

# Ausschreibung Fachpressearbeit Blauer Engel (Stand: 01. April 2019)

## 1. Das Umweltzeichen Blauer Engel

Das Umweltzeichen Blauer Engel ist ein Kennzeichen für innovative Produkte und Dienstleistungen, die sich in ihrem Marktsegment als umweltfreundlicher darstellen. Zweck der Kennzeichnung ist es, den Verbraucherinnen und Verbrauchern, der öffentlichen Hand und der gewerblichen Wirtschaft eine zuverlässige Orientierung an die Hand zu geben, auf deren Grundlage sie zur Entlastung der Umwelt beitragen und ökologische Produktinnovationen fördern können. Der Blaue Engel ist ein staatlich unterstütztes, marktwirtschaftliches Informationsinstrument der Umweltpolitik, das den Prinzipien der ISO 14024, Typ I (unabhängige Umweltkennzeichnungen) folgt. Grundlage der Umweltkennzeichnung ist eine lebenswegorientierte Betrachtung der umwelt- und gesundheitsrelevanten Aspekte eines Produktes bzw. einer Produktgruppe. Das Umweltzeichen Blauer Engel ist ein wesentlicher Baustein der integrierten Produktpolitik der Bundesregierung. Mit derzeit ca. 1.100 Zeichennutzern und ca. 12.000 gekennzeichneten Produkten ist der 1978 eingeführte Blaue Engel das weltweit älteste und erfolgreichste Umweltzeichen. Zeicheninhaber des Umweltzeichens Blauer Engel ist das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Das Umweltbundesamt ist für die Entwicklung von Anforderungen für die Vergabe des Blauen Engel verantwortlich. Diese werden durch die unabhängige Jury Umweltzeichen beschlossen. Mit der