

Leistungsbeschreibung

für die Angebotsabfrage zur

Erstellung einer Interview-Reihe „Sport und Nachhaltigkeit“

im Auftrag der Regionalen Netzstelle Nachhaltigkeitsstrategien West in
Konsortialführerschaft der Landesarbeitsgemeinschaft Agenda 21 NRW e.V.

Dortmund, 03.03.2021

1. Vorstellung Regionale Netzstelle Nachhaltigkeit West

Die Regionale Netzstelle Nachhaltigkeitsstrategien West (RENN.west) fördert die Kommunikation über Nachhaltigkeitsstrategien und -konzepte und gestaltet mit Diskursergebnissen Nachhaltigkeitsprozesse in Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz, dem Saarland und auf Bundesebene mit. Unser Ziel ist es, durch aktive Vernetzungs- und Informationsarbeit eine nachhaltige Entwicklung in unserer Region gelebte Praxis werden zu lassen. Wir sind davon überzeugt, dass eine nachhaltige Entwicklung in Deutschland nur durch akteurs- und themenübergreifende Zusammenarbeit gelingen kann. Zentrale Bezugspunkte unseres Engagements sind die 2015 von der Staatengemeinschaft verabschiedete Agenda 2030 sowie die Nachhaltigkeitsstrategien auf Bundes- und Landesebene. Mit unseren Veranstaltungen entwickeln wir innovative Ideen und zukunftsweisende Lösungsansätze für eine sozial- ökologische Transformation, machen diese bekannt und bringen sie in Nachhaltigkeitsdiskurse ein. In einem kontinuierlichen und lösungsorientierten Dialog bündeln wir Ideen und Konzepte und geben damit Impulse zur Weiterentwicklung der deutschen Nachhaltigkeitsarchitektur.

2. Hintergrund

Mit der Agenda 2030 und den damit verbundenen Sustainable Development Goals (SDGs) haben die Vereinten Nationen 2015 ein Zielsystem verabschiedet, das als handlungsleitender Rahmen für Nachhaltigkeitsstrategien des Bundes, der Länder und der Kommunen eine große Wirkung entfaltet hat. Zahlreiche Akteure aus Politik, Verwaltungen, Nichtregierungsorganisationen, Wirtschaft und Wissenschaft adaptieren die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele für ihr eigenes Handeln und leisten damit schon jetzt einen großen Beitrag zur Zielerreichung. Im Bewusstsein, dass in der kommenden Dekade große Transformationsprozesse gelöst werden müssen und der Erkenntnis, dass noch mehr als ein Drittel der Deutschen Nachhaltigkeitsziele bisher off-track sind, bedarf es einer gesamtgesellschaftlichen Anstrengung und einer Kommunikation, die breitenwirksam und bei Entscheidungsträger*innen Wirkung entfalten kann. Der universelle Charakter und die Unteilbarkeit der SDGs bieten sich deshalb an, um in der breiten Öffentlichkeit eine Auseinandersetzung mit dem Leitbild einer Nachhaltigen Entwicklung zu fördern und zudem neue Akteure für entwicklungspolitisches Engagement und die Umsetzung von nationalen, regionalen und kommunalen Nachhaltigkeitsstrategien dauerhaft zu gewinnen.

Vor diesem Hintergrund soll RENN.west mit dem Vorhaben als Kompetenzstelle für Nachhaltigkeitsprozesse und Dienstleisterin weiter ausgebaut werden: Neben Vernetzungs- und Austauschformaten werden insbesondere die Beratungsleistungen und Begleitung von Prozessen, Strukturen und Projekten zur wirksamen Umsetzung einer Nachhaltigen Entwicklung gestärkt. Auf Basis einer umfassenden Digitalisierungsstrategie wird das Serviceangebot der RENN.west durch online-Formate erweitert. Zudem wird die in 2019 erfolgreich durchgeführte Kampagne „Ziele brauchen Taten“ in 2021 mit dem Fokus „Sport im Westen“ fortgeführt.

