

Leistungsbeschreibung (ToR) für die Beschaffung von Dienstleistungen unterhalb des EU- -Schwellenwertes

CONFIDENTIAL

**Kommunikationskonzeption, Kommunikationsberatung,
Content-Erstellung und Grafikdienstleistungen für das
Sektorvorhaben Antikorruption und Integrität**

**Projektnummer:
G-018136-001 (20%) /
G-018136-003 (80%)**

**Ausschreibungsnr.
10036855**

0.	Abkürzungsverzeichnis	2
1.	Kontext.....	3
2.	Aufgabenstellung	4
3.	Konzeption	7
4.	Personalkonzept	7
5.	Kalkulatorische Vorgaben.....	9
6.	Beiträge der AG oder anderer Akteure	12
7.	Vorgaben zum Format des Angebots	13
8.	Datenschutz und Informationssicherheit.....	13
9.	Rechteübertragung und Datenübergabe	14
10.	Sonstiges	14
11.	Weiterführende Informationen können abgerufen werden unter:	14

0. Abkürzungsverzeichnis

AG	Auftraggeberin
AN	Auftragnehmer
AuV	Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung
AVB	Allgemeine Vertragsbedingungen für die Erbringung von Dienst- und Werkleistungen
BDSG	Bundesdatenschutzgesetz
BGR	Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe
BITV	Barrierefreien-Informationstechnik-Verordnung
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit
CMS	Content-Management-System
DSGVO	Datenschutz-Grundverordnung
EZ	Entwicklungszusammenarbeit
FK	Fachkraft
FKM	Fachkraftmonate
FKT	Fachkrafttage
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
GVR	Gemeinsame Verfahrensreform
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
KMU	kleine und mittelständische Unternehmen
KZFK	Kurzzeitfachkraft
PTB	Physikalisch-Technische Bundesanstalt
QM	Qualitätsmerkmal
SLA	Service Level Agreement
SV AKuI	Sektorvorhaben Antikorruption und Integrität
ToR	Terms of Reference

1. Kontext

1.2. Kurzbeschreibung des Projekts

Antikorrruption und Integrität sind zentrale Voraussetzungen für Rechtsstaatlichkeit, Menschenrechte, nachhaltige Entwicklung und die Erreichung der UN-Entwicklungsziele. Antikorrruption und Integrität sind als Gütesiegel für eine wertorientierte, nachhaltige und zukunftsorientierte entwicklungspolitische Zusammenarbeit vom BMZ festgelegt und unter anderem als **Qualitätsmerkmal** für EZ-Maßnahmen verbindlich verankert. Seit 2022 ist das „**Leistungsprofil Antikorrruption und Integrität**“ (LP) für die deutsche staatliche EZ verbindlich.

Die Anwendung des Qualitätsmerkmals Antikorrruption und Integrität (QM Akul) ist verpflichtend für das BMZ und die staatlichen Durchführungsorganisationen GIZ, Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB) und die Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe (BGR) und ist richtungweisend für Akteure der nicht-staatlichen Zusammenarbeit. Das QM zielt auf die Verankerung von Antikorrruption und Integrität in allen Maßnahmen und Schwerpunkten der deutschen EZ.

Das **GIZ- Sektorvorhaben Antikorrruption und Integrität** (SV Akul) unterstützt das BMZ bei der Umsetzung des Leistungsprofils Antikorrruption und Integrität. Das Vorhaben trägt dazu bei, Antikorrruption und Integrität umfassend zu verbreiten. Hierzu gehört u.a. die Verankerung durch Kapazitätsentwicklung und Sensibilisierung der Mitarbeitenden der Durchführungsorganisationen zu Antikorrruption und Integrität.

Das Vorhaben trägt dazu bei, Antikorrruption und Integrität umfassend zu verbreiten. Es entwickelt praxisnahe Ansätze, die AKul in der EZ festschreiben. Eine zentrale Komponente des SV AKul ist die **Allianz für Integrität**, eine wirtschaftsgetriebene Multi-Stakeholder-Initiative von Unternehmen, Zivilgesellschaft, Politik und internationalen Organisationen, die seit 2015 besteht. Sie fördert Integrität im Wirtschaftssystem, unterstützt insbesondere kleine- und mittelständische Unternehmen (KMU) durch Fortbildungen und Erfahrungsaustausch und stärkt den öffentlich-privaten Dialog. Die Allianz für Integrität ist mit einem zentralen Sekretariat in Deutschland (Bonn) sowie nationalen Hubs mit jeweils regionaler Ausrichtung in aktuell 16 Ländern in Afrika, Asien, Europa und Lateinamerika aktiv.

