Leistungsbeschreibung

Organisation und Durchführung des Kommunikationsprojektes 2005 des Rats für Nachhaltige Entwicklung

„Facing Sustainability“

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) beim Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH führt im Rahmen seiner Kommunikationsaufgabe im Jahr 2005 ein Kommunikationsprojekt durch. Dazu wird die Unterstützung einer professionellen Agentur gesucht. Der Auftrag soll die gesamte organisatorische Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung des Wettbewerbs umfassen.

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung plant ein internationales Kommunikations- und Jugend-Projekt mit dem Arbeits-Titel „Facing Sustainability“. Jugendliche sollen dazu motiviert werden, sich mit dem Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung auseinander zu setzen. Aber auch die Beiträge älterer Menschen sind gefragt.

„Facing Sustainability“ ist ein kreativer Wettbewerb. Gegenstand des Projektes sind Porträt-Fotos von Menschen, die sich für konkrete Projekte zur Nachhaltigkeit einsetzen (ggf. auch Fotos ihrer Hände möglich oder der Gegenstände, die den Charakter ihrer Arbeit zeigen).

Teaser Text
Zur Verdeutlichung der “Mission” des Projektes

Facing Sustainability
When it comes to sustainable development, people are making the difference. Since its emergence on the world stage in the late 1980s, sustainability is much more than a buzz word, a theory or a concept. As international political leaders continue to wrestle with the very idea of sustainability, however, there are people out there who already do their best to change the world in practical terms. They are trying to face the huge environmental challenges and the eroding social cohesion. They are trying to redefine the growth goal of economies. In their communities, they are working with people looking for security, as well as decent lives.
For them, sustainability has come to mean a decision for life to stop the destruction of our nature and to raise the standard of living for the world's poor. For them, sustainability work is the search for a future that works for the people. They identify what works, they create new partnerships, they get people involved, they provide solutions, they struggle for a better world. They develop knowledge and upgrade skills that will prepare people to meet the challenges of the future. Sustainability may seem unrealistic, but in 1750, so did democracy.
People dedicated to making a positive difference are "change agents" who will lead the world towards sustainability - whether they are living in your community, whether they belong to your family, whether they are your friends or colleagues, whether you know them as working in small businesses or corporate enterprises, in government agencies or small communities. With all kind of differences in approaches, policy options, funds and practise what unifies them is a strong attachment to and respect for the land, the environment and sustainable lifestyles.
Show us your change agents. Send us a foto. Of her or his face, maybe their hands or whatever characterises their work. Tell us their story.

So plug in, get involved, empower yourself, and make a difference. We look forward to hearing from you. It's time to get serious about idealism.

Die Fotos werden zusammen mit einem Text eingesandt. Ein Text mit max. 40 Worten beschreibt die Arbeit und Leistung des Fotografierten für Nachhaltigkeit.

Das Kommunikationsprojekt soll von März bis August 2005 laufen. Ziele des Projektes sind neben der Emotionalisierung und Personalisierung des Leitbilds „Nachhaltigkeit“:

- mind. 150 Menschen aus der ganzen Welt nehmen teil,
- mind. 150 Wettbewerbsbeiträge werden eingereicht,
- öffentlichkeitswirksame Schlusspräsentation der Einsendungen auf der öffentlichen Jahreskonferenz des Nachhaltigkeitsrates am 06. September 2005.

Für die Ansprache und Beteiligung wird das Internet und der direkte, aktive Kontakt mit einer näher festzulegenden Zahl von Akteuren sowie von Internet-Portalen genutzt. Es ist das Ziel, auch Beiträge von Menschen aus dem Ausland zu erhalten. Aus den eingesandten Beiträgen wird eine Ausstellung konzipiert, die auf dem Jahreskongress des Rates für Nachhaltige Entwicklung am 06. September 2004 im Beisein einer bestimmten Anzahl von „Gesichtern“ der Nachhaltigkeit Vernissage hat. Über eine mögliche weitere Verwendung der Ausstellung wird die Geschäftsstelle des RNE zu einem späteren Zeitpunkt entscheiden.