Die vorliegende Ausschreibung bezieht sich auf einen Baustein der Kampagne, konkret:

- Aufzeichnung Interview-Reihe „Sport und Nachhaltigkeit“ (vgl. 5.)

3. Ziele der Kampagne

Mit der Weiterentwicklung der Kampagne aus 2019 „Ziele brauchen Taten“ werden in 2021 zweierlei Ziele verfolgt:

- Erstens soll das Thema „Sport und Nachhaltigkeit“ inhaltlich stärker aufgerollt werden. Hierfür sollen kurze Interviews tieferer Einblicke in herausfordernde wie motivierende Themenschwerpunkte zu Sport und Nachhaltigkeit geben. Auch soll das Thema in zwei Konferenzformaten gemeinsam mit Verbänden und Funktionären fachlich diskutiert werden. Langfristiges Ziel ist es, Vereine selbst zu mehr Nachhaltigkeit in ihrem Handeln über die Dachverbände (Multiplikatoren) zu aktivieren.
- Zweitens soll die breite Öffentlichkeit auch in diesem Jahr auf die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen aufmerksam gemacht und entsprechend informiert werden. In diesem Zusammenhang sollen kurze Social Media-Clips mit 17 Persönlichkeiten aus dem Breiten- und Spitzensport im Westen erstellt werden, um die Ziele mit einer großen Reichweite vorzustellen. Tiefergehende Informationen werden auf der Website www.ziele-brauchen-taten.de bereitgestellt, die im Zuge des Vorhabens überarbeitet und erweitert wird.

4. Geplante Bausteine der Kampagne

Innerhalb der Kampagne werden verschiedene Bausteine im Rahmen unterschiedlicher Ausschreibungen umgesetzt. Es ist hilfreich, die Bausteine zu kennen, wenngleich diese nicht alle Teil der vorliegenden Ausschreibung sind.

Daher bietet die folgende Tabelle einen Überblick über alle Bausteine der Kampagne:

	Baustein	Details
Kampagne	Corporate Design	Das bestehende Kampagnen-CD soll so weiterentwickelt werden, dass es sich auch auf weitere Vorhaben und Projekte von RENN.west übertragen lässt.
	Relaunch Website	Die Website www.ziele-brauchen-taten.de soll neben den Inhalten aus der Kampagne auch Plattform für weitere Maßnahmen von RENN.west werden.
	Konferenzen	In zwei Konferenzen werden Inhalte zu „Sport und Nachhaltigkeit“ mit Akteuren aus dem Sportkontext diskutiert und Lösungsansätze entwickelt.
	„17 Gesichter der Nachhaltigkeit“ – Social Media-Clips	17 Testimonials aus dem Breiten- und Spitzensport machen in kurzen Filmen im Social-Media-Format auf jeweils eines der 17 Nachhaltigkeitsziele (SDGs) aufmerksam.
	Interview-Reihe „Sport und Nachhaltigkeit“	Bis zu 10 Persönlichkeiten sprechen in 5-minütigen Interviews mit einem Interviewer/einer Interviewerin über Sport, Werte und Nachhaltigkeit. Die Interviews werden aufgezeichnet und veröffentlicht.

5. Aufgabenstellung

Im Rahmen der hier zu vergebenden Filmproduktion sollen bis zu zehn (Qualität vor Quantität) anregende Interviews von jeweils ca. 5 Minuten Länge aufgezeichnet und für eine Veröffentlichung bearbeitet werden: Zehn ausgewählte Persönlichkeiten des Sports unterhalten sich mit dem/der Interviewer*in über Sport, Werte und Nachhaltigkeit. Es sollen auch kritischen Themenbereiche offen angesprochen werden (wie die Kommerzialisierung im Profisport oder Inklusion und Rassismus), allerdings immer verbunden mit einem Lösungsansatz und einer positiven Konnotation. Gerade in der aktuellen Zeit haben sich zahlreiche Spitzensportler*innen sehr intensiv mit Werten des Sports und der eigenen Rolle hierbei geäußert.