1.2. Allgemeine Zielsetzung

Ziel des Auftrags ist es, die Arbeit und Wirkung des SV Akul vor allem der Allianz für Integrität strategisch und zielgruppengerecht sichtbar zu machen und eine hochwertige, GIZ- und BMZ-konforme Kommunikation sicherzustellen. Dabei sollen positive Wirkungsbeispiele verbreitet, Partner und Stakeholder befähigt werden, evidenzbasierte Ansätze zur Wirkungskommunikation einzusetzen. Der Auftrag umfasst die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen, die Beratung zu Kommunikationsstrategien sowie das Monitoring von Kommunikationsmaßnahmen. Die Leistungen werden vor allem Kommunikationsbedarfe der Allianz für Integrität bedienen.

Ein zentraler Fokus wird auf der ansprechenden Präsentation unserer Arbeit und Erfolge liegen, damit entwickelte und erprobte innovative Ansätze und Methoden in die Breite getragen werden können. Ziel ist evidenzbasiert Wirkungskommunikation zu gestalten und unsere Wirkung so darzustellen, dass sie auch für die breite Fachöffentlichkeit verständlich ist. Geeignete Formate für diese Kommunikation sind noch zu entwickeln.

Zielgruppen

Primäre Zielgruppen: Fachöffentlichkeit im Bereich Antikorruption, verfasste Wirtschaft, Vertreter*innen von Unternehmen (Großunternehmen, KMU, Wirtschaftsverbände,), Compliance-Officer.

Sekundäre Zielgruppen: Nationale Hubs der Allianz für Integrität, Mitglieder der Allianz für Integrität, Staatliche Durchführungsorganisationen (DO): Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe (BGR), Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB), nicht-staatliche Akteure der Entwicklungszusammenarbeit, internationale Partnerorganisationen, Fachöffentlichkeit.

1.3. Ausgangssituation

Kommunikation ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Umsetzung der Ziele des SV AKuI. Das Vorhaben kommuniziert extern über eine Vielzahl von Kanälen, darunter eigene und Fremdveranstaltungen, Konferenzen und Workshops. In Zusammenarbeit mit Partnern stellt das Sektorvorhaben regelmäßig Publikationen, Leitfäden und Forschungsberichte zu zentralen Themen wie Integrität, Korruptionsbekämpfung und Governance bereit. Diese Materialien werden sowohl über die Webseite der GIZ (<https://www.giz.de/de/projekte/sektorvorhaben-antikorruption-und-integritaet-3>), des BMZ (<https://www.bmz.de/de/themen/korruption>) als auch über Partnerinstitutionen verbreitet. Das Vorhaben setzt zudem auf strategische Partnerschaften und auf wirkungsorientierte Dialog- und Arbeitsformate – sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene.

Die **Allianz für Integrität** nutzt verschiedene eigene Kommunikationskanäle, um ihre Ziele zu erreichen, darunter die Webseite www.allianceforintegrity.org, LinkedIn und YouTube. Konferenzen der Allianz für Integrität wie die jährlich stattfindende Regionale Integritätswoche Lateinamerika und die zweijährlich stattfindende Globale Konferenz bieten ebenfalls kommunikative Anlässe. In Zusammenarbeit mit internationalen und nationalen Partnern stellt die Multi-Akteurs-Partnerschaft regelmäßig Berichte, Whitepapers und Forschungsergebnisse zur Verfügung. Über ihre nationalen Hubs in verschiedenen Ländern ist sie direkt erreichbar, um den Austausch mit Partnern zu unterstützen.

Die **GIZ-interne Kommunikation** des Sektorvorhabens wird durch Beiträge im Intranet sowie durch Live-Kommunikation (z.B. Informationsstände, Fachveranstaltungen) weiter gestärkt.

Eine **Kommunikationsverantwortliche** des SV Akul ist Ansprechpartner für den AN.

2. Aufgabenstellung

Der AN ist für die Erbringung der folgenden Leistungen verantwortlich:

Konkrete Bedarfe, Termine und Formate der Kommunikationsleistungen stehen zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht abschließend fest. Die Leistungen werden daher innerhalb des vereinbarten Kontingents von bis zu 60 Fachkrafttagen bedarfsorientiert und nach vorheriger Abstimmung mit der AG erbracht. Art und Umfang der jeweils zu erbringenden Leistungen können je nach Kommunikationsbedarf, Veranstaltung, Kommunikationsprodukt oder Beratungsanlass variieren. Ein Anspruch des AN auf vollständige Ausschöpfung des Kontingents besteht nicht.

