software

3.2.2 Fristen

Das erste Briefing wird voraussichtlich am 09.04.2024, 10:30-12:30 Uhr oder ersatzweise 11.04.2024 10-12 Uhr stattfinden. Bitte halten Sie sich diese Termine bereits frei. Die Konzipierung und erste Umsetzungsstände- / Beispiele zur Finalisierung sind bis 13.06.2024 zu erstellen inkl. der Berücksichtigung von Abstimmungsschleifen (2-3 Abstimmungsschleifen). Um eine zeitnahe Online-Stellung zu realisieren und eine Integration der E-Learnings in die Roadshow 2024 zu ermöglichen ist die Umsetzung der Lerneinheiten Schritt für Schritt einzuplanen. Lerneinheit 2 soll dabei vor Lerneinheit 3 fertiggestellt werden.

3.2.3 Leistungsabgrenzung

Folgende Leistungsabgrenzungen sind bei der Angebotserstellung zu berücksichtigen:

Auftraggeber:

- Übernahme der Kosten bzw. des Personaleinsatzes für die Zulieferung der fachlichen Inhalte (die methodisch-didaktische Umsetzung ist dagegen Aufgabe des Auftragnehmers!)
- Bisherige Module werden zur Verfügung gestellt.
- Das Projekt CD/CI wird dem Auftragnehmer zur Verfügung gestellt.
- Bestehende Video können eingebaut werden [Videos - Grenzenlos Regional - Bio in Europa \(regionalbio.eu\)](https://www.regionalbio.eu) – weitere Videos können sukzessive zur Verfügung gestellt werden.
- Rohdaten für Bewegtbildbeiträge der Praxis-Vertiefung können, ggf. und nur nach Abstimmung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer, auch seitens des Auftraggebers bereitgestellt werden

Auftragnehmer:

- methodisch-didaktische Konzipierung der Lerneinheiten 2 und 3 auf Basis der zur Verfügung gestellten fachlichen Inhalte
- 2 eLearning-Einheiten: mit 6 Modulen in Lerneinheit 2 und weiteren 4 Modulen in Lerneinheit 3 zur Einbindung auf Landingpage www.regionalbio.eu, full responsiv
- Tracking-Möglichkeit zur Zählung, der erfolgreichen Absolvierenden durch B2B-Zielgruppe
- Bewegtbildbeiträge für Praxis-Vertiefung sowie ggf. Briefing und Postproduktion für vom Auftraggeber zur Verfügung gestelltes Videomaterial
- Gestaltete Downloadmaterialien (PDF-Zusammenfassungen, Arbeitsblätter)

3.3 Budgetrahmen

Bitte beachten Sie bei der Angebotserstellung, dass der zur Verfügung stehende Budgetrahmen für die ausgeschriebenen Leistungen ca. 40-50.000 € (netto) beträgt.

Die Zahlung erfolgt nach erbrachten und akzeptierten Leistungsnachweis, mindestens jedoch jährlich (maßgeblich ist das Projektjahr [März – Februar]).

3.4 Dauer der Tätigkeit

Die voraussichtliche Dauer der Tätigkeit beginnt ab Vertragsschluss und endet mit der Lieferung und erfolgreichen Einbindung der E-Learning-Einheiten 2 & 3 einschließlich aller Module und Downloadmaterialien auf der Landingpage www.regionalbio.eu. Der Auftragnehmer steht für sich aus

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

der ersten Anwendung ggf. ergebenden erforderlichen inhaltlichen und technischen Anpassungen innerhalb der vereinbarten Vergütung zur Verfügung.

3.3 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 unbekanntete Nutzungsarten zu nutzen. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, die hergestellten Arbeitsergebnisse in einem offenen, bearbeitbarem und veränderbaren Format zur Verfügung zu stellen. 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.

3.4 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. Die vom Auftragnehmer in Erfüllung dieser Vereinbarung hergestellten Unterlagen gehen in das Eigentum des Auftraggebers über.