Die Interviews werden im „Tagesschau“-Format durchgeführt. Das bedeutet, dass der/die Interviewer*in an einem festen Ort aufgezeichnet wird. Die Gesprächspartner*innen werden jeweils für ihr Interview per Liveübertragung hinzugeschaltet. Hier ist seitens des Auftragnehmers eine sehr gute Qualität zu gewährleisten.



Die Erarbeitung der Interviews erfolgt in enger Abstimmung mit der durch die Landesarbeitsgemeinschaft Agenda 21 NRW e.V. ernannten Projektmanagern. Die Dreharbeiten finden an zwei Wochentagen im Mai 2021 statt.

5.1 Die zu erbringende Leistung umfasst:

Leistung 1: Detailkonzept

- In einem Kick-Off-Termin Ende März/Anfang April 2021 werden die Ziele und zentralen Inhaltselemente der Interviews bzw. der entsprechenden Filme besprochen.
- Auf Basis des Gesprächs und eines detaillierten CD-Briefings erstellt der Auftragnehmer ein **Kurzkonzept zur Filmreihe der Interviews**, insbesondere zum audiovisuellen Aufbau für den Wiedererkennungswerts jedes Clips sowie zur Sicherung der Qualität im Live-Übertragungs-Format.

Leistung 2: Pre-Production

- Terminabstimmungen in Zusammenarbeit mit Projektmanagement-Team
- Location:
 - Recherche und Scouting
 - Auswahl der Location in Zusammenarbeit mit dem Projektmanagement

- Handling (inkl. Drehgenehmigung)
- Planung Set (inkl. Location-Budget), ggf. Location-Besichtigung vorab
- Planung der Aufzeichnungen durch die Interview-Partner*innen zur Gewährleistung einer guten Qualität und Übertragung der Live-Schalte (Briefing, Testing)
- Planung Catering für Team und Interviewer*in (inkl. Catering-Budget)
- Durchsicht und Abstimmung bei der Erstellung der Drehpläne und der Tagesdispos
- Zusammenstellen und Koordinieren der Film-Crew (inkl. Kosten für Crew-Mitglieder)

*Info: Recherche und -Handling der Interviewpartner*innen und des/der Interviewers*in erfolgen über das Projektmanagement.*

Leistung 3: Production (2 Drehtage)

- Bereitstellung sowie Auf- und Abbau des erforderlichen Film-Equipments für die Aufzeichnung des Interviewers in einem Set für 2 Tage (inkl. Transport) → bitte berücksichtigen Sie das Format: die Projektion des/der Interviewpartner*in muss entweder über Greenscreen oder zusätzlichen Bildschirm erfolgen. Zudem braucht es einen Display auf Gesichtshöhe des Interviewers/der Interviewerin zur frontalen Gesprächsführung mit dem/der Expert*in
- Professionelle Fotoaufnahmen der zehn Interview-Situationen
- Dreh/Aufzeichnung unter *Green Production*-Kriterien (siehe 7.2) an zwei Drehtagen
- An- und Rückreisen der Filmcrews

Leistung 4: Post-Production

- Video-Schnitt inkl. Colorgrading
- Sound Design
- Einsetzen von Abbinder, Bauchbinden etc. (wird in einem eigenen Corporate Design-Manual vorgegeben)
- Ausspielen der Filme in den folgenden Formaten:
 - 16:9
 - Format: .mp4 und .mov
 - Größen:
 - Originalgröße
 - höchstmögliche Auflösung mit max. 4 GB
 - höchstmögliche Auflösung ohne Pillarboxing, max. 4 GB (Facebook)
 - Auflösung: 426x240px bis 3840 x 2160 px, max. 128 GB (YouTube)
- Bearbeitung der zehn Szenenfotos