Prozessgestaltung

- Kick-off-Meeting (gemeinsam mit AG)
- Einarbeitung in Ziele, Strategie, Zielgruppen, Themen-Portfolio, Formate und
- Spezifizierung der Voraussetzungen sowie der personellen und finanziellen Ressourcen bzw. Kapazitäten des SV AKul
- Erstellung und Abstimmung eines Prozess-Designs (grafische Darstellung)

Strategische Kommunikation

- Entwicklung einer integrierten Kommunikationsstrategie für das Themenportfolio des Sektorvorhabens insbesondere für Allianz für Integrität, inklusive einer Kurzanalyse relevanter Zielgruppen und Kommunikationsbedarfe, Entwicklung zielgruppenspezifischer Narrative und Kernbotschaften für Politik, Wirtschaft und Fachöffentlichkeit
- Definition von Tonalität, Storylines und Kommunikationsformaten
- Ableitung eines Redaktions- und Maßnahmenplans inkl. Zeitplan
- Berücksichtigung internationaler, nationaler und lokaler Kommunikationsebenen
- Entwicklung wirtschaftsnaher Kommunikationsformate für deutsche Unternehmen, Unterstützung bei Kampagnen, Fachveranstaltungen und Aktionstagen
- Dabei gilt es, Partner, Stakeholdern und Gremienmitglieder als Multiplikator*innen einzubeziehen.

Content- und Storytelling-Entwicklungs

- Entwicklung wirkungsorientierter Storytelling-Formate (z. B. Impact Stories, Best Practices)
- Entwicklung wiederverwendbarer Content-Formate (Vorlagen) für nationale Hubs und Durchführungsorganisationen

Redaktionelle, grafische Gestaltung und audiovisuelle Leistungen

- Erstellung, Redaktion und Lektorat von Texten (Deutsch/Englisch)
- Konzeption und Produktion von Videoformaten (Kurz-, Erklär- und Porträtvideos), ggf. barrierearme Aufbereitung der Inhalte (z. B. Untertitel)
- Grafische Gestaltung von Fachpublikationen (z.B. Studien, Dossiers, Broschüren, Factsheets, Policy Briefs), Präsentationen, Infografiken für Website, Social Media, Illustrationen, Dokumentvorlagen sowie Erstellung von Druckvorlagen und Web-PDFs
- Gestaltung von Designs für Aufsteller/Roll-ups und weiteres Marketing- und Konferenzmaterial (z.B. Give-aways)
- Video-Animationen für Social Media/Websites
- Veranstaltungskommunikation: Erstellung von Wort-Bild-Marken für Veranstaltungen oder Veranstaltungsreihen für (digitalen) Einladungen, Social-Media-Posts und Konferenzbrandingelemente (Banner, Aufsteller usw.), Presse-Kits
- Bildrecherche: Recherche geeigneter Fotos und Grafiken für Broschüren, Flyer, Social-Media-Beiträge usw.

Capacity-Building

- Entwicklung eines modularen Kommunikations-Toolkits
- zielgruppenspezifische Formate für staatliche Durchführungsorganisationen

Zielgruppenspezifische Kommunikation für staatliche Durchführungsorganisationen

- Analyse organisationsspezifischer Kommunikationsbedarfe (BGR, KfW, PTB)
- Entwicklung praxisorientierter Kommunikationsformate zur Anwendung des Qualitätsmerkmals Antikorruption und Integrität

Beratung & positive Wirkungskommunikation

- Identifikation und Aufbereitung positiver Wirkungsbeispiele
- Erstellung von positiver Wirkungskommunikation, die auf evidenzbasierten Erfolgen und innovativen Methoden des SV Akul basiert, politische Sensibilitäten berücksichtigt und gezielt zur Einordnung komplexer Antikorruptionsdiskurse sowie zur Prävention von Desinformation beiträgt

Evaluierung und Erfolgskontrolle

- Vorschläge zur Entwicklung von Maßnahmen zur Messung und Überwachung des Erfolgs der Kommunikationsaktivitäten

Der AN berücksichtigt bei allen Leistungen:

- Hohe Sprachqualität, Kreativität
- Bei sämtlichen Produkten der Allianz für Integrität (eingetragene Marke) sind die Corporate Identity sowie die Vorgaben der GIZ einzuhalten.
- Die Kernthemenstrategie des BMZ sowie das Reformpapier „[Zukunft zusammen global gestalten](https://www.bmz.de/resource/blob/216820/kernthemenstrategie-frieden-und-gesellschaftlicher-zusammenhalt.pdf)“ dienen als Orientierung (<https://www.bmz.de/resource/blob/216820/kernthemenstrategie-frieden-und-gesellschaftlicher-zusammenhalt.pdf>)
- Eine nachhaltige Inwertsetzung der erarbeiteten Methoden und Produkten

Während der Vertragslaufzeit sollen bestimmte Meilensteine erreicht werden, wie in der folgenden Tabelle dargestellt:

Meilensteine / Prozessschritte / Teilleistungen	Termin/Ort/Verantwortlich
Auftragsklärung und Einarbeitung, inkl. Kick-off-Meeting / AN	10/2026 / AN
Grobkonzept für die Leistungen und ein Zeitplan liegen vor	10/2026 / AN
Abgestimmtes Kommunikationskonzept und Zeitplan liegen vor	10/2026 / AN
Zwischenbericht und Präsentation der Ergebnisse	05/2027 / AN
Beratung und Support	Kontinuierlich / AN
Abschlussbericht inkl. Evaluierung und Empfehlungen für die Folgearbeit	04/2028 / AN
Inhaltlicher und kaufmännischer Abschluss des Auftrags	04/2028 / AN

Zeitraum des Einsatzes: Vom **Einsatzbeginn bis zum 30.04.2028**

3. Konzeption

Der Bieter soll in seinem Angebot darstellen, *wie* die in Kapitel 2 (Aufgabenstellung) genannten Leistungen, ggf. unter Berücksichtigung weiterer, methodischer Anforderungen, erbracht werden sollen (fachlich-methodische Konzeption). Darüber hinaus hat er die Gestaltung des Projektmanagements für die Leistungserbringung zu beschreiben.

Fachlich-methodische Konzeption

Strategie (1.1): Der Bieter soll sich mit der Aufgabenstellung vor dem Hintergrund der Ziele der ausgeschriebenen Leistungen (vgl. Kapitel 1 Kontext) auseinandersetzen (1.1.1). Der Bieter soll im Anschluss darstellen und begründen, mit welcher expliziten Strategie er die von ihm verantworteten Leistungen (vgl. Kapitel 2 Aufgabenstellung) erbringen will (1.1.2).

Der Bieter soll die für die von ihm verantworteten Leistungen relevanten Akteure darstellen und die **Kooperation (1.2)** mit ihnen beschreiben.

Der Bieter soll seinen Ansatz und sein Vorgehen bei der **Steuerung** der Maßnahmen mit den Projektpartnern (1.3.1) und seinen Beitrag zum **Wirkungsmonitoring** (1.3.2) darstellen und erläutern.

Der Bieter soll die zentralen **Prozesse** der Leistungen in seiner Verantwortung beschreiben und einen **Operationsplan** bzw. Ablaufplan erstellen (1.4.1), der verdeutlicht, wie die Leistungen gemäß Kapitel 2 (Aufgabenstellung für den Auftragnehmer) erbracht werden sollen. Dabei soll er insbesondere die nötigen Arbeitsschritte beschreiben und ggf. Meilensteine und **Beiträge** anderer Akteure (Partnerbeiträge) gemäß Kapitel 2 Aufgabenstellung berücksichtigen (1.4.2).

Der Bieter soll seinen Beitrag zum Wissensmanagement des Partners (1.5.1) und der GIZ sowie zur Förderung von Scaling-up-Effekten (1.5.2) unter **Lernen und Innovation** beschreiben.

Projektmanagement des AN (1.6)

Der Bieter soll den Ansatz und das Vorgehen zur Koordination mit dem GIZ-Vorhaben erläutern. Insbesondere ist einzugehen auf die in Kapitel 2. Aufgabenstellung für AN genannten Projektmanagementanforderungen.

Weitere Anforderungen (1.7)

Der Bieter soll erläutern, wie er die Kommunikationsformate *Gender-responsiv* gestaltet.

Der Bieter erläutert nachvollziehbar, wie Kommunikationsformate gender-responsiv, inklusiv und zielgruppengerecht gestaltet werden. Die volle Punktzahl wird erreicht, wenn der Ansatz konkrete Ausführungen zu Sprache, Bildauswahl, Storytelling, Gestaltung und Qualitätssicherung enthält und darlegt, wie stereotype, diskriminierende oder ausschließende Darstellungen vermieden werden.

4. Personalkonzept

Der Bieter soll für die hier genannten und hinsichtlich Aufgabenbereichs und Qualifikationen beschriebenen Positionen anhand entsprechender Lebensläufe (vgl. Kapitel 7) Personal anbieten.