Auf der Jahreskonferenz 2005 des Nachhaltigkeitsrates wird über das Dialogprojekt „BRICS + G“ berichtet, das der Rat in Kooperation mit der Gesellschaft für Technische Zusammenarbiet (GTZ) durchführt. Es handelt sich dabei um einen internationalen (und nationalen) Dialog mit den Transformations- und Schwellenländern Brasilien, Russland, Indien, China und Südafrika, die ein erwartetes schnelles Wirtschaftswachstum haben werden. Der Dialog beinhaltet die Themen Nachhaltigkeit und Wachstum und wird unter Einbezug der länderspezifischen Perspektive diskutiert. “BRICS + G“ findet seinen Höhepunkt in der Jahreskonferenz. Es wird eine noch festzulegende Anzahl von Vertretern der Nachhaltigkeits-Bewegung aus Brasilien, Russland, Indien, China und Südafrika zu der Konferenz eingeladen.

Der Auftragnehmer soll die Geschäftsstelle des Rates für Nachhaltige Entwicklung bei der organisatorischen Durchführung und der Bekanntmachung des Wettbewerbs unterstützen. Im Einzelnen sollen zu einem Pauschalpreis folgende Dienstleistungen erbracht werden:

I. Konzepterstellung

1. Erstellung eines Projektplanes unter Berücksichtigung des Zeitrahmens und der Aufgaben
2. Präzisierung des Projekts in Absprache mit der Geschäftsstelle des Rates für Nachhaltige Entwicklung
3. Ausformung des Durchführungskonzeptes, insbesondere der technischen Anforderungen der Website

II. Organisation und Durchführung

1. Gezielte Ansprache von potentiellen jugendlichen Teilnehmern, Kommunikation mit Interessierten, Anlaufstelle für Rückfragen; offene Kommunikation über Website
2. Konzeption, Design und Aufbau der Website unter Berücksichtigung des CD des RNE; Fotos und beschreibender Text sollen nach Möglichkeit direkt von den Teilnehmern des Wettbewerbs eingepflegt werden können; Laufende Pflege der Website; Möglichkeit für ein Publikumsvoting zu von der Jury vor-ausgewählten

Beiträgen der Endrunde. Eine Wettbewerbsdomain mit entsprechendem Webspace ist im Angebot für die Dauer des Wettbewerbs zu berücksichtigen.

3. Erstellung eines Textes (pdf) mit der Aufforderung zur Teilnahme und den Details zum Wettbewerb. Der „Call“, oder das Mission Statement soll maximal drei beispielhafte Fotos/Texte enthalten (zum Beispiel: eine Wissenschaftlerin, ein Community-Aktivist, ein Bauer).
4. Kontaktaufnahme und Kontaktpflege mit Schlüssel-Institutionen und –Akteuren; sie sollen gezielt auf das Projekt hingewiesen und zur Teilnahme und Unterstützung aufgefordert werden. Mindestens folgende Schlüssel-Institutionen sind anzusprechen:
    a) GTZ-Büros in den BRICS-Ländern
    b) Botschaften der BRICS-Länder in Deutschland
    c) Goethe-Institute in den BRICS-Ländern
    d) Schülerinnen und Schüler von Agenda-Schulen und internationalen Schulen in D (Ansprache über BLK21-Programm)
    e) Bundesweite Servicestelle Lokale Agenda 21, sowie Landes-Agenda-Büros in Deutschland
    f) International Council of Local Environmental Initiatives (ICLEI)
    g) United Nations Environment Programme (UNEP)
    h) the SEED Initiative (Supporting Entrepreneurs for Environment and Development)
    i) Institut für Kreative Nachhaltigkeit - ID22
    j) Umweltverbände, insb. Jugendorganisationen
    k) Deutscher Bundesjugendring

5. Absprache und Zusammenarbeit mit dem Grafiker des Rates bei allen Angelegenheiten, die Logos und Corporate Design des RNE betreffen. Das CD des RNE ist grundsätzlich zu verwenden. Für die Erstellung von Printmedien und sonstigen Publikationen durch den Grafiker erfolgt eine separate Auftragserteilung durch den RNE.
6. Qualitäts- und Ergebnissicherung des Kommunikationsprojektes; Produzieren einer Master-CD mit den Wettbewerbsbeiträgen in Druckqualität