Leistung 5: Nutzungsrechte

- zeitlich, räumlich und inhaltlich uneingeschränkt

5.2 Durchführung, Ergebnislieferung und voraussichtlicher Zeitplan

Die Produktion der Interview-Filmreihe ist vom Auftragnehmer in enger Abstimmung mit dem von der Landesarbeitsgemeinschaft Agenda 21 NRW e.V. ernannten Projektmanagement abzustimmen und umzusetzen. Die Landesarbeitsgemeinschaft Agenda 21 NRW e.V. bzw.

das Projektmanagement behält sich vor, die im Folgenden genannten Zeiträume abhängig vom Projektverlauf und in Abstimmung mit dem Auftragnehmer anzupassen.

Voraussichtlicher Zeitplan:

Leistungsabschnitt	Voraussichtlicher Durchführungstermin 2021
Kick-Off	März 2021 (KW 13)
Detaillkonzept	März/April 2021 (KW 13 bis KW 15)
Pre-Production	April/Mai 2021 (KW 16 bis KW 18)
Production (2 Drehtage)	Mai 2021 (KW 18 bis KW 21)
Post-Production	Juni 2021 (KW 23 bis KW 24)
Qualitätssicherung und Korrektur	Juni 2021 (KW 25 und KW 26)
Veröffentlichung	Juli/August 2021 (KW 27 bis KW 31)

6. Bewerbungsbedingungen

für die Angebotsabfrage zur Erstellung einer Interview-Filmreihe im Rahmen der Weiterführung der Kampagne „Ziele brauchen Taten“ der Regionalen Netzstelle Nachhaltigkeitsstrategien West in Konsortialführerschaft der Landesarbeitsgemeinschaft Agenda 21 NRW e.V.

6.1 Ausgestaltung des Angebots

Vom Bieter wird ein auf die in der Leistungsbeschreibung genannten Anforderungen und den dortigen Leistungsumfang zugeschnittenes Angebot erwartet, das die folgenden beiden Bereiche abdeckt:

1. Durchführung: Nennung von mindestens **drei Referenzen zur Film-Produktion, bestenfalls zu Interview-Reihen** (in der Eigenerklärung zur Eignung) und die **Gliederung der Kosten** entsprechend der genannten Leistungspunkte im mitgelieferten Preisblatt (Anlage 2). Für die Abrechnung sämtlicher anfallender Leistungen ist ein einheitlicher Tagessatz zu kalkulieren. Der einheitliche Tagessatz stellt eine Mischkalkulation der Agenturkosten dar, unabhängig davon, welche Leistung aus der Leistungsbeschreibung abgerufen wird, und umfasst die administrativen Kosten des Bieters. Der Bieter ist aufgefordert eine interne Qualitätssicherung und eine angemessene Vertretungsregelung sicher zu stellen.
2. Konzeption: Das Angebot hat außerdem in einem Kurzkonzept **einen ersten Ansatz zur Umsetzung** der Interview-Reihe zu enthalten. Dabei soll das Setting sowie eine erste Idee zum Wiedererkennungswert der 10 Clips skizziert werden. Außerdem ist grob darzulegen, wie eine Qualitätssicherung der filmischen Aufzeichnung

gewährleistet wird. Gleichzeitig ist zu verdeutlichen, inwieweit Kenntnisse von bzw. Erfahrungen mit Nachhaltigkeitsbezug im Team vorliegen, da ein gewisses Grundverständnis für den Schnitt wesentlicher Inhalte des Themas aus dem Interview wichtig sind. Zudem soll ein*e zentrale*r Ansprechpartner*in benannt werden.

Das Angebot soll insgesamt plausibel, realistisch, anspruchsvoll und verbindlich sein und ist im Falle der Beauftragung die Grundlage für die weitere Kooperation. Es soll möglichst nicht mehr als fünf Seiten umfassen (hier ohne Formulare, Eigenerklärungen, etc. gerechnet) und alle zweckmäßigen Aspekte für die Abwicklung des Projekts berücksichtigen.