Die im Folgenden genannten Qualifikationen entsprechen den Anforderungen zur Erreichung der Höchstpunktzahl in der fachlichen Bewertung.

Teamleitung

Aufgaben der Teamleitung

- Gesamtverantwortung für Qualität der Leistungen, Termine und Koordination der Leistungen des AN.
- Koordinierung und Sicherstellung der Kommunikation zu AG, Partnern und weiteren Projektbeteiligten
- Qualitätssicherung der Kommunikationsberatung und der zu erstellenden Kommunikationsprodukte
- Planung und Steuerung der Einsätze des KZFK-Pools innerhalb des verfügbaren Budgetsregelmäßige und fristgerechte Berichterstattung

Qualifikationen der Teamleitung

- Ausbildung (2.1.1): Universitätsabschluss (Diplom/Master) in Kommunikation, Marketing, Public Relations oder ähnlichem Studiengang,
- Sprache (2.1.2): Sprachkenntnissen auf C1-Level in Englisch (5 von maximal 10 Punkten) und sehr guten Deutschkenntnissen (C2) (5 von maximal 10 Punkten)
- Allgemeine Berufserfahrung (2.1.3): 7 Jahre Berufserfahrung im Sektor strategische Kommunikation, davon 5 Jahre Berufserfahrung im Sektor grafische Gestaltung, visuelle Medien, Content Creation (Foto, Video)
- Spezifische Berufserfahrung (2.1.4): 5 Jahre Berufserfahrung in Storytelling, öffentlichkeitswirksame Kommunikation (u.a. Kampagnen)
- Führungserfahrung/Management (2.1.5): 3 Jahren Erfahrung in der Leitung oder Steuerung von Kommunikationsprojekten

KZFK-Pool mit mindestens 2, höchstens 4 KZFK

Für die fachliche Bewertung wird ein Durchschnitt der Qualifikationen aller angegebenen Poolexpert*innen gebildet. Bitte senden Sie für jedes Poolmitglied einen CV (siehe unten Kapitel 7 Vorgaben zum Format des Angebots) zur Bewertung.

Aufgaben des KZFK-Pools

- Erarbeitung einer Strategie inkl. Zeitplans
- Entwicklung von Impact Stories und Best Practices
- Erstellung von Texten, Audio- und Videobeiträgen
- Lektorat (Englisch/Deutsch)
- Grafische Gestaltung von Produkten
- Beratung zu Kommunikationsaktivitäten und Schulung zur Kommunikationsarbeit
- Evaluierung von Kommunikationsmaßnahmen
- Berichterstattung über Aktivitäten

Qualifikationen des KZFK-Pools

- Ausbildung (2.6.1): 2 Fachkräfte (FK) mit Universitätsabschluss (Diplom/Master) in Kommunikation, Marketing, Public Relations oder ähnlichem Studiengang (5 von maximal 10 Punkten), 2 FK mit Universitätsabschluss in Kommunikationsdesign, Mediengestaltung oder Medienproduktion bzw. abgeschlossene Berufsausbildung Mediengestaltung, Medienproduktion oder vergleichbare Qualifikation (Diplom/Master) (5 von maximal 10 Punkten)
- Sprache (2.6.2): 1 FK mit Sprachkenntnissen auf C1-Level in Englisch (3 von maximal 10 Punkten) und sehr guten Deutschkenntnissen (C2) (3 von maximal 10 Punkten). 1 FK mit Sprachkenntnissen auf C1-Level in Spanisch (3 von maximal 10 Punkten) und sehr guten Deutschkenntnissen (C2) (1 von maximal 10 Punkten).
- Allgemeine Berufserfahrung (2.6.3): 1 FK mit 7 Jahren Berufserfahrung im Sektor strategische Kommunikation (5 von maximal 10 Punkten), 1-2 FK mit jeweils 5 Jahre Berufserfahrung im Sektor grafische Gestaltung, visuelle Medien, Content Creation (Foto, Video) (5 von maximal 10 Punkten)
- Spezifische Berufserfahrung (2.6.4): 1 FK mit 5 Jahre Berufserfahrung in Storytelling (5 von maximal 10 Punkten), 1 FK mit jeweils 5 Jahren Berufserfahrung in der Erstellung von Video-, Audio- oder Fotocontent für die politische Kommunikation (5 von maximal 10 Punkten)
- EZ-Erfahrung (2.6.6): 1 FK mit 2 nachgewiesenen Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit der GIZ oder dem BMZ oder anderen internationalen Organisationen der EZ

Soft Skills der Teammitglieder

Über ihre fachlichen Qualifikationen hinaus sollen die Teammitglieder auch folgende Qualifikationen aufweisen:

- Teamfähigkeit
- Eigeninitiative
- Kommunikationsfähigkeit
- Soziokulturelle Kompetenz
- Partner- und kundenorientiertes, effizientes Handeln
- interdisziplinäres Denken

Der Bieter muss eine Zuordnung aller angebotenen KZFK zu den jeweiligen Qualifikationen vornehmen und übersichtlich darstellen.