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 potenziellen Auftragnehmer sind aufgefordert, innerhalb der unter 4.2 definierten Frist ein Angebot abzugeben. Bei der Auswahl und Bewertung werden im ersten Schritt die Kriterien Preis, Referenzen, wie auch das Grobkonzept bewertet (siehe Punkt 6).

Der Auftraggeber fordert die beiden am besten bewerteten Angebote im Anschluss auf, ein Detailkonzept einzureichen. Der Aufwand für das Detailkonzept wird mit 2 Tagessätzen á 750 € vergütet. Gegenstand des Detailkonzeptes ist Skizzierung eines Modules aus der Lerneinheit 2 und ein Modul aus der Lerneinheit 3. Um eine Vergleichbarkeit herzustellen, legt der Auftraggeber fest, dass in der Lerneinheit 2 das Narrativ „Gesundheit und Ernährung“, welches den aufgeführten Anbietern zur Verfügung gestellt wird, und in der Lerneinheit 3 das „Verkaufsgespräch an der Frischetheke“ mit der Neu-Bio-Kunden beispielhaft dargestellt werden soll.

Für beide Vergabeschritte gilt: Es können nur vollständige, fristgerecht eingegangene Angebote bewertet werden, welche die festgelegten Ausschlusskriterien wie den Ausschluss eines Interessenskonfliktes (5.6), eine Anerkennung der Musterfinanzhilfvereinbarung (5.5) sowie das Erreichen der Mindestpunktzahl bei den Bewertungskriterien (6) erfüllen.

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.

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

Die Aufforderung zur Abgabe von Angeboten ist zusätzlich unter <https://regionalbio.eu/downloads/> veröffentlicht.

4.2 Zeitplan

- Aussendung der Aufforderung zur Angebotsabgabe: 04.03.2024
- Frist für Rückfragen zur Angebotserstellung: 13.03.2024
- Frist für den Eingang der Angebote mit Grobkonzept (**Ausschlussfrist**): **18.03.2024, 10:00 Uhr**
- Voraussichtliche Mitteilung der Auswahlentscheidung: 22.03.2024
- Voraussichtliche Frist für den Eingang der Angebote mit Detailkonzept (**Ausschlussfrist**, wird in der Aufforderung mitgeteilt): **03.04.2024, 10:00 Uhr**
- Voraussichtliche Mitteilung der Auswahlentscheidung: 08.04.2024

4.3 Angebotsabgabe

Bei Interesse an dem zu vergebenden Auftrag senden Sie Ihr Angebot bis spätestens **18.03.2024, 10:00 Uhr** (Ausschlussfrist!), **vorzugsweise per E-Mail**, an:

Bioland e.V.
Till Deininger
Schelztorstr. 49, 73728 Esslingen
Email: till.deininger@bioland.de

Für die Angebotserstellung sowie ggf. den Vertragsschluss wird keine Kostenerstattung oder Entschädigung gewährt. Nebenangebote sind nicht zugelassen. Der Aufwand für das Detailkonzept wird mit 2 Tagessätzen á 750 € vergütet.

4.4 Rückfragen

Rückfragen sind ausschließlich per E-Mail zu stellen an:

Bioland e.V.
Till Deininger
Schelztorstr. 49, 73728 Esslingen
Email: till.deininger@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 13.03.2024 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 <https://regionalbio.eu/downloads/> 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.

Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

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 ggf. erforderliche Reisekosten** (inkl. Übernachtung, Tagegeld), vorbereitende Recherchen, ggf. Beauftragung von Dienstleistern, Material/Equipment, benötigte Software, etc. Die Kosten für Koordination und Abstimmung mit dem Auftraggeber sowie ggf. Präsenz in Esslingen (Sitz der Projektkoordination bei Bioland e.V.) 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 Grob- und Detailkonzept

Bitte reichen Sie auf maximal drei DIN A4 Seiten ein **Grobkonzept** für die Erbringung der beschriebenen Leistungen ein. Erwartet wird die Konzeption von Aufbau und Struktur der Lerneinheiten 2 und 3 aus der hervorgeht, wie die Nutzer:innen das Wissen erleben. Grafische Entwürfe, Scribbles, Skizzen, Visuals o.Ä. können zusätzlich eingereicht werden.