6.2 Green Production

Filmproduktionen und TV-Produktionen gehen häufig mit großen Umweltbelastungen durch zum Beispiel einen hohen Energie- und Material-Verbrauch einher. Um die umweltschädlichen Auswirkungen größtmöglich zu minimieren, soll die Umsetzung der Filmproduktionen unter den Kriterien einer *Green Production* erfolgen. Diese können mitunter folgende Anforderungen implizieren:

Ausstattung

- Reduktion von Elektromüll
- Recycling in der Ausstattung
- Verwendung von ökologisch unbedenklichem Material bei Requisiten und Ausstattung

Catering

- Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten und Mehrweggeschirr
- Vermeidung von Plastikbechern und -flaschen sowie nachhaltiges Abfallmanagement

Produktionsbüro

- Vermeidung von Druckerzeugnissen
- Verwendung von umweltfreundlichem Papier und doppelseitiges Bedrucken
- Nutzung einer elektronischen Dispo
- Benennung eines Umweltbeauftragten für die gesamte Produktion
- strikte Mülltrennung sowie Ökostrom im Büro

Transport, Mobilität

- Bildung von Fahrgemeinschaften und, soweit möglich, Einsatz von E-Autos oder Hybridfahrzeugen
- Vermeidung von Anfahrtswegen und insbesondere Vermeidung von Flugreise, u. a. durch effiziente Location- und Drehplanung
- Licht, Technik: Verwendung von energieeffizienter Lichttechnik und festen bzw. wiederaufladbaren Stromquellen am Set
- Vermeidung von Generatoren

Erstellung einer CO₂-Bilanz

Die Umsetzungen der Filme nach den Richtlinien der *Green Production* sind exemplarisch zu erläutern.

6.3 Zuschlagskriterien

Der Zuschlag wird auf das wirtschaftlichste Angebot erteilt. Zuschlagskriterien sind:

- Preis (40%)
- Qualität der Leistung (60%)

Die genaue Erläuterung der Berechnung des wirtschaftlichsten Angebots wird in den **Bewerbungsbedingungen unter „10. Zuschlagskriterien, Gewichtung und Wertungsvorgaben“** erläutert. In einer Zuschlagsmatrix wird das Angebot hinsichtlich der Qualität der Leistung (60%) beurteilt nach:

- Gesamteindruck des Angebots (Kohärenz, Verständlichkeit) und organisatorische Qualität (35%)
- der in der konzeptionellen Skizze und aus den Referenzen erkennbaren Produktionskompetenz von qualitativ hochwertigen und inhaltlichen Interviews (35%)
- Erfahrungen der mit der Auftragsausführung betrauten Mitarbeitenden hinsichtlich Arbeiten zu Nachhaltigkeitsthemen (20%)
- Green Production (vgl. 6.2) (10%)

7. Preisblatt (Anlage 2)

zur Angebotsabfrage zur Erstellung einer Interview-Filmreihe im Rahmen der Weiterführung der Kampagne „Ziele brauchen Taten“ der Regionalen Netzstelle Nachhaltigkeitsstrategien West in Konsortialführerschaft der Landesarbeitsgemeinschaft Agenda 21 NRW e.V.

Nr.	Leistung	PT / pauschal	Einzelbetrag (€)	Summe (€)
1.	Detailkonzept			
1.1	Kick-Off			
1.2	Erstellung Kurzkonzept			
2.	Pre-Production			
3.	Production (2 Drehtage)			
4.	Post-Production			
5.	Nutzungsrechte (pauschal)			
GESAMTSUMME				

Bei den Einzelbeiträgen und Summen sind jeweils die **Bruttosummen (inkl. Umsatzsteuer)** anzugeben. Reisekosten und administrative Aufwände sind in die Beträge zu implizieren. **Zum Ausfüllen des Preisblatts benutzen Sie bitte Anlage 2 (s. Excel-Datei).**