5. Kalkulatorische Vorgaben

Personaleinsatz und Reisekosten

Die Erstattung von Tagegeldern erfolgt pauschal maximal bis zu den in der Ländertabelle des BMF-Rundschreibens zu Reisekostenvergütung angegebenen steuerlichen Höchstsätzen für das jeweilige Land (abrufbar unter: [Bundesfinanzministerium - Steuerliche Behandlung von Reisekosten und Reisekostenvergütungen bei betrieblich und beruflich veranlassenden Auslandsreisen ab 1. Januar 2026](#)).

Die Erstattung von Übernachtungsgeldern erfolgt gemäß den Hinweisen im untenstehenden Mengengerüst.

Mit einer besonderen Begründung können gegen Nachweis darüberhinausgehende Übernachtungskosten in angemessener Höhe, erstattet werden.

Sämtliche Reisetätigkeiten sind vorher mit dem Verantwortlichen des Vorhabens abzustimmen.

Nachhaltigkeitsaspekte für Reisen

Die AG ist verpflichtet Treibhausgasemissionen (CO₂-Emissionen), die durch Reisen verursacht werden, zu reduzieren. Bitte beziehen Sie bei der Erstellung Ihres Angebots Möglichkeiten zur Reduktion von Emissionen mit ein, z.B. Wahl der emissionsärmsten Buchungsklasse (Economy), Nutzung von Transportmitteln, Airlines und Flugrouten mit einer besseren CO₂-Effizienz. Bei Kurzstrecken ist bevorzugt die Bahn (2. Klasse) oder E-Mobilität zu benutzen.

CO₂-Emissionen, die durch Flugreisen entstehen, müssen kompensiert werden. Hierfür gibt die AG ein Budget vor, nach dem die CO₂-Kompensation gegen Nachweis abgerechnet werden können.

Am Markt für Emissionszertifikate gibt es eine Vielzahl von Anbietern mit unterschiedlichen Ansprüchen an Klimawirksamkeit. Die [Stiftung Allianz für Entwicklung und Klima](#) hat eine [Liste von Standards](#) veröffentlicht. Die AG empfiehlt die Nutzung der genannten Standards.

Flexible Vergütungsposition

Für zusätzliche Bedarfe innerhalb der in Kapitel 2 beschriebenen Leistungen ist eine flexible Vergütungsposition in Höhe von 6.000,00 EUR vorgesehen. Die flexible Vergütungsposition dient ausschließlich der bedarfsbezogenen Aufstockung bestehender Leistungsbereiche innerhalb des Vertrags, sofern dies fachlich erforderlich ist. Die Inanspruchnahme dieser Position bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung der AG. Die Abrechnung erfolgt nur für tatsächlich beauftragte und erbrachte Leistungen.

Sonstige Kosten

Für projektbezogene sonstige Kosten bzw. Fremdkosten ist ein Budget in Höhe von 5.000,00 EUR vorgesehen. Das Budget dient insbesondere der Beschaffung von Bildrechten bzw. Fotos, Lizenzen, Druckkosten sowie Kommunikations- und Veranstaltungsmaterialien, z. B. Roll-ups, Aufsteller, Web- und Druckvorlagen, Konferenzmaterialien oder vergleichbaren Kommunikationsprodukten. Die Nutzung dieser Position erfolgt ausschließlich nach vorheriger Abstimmung und Freigabe durch die AG. Die Abrechnung erfolgt gegen Nachweis und maximal bis zur Höhe des vorgesehenen Budgets.

Für die flexible Vergütungsposition sowie für die sonstigen Kosten besteht kein Anspruch des AN auf vollständige Ausschöpfung der vorgesehenen Budgets.

Mengengerüst:

Honorartage	Anzahl Fachkräfte	Anzahl Tage pro Experten	Summe	Bemerkungen
Teamleitung	1	10	10	Davon voraussichtlich 8 Tage remote bzw. am Sitz des AN und bis zu 2 Tage für mögliche Vor-Ort-Einsätze innerhalb Deutschlands bei Veranstaltungen oder Abstimmungsterminen nach vorheriger Abstimmung mit der AG. Konkrete Einsatzorte stehen derzeit noch nicht fest. Reise- und Nebenkosten werden aus dem festen Reisekostenbudget in Höhe von 3.000,00 EUR gegen Nachweis erstattet.
KZFK-Pool	2-4	tbd	50	Davon voraussichtlich 48 Tage remote bzw. am Sitz des AN und bis zu 2 Tage für mögliche Vor-Ort-Einsätze innerhalb Deutschlands bei Veranstaltungen oder Kommunikationsmaßnahmen nach vorheriger Abstimmung mit der AG. Konkrete Einsatzorte stehen derzeit noch nicht fest. Reise- und Nebenkosten werden aus dem festen Reisekostenbudget in Höhe von 3.000,00 EUR gegen Nachweis erstattet.
Transport	Menge	Preis in EUR	Summe in EUR	Bemerkungen
Festes Reisekostenbudget	1	3.000,00		Es ist ein festes Reisekostenbudget in Höhe von 3.000,- EUR zur Abrechnung gegen Nachweis vorgesehen. Derzeit sind Orte innerhalb Deutschlands noch nicht bekannt/keine abschließende Aufzählung möglich. Weitere Hinweise zum Reisekostenbudget finden Sie im Dokument „Preisblatt“. Bitte

				nutzen Sie die Spalte „Erläuterungen“ im Preisblatt zur Aufschlüsselung der Einzelpositionen. Die Abrechnung erfolgt maximal bis zur Ausschöpfung des Budgets. Taxikosten innerhalb von Deutschland werden nur in Ausnahmefällen erstattet. Voraussetzung hierfür ist, dass keine zumutbaren öffentlichen Verkehrsmittel zur Verfügung stehen. Die Notwendigkeit der Taxifahrt/die Unzumutbarkeit der Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel ist <u>bereits mit der Rechnungstellung</u> zu begründen.
Andere Kosten	Menge	Preis in EUR	Summe in EUR	Bemerkungen
Flexible Vergütung	1	6.000,00	6.000,00	Für die flexible Vergütung ist ein Budget von 6.000,00 EUR vorgesehen. Bitte nehmen Sie dieses Budget im Preisblatt auf. Die Inanspruchnahme der flexiblen Vergütungsposition bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung der GIZ.
Sonstige Kosten	1	5.000,00	5.000,00	Das Budget beinhaltet folgende Kosten für Beschaffung von Fotos, Kommunikationsmaterialien (Roll-Ups, etc.), Druckkosten.

6. Beiträge der AG oder anderer Akteure

Es ist vorgesehen, dass die AG und/oder andere Akteure folgende Leistungen zur Verfügung stellt:

- Die AG stellt die für die Leistungserbringung erforderlichen fachlichen Informationen, vorhandenen Kommunikationsmaterialien, CI-/Branding-Vorgaben sowie relevante Hintergrunddokumente zur Verfügung. Zudem benennt die AG eine fachliche Ansprechperson für Abstimmungen, Rückfragen und Freigaben.
- Die AG übernimmt die fachliche Prüfung und Freigabe von Konzepten, Entwürfen, Texten, Layouts und sonstigen Kommunikationsprodukten. Weitere Sach- oder

Logistikleistungen der AG sind nicht vorgesehen, sofern diese nicht im Einzelfall vorab ausdrücklich abgestimmt werden.

Arbeitsplätze in den Räumlichkeiten der GIZ, Transport vor Ort durch ein Projektfahrzeug oder eigenständige Workshop-Logistik durch die AG sind nicht vorgesehen, sofern dies nicht im Einzelfall vorab ausdrücklich abgestimmt wird.

7. Vorgaben zum Format des Angebots

Die Gliederung des Angebots des Bieters muss der Gliederung der ToR entsprechen. Insbesondere soll die detaillierte Gliederung der Konzeption (Kapitel 3) der Struktur der gewichteten (und nicht auf Null gesetzten) Kriterien des Bewertungsschemas entsprechen. Das Angebot muss gut lesbar (Schriftgröße 11 und größer) und verständlich geschrieben sein. Die Sprache des Angebots ist Deutsch.

Das gesamte Angebot darf nicht mehr als 10 Seiten umfassen (exkl. CVs). Wird eine der gegebenen maximalen Seitenzahlen überschritten, werden die Inhalte der überzähligen Seiten bei der Auswertung nicht berücksichtigt. Ebenso nicht berücksichtigt werden externe Inhalte (z.B. Links auf Webseiten).