Bitte reichen Sie nach Aufforderung auf maximal sechs DIN A4 Seiten ein **Detailkonzept** für die Erbringung der beschriebenen Leistungen ein. Erwartet werden zwei Beispiele (Lerneinheit 2: Vertiefung Bio-Narrativ Gesundheit und Ernährung; Lerneinheit 3: Praxisvertiefung „Verkaufsgespräch an der Frischetheke“) in denen sich die Umsetzung der Konzeption bereits erleben lässt. Grafische Entwürfe, Scribbles, Skizzen, Visuals o.Ä. können zusätzlich eingereicht werden.

Beide Konzepte enthalten neben der Darstellung von Inhalten ein konkretes Timing und Budgetierung der Medienproduktion (ggf. inkl. Bewegtbild).



Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

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 von Ihnen bereits durchgeführt wurden. Ein Portfolio mit Bildern etc. kann zusätzlich eingereicht werden.

5.4 Bindefrist

Mit dem Angebot ist eine Bindefrist bis 30.04.2024 zu erklären.

5.5 Anerkennung Finanzhilfvereinbarung

Mit dem Angebot ist eine Erklärung abzugeben, dass die Musterfinanzhilfvereinbarung, 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 Finanzhilfvereinbarung 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 („Interessenskonflikt“). 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 Interessenskonflikt 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 mit Grobkonzept** welche die Ausschlusskriterien (4.1) erfüllen gelten als wertbar und werden nach folgenden Kriterien bewertet:

Kriterien	Gewichtung in Punkten	Mindestpunktzahl
a) Preis	35	20
b) Referenzen	20	10
c) Grobkonzept	45	25
Maximal zu erreichende Punkte	100	

Nach entsprechender Aufforderung vollständige (siehe Punkt 5 Angebotsbestandteile) und fristgerecht eingegangene **Angebote mit Detailkonzept** welche die Ausschlusskriterien (4.1) erfüllen gelten als wertbar und werden nach folgenden Kriterien bewertet:

Kriterien	Gewichtung in Punkten	Mindestpunktzahl
a) Preis	40	20
b) Referenzen	10	5



Aufforderung zur Abgabe von Angeboten

c) Detailkonzept	50	25
Maximal zu erreichende Punkte	100	

Für beide Auswahlsschritte gilt: 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 35 (Feinkonzept) bzw. 50 (Detailkonzept) 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: Musterfinanzhilfvereinbarung 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 Finanzhilfvereinbarung (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 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	Leistung gemäß 3.2 Leistungsbeschreibung	_____ €
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 beigelegt.

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 ggf. erforderliche Reisekosten (inkl. Übernachtung, Tagegeld), vorbereitende Recherchen, ggf. Beauftragung von Dienstleistern, Material/Equipment, benötigte Software, etc. . Sämtliche Kosten sind als **Netto**-Kosten anzugeben. Die Kosten für Koordination und Abstimmung mit dem Auftraggeber sowie ggf. Präsenz in Esslingen (Sitz der Projektleitung) 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.

4. Wie verarbeiten wir diese Daten?

Ihre Daten werden im Rahmen des Vergabeverfahrens dokumentiert und der Vergabeakte beigelegt.

5. 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

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.regionalbio.eu und in der Vergabebekanntmachung im Amtsblatt der europäischen Union. Diese Information enthält

Anlage 5: Datenschutzerklärung

- 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

6. 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.

7. 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.

8. 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

9. 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@bioland.de