III. Preisvergabe

1. Vorschlagen und Ansprechen markanter Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens in Absprache mit der Geschäftsstelle des RNE für die Jury. Die Jury sollte sich aus einem Profi der Portraitfotografie, einem Mitglied des RNE sowie einer Person aus dem Bundesjugendring zusammensetzen.
2. Festlegen der Auswahlkriterien für die Wettbewerbsbeiträge
3. Beiträge entgegen nehmen und sichten
4. Vorauswahl der Beiträge
5. Zusendung der Beiträge an die Jury
6. Kommunikation und Abstimmung mit der Jury
7. Einladung von drei Preisträgern und deren „Gesichter für Nachhaltigkeit“ zur Preisverleihung, in Absprache mit der RNE-Geschäftsstelle (die Reisekosten werden separat direkt an die Eingeladenen erstattet).
8. Druck der 24 besten Bilder mit Text als A0-Plakate; Konfektionierung auf einem Bildträger
9. Aufbereiten der wichtigsten 40 Beiträge zu einer ppt-Präsentation (Bild und Text)
10. Vier Vorbereitungsgespräche in der Geschäftsstelle des RNE in Berlin.

Die das Projekt begleitende Öffentlichkeitsarbeit (Kick-off des Wettbewerbs, Verwertung nach Wettbewerbsende) wird durch die Presseagentur des Rates geleistet.

Das Angebot ist auf die genannten Anforderungen zu beziehen, Nebenangebote sind ausdrücklich zugelassen.. Eine kurze Darstellung von Referenzen im Hinblick auf die Eignung zur Erbringung der Leistungen wird erbeten.

Für die Leistungen ist in Anlehnung an die genannten Aufgaben ein Pauschalpreis anzugeben, der alle oben beschriebenen Leistungen umfasst. Separate Kostenerstattungen nach Aufwand sind nur für die entsprechend kenntlich gemachten Positionen vorgesehen (II.6; III.7). Weitere Kosten werden nicht erstattet.

Die Leistungsbeschreibung sowie die Allgemeinen Vertragsbedingungen gemäß Verdingungsordnung für Leistungen – Teil B (Allgemeine Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen in der jeweils gültigen Fassung) werden bei Auftragserteilung Vertragsbestandteil. Als Zahlungsbedingung ist vorgesehen, 10 Prozent der Auftragssumme nach Vertragsschluss bei Aufnahme der Arbeiten zu zahlen, weitere 50 Prozent zum 1. Juni 2005 und die Restsumme nach Abschluss des Auftrages und vertragsgemäßer Erfüllung der Leistung. Zahlungen erfolgen gegen Rechnungsstellung.

Angebote müssen spätestens am 28.01.2005 um 12:00 Uhr beim Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH, Verwaltung, Reichpietschufer 50, 10785 Berlin eingehen und eine Bindefrist bis zum 01.03.2005 haben. Über die Auftragsvergabe wird voraussichtlich in der 6. Kalenderwoche 2005 entschieden. Bitte benennen Sie im Angebot eine Ansprechperson, die für die Dauer der Auftragsdurchführung zur Verfügung steht.

Es findet gem. § 27 Nr. 1 VOL/A nur eine Information des Anbieters statt, mit dem ein Vertrag geschlossen werden soll. Andere Anbieter werden nur auf ausdrücklichen Wunsch über das Ergebnis der Ausschreibung informiert.

Teaser Text
Zur Verdeutlichung der “Mission” des Projektes

Facing Sustainability
When it comes to sustainable development, people are making the difference. Since its emergence on the world stage in the late 1980s, sustainability is much more than a buzz word, a theory or a concept. As international political leaders continue to wrestle with the very idea of sustainability, however, there are people out there who already do their best to change the world in practical terms. They are trying to face the huge environmental challenges and the eroding social cohesion. They are trying to redefine the growth goal of economies. In their communities, they are working with people looking for security, as well as decent lives.
For them, sustainability has come to mean a decision for life to stop the destruction of our nature and to raise the standard of living for the world's poor. For them, sustainability work is the search for a future that works for the people. They identify what works, they create new partnerships, they get people involved, they provide solutions, they struggle for a better world. They develop knowledge and upgrade skills that will prepare people to meet the challenges of the future. Sustainability may seem unrealistic, but in 1750, so did democracy.
People dedicated to making a positive difference are "change agents" who will lead the world towards sustainability - whether they are living in your community, whether they belong to your family, whether they are your friends or colleagues, whether you know them as working in small businesses or corporate enterprises, in government agencies or small communities. With all kind of differences in approaches, policy options, funds and practise what unifies them is a strong attachment to and respect for the land, the environment and sustainable lifestyles.
Show us your change agents. Send us a foto. Of her or his face, maybe their hands or whatever characterises their work. Tell us their story.
So plug in, get involved, empower yourself, and make a difference. We look forward to hearing from you. It's time to get serious about idealism.