Die Lebensläufe (CV) des gemäß Kapitel 4 der ToR angebotenen Personals müssen in dem Format verfasst werden, das in den Bewerbungsbedingungen angegeben ist. Jeder CV muss auf je 4 Seiten beschränkt sein. Die CVs müssen erkennen lassen, welche Position und Funktion die vorgeschlagene Person in den benannten relevanten Projekten eingenommen hat und wie lange sie dort tätig war. Die CV können auch in der Sprache Englisch verfasst sein.

Bitte kalkulieren Sie exakt auf Basis der unter 5. Kalkulatorische Vorgaben genannten Parameter Ihr preisliches Angebot. Vertraglich besteht kein Anspruch auf Ausschöpfung der vollen Tage, Reisen, Workshops oder Budgets. Die Anzahl der Tage, Reisen, Workshops und die Höhe der Budgets werden vertraglich als „bis zu“-Regelung vereinbart. Die Vorgaben zur Preisgestaltung sind im Preisblatt hinterlegt.

8. Datenschutz und Informationssicherheit

Für die Erbringung der Kommunikationsdienstleistungen gelten die Bestimmungen zu Datenschutz und Informationssicherheit der jeweils gültigen GIZ-AVB, insbesondere § 1.10 Datenschutz.

Datenschutz

Die Erfüllung des Vertrags kann mit der Verarbeitung personenbezogener Daten durch den Auftragnehmer einhergehen, wie z. B. (aber nicht nur) der Verarbeitung von Namen und Kontaktinformationen. In solchen Fällen handelt der Auftragnehmer als eigenständiger DATENVERANTWORTLICHER und muss ALLE anwendbaren Datenschutzverpflichtungen, einschließlich derer, die sich aus regionalen und lokalen Gesetzen ergeben, einhalten. Der Auftragnehmer darf personenbezogene Daten nur dann verarbeiten, wenn das zu erreichende Ziel ohne diese Daten nicht erreicht werden kann. Die Datenschutzgrundsätze wie Rechtmäßigkeit, Datenminimierung, Richtigkeit, Zweckbindung, Speicherbegrenzung, Transparenz, Integrität und Vertraulichkeit und Rechenschaftspflicht sowie die zahlreichen Rechte der betroffenen Person sind dabei zu beachten. Die GIZ ist in keiner Weise für eine solche Verarbeitung verantwortlich.

In Fällen, in denen der Auftragnehmer die Weisungen eines Partners der GIZ befolgt, ist der Partner der für die Datenverarbeitung verantwortliche Stelle. Die hier für ihn und den Auftragnehmer anwendbaren Gesetze und Normen müssen eingehalten und umgesetzt werden.

Wenn der Auftragnehmer nicht der DSGVO unterliegt und die geltenden Gesetze keine Erläuterungen zu den hier genannten Datenschutzgrundsätzen und -rechten enthalten, sollte auf die Definitionen der DSGVO (Verordnung (EU) 2016/679) zurückgegriffen werden.

9. Rechteübertragung und Datenübergabe

Alle im Rahmen des Auftrags erstellten Kommunikationsprodukte, Inhalte, Dateien, Layouts, Grafiken, audiovisuellen Materialien sowie ggf. projektbezogene Arbeitsstände sind der Auftraggeberin vollständig und in geeigneter Form zu übergeben. Bei Vertragsende ist ein geordneter Transfer sämtlicher projektbezogener Daten und Materialien an die Auftraggeberin oder an von ihr benannte Dritte sicherzustellen.

10. Sonstiges

Die Kommunikation im Rahmen dieses Auftrags erfolgt ausschließlich über die von der Auftraggeberin benannten Ansprechpartner*innen. Eine direkte Kommunikation des Auftragnehmers mit Bundesministerien im Zusammenhang mit den vertraglich vereinbarten Leistungen findet nicht statt. Eine Weitergabe projektbezogener oder personenbezogener Daten an Dritte ist ausgeschlossen, sofern keine ausdrückliche schriftliche Zustimmung der Auftraggeberin vorliegt.

11. Weiterführende Informationen können abgerufen werden unter:

- [Strategiepapier – Frieden und gesellschaftlicher Zusammenhalt](#)
- [Leistungsprofil Antikorrruption und Integrität](#)
- [Über uns - Alliance for Integrity](#)
- [Sektorvorhaben Antikorrruption und Integrität | GIZ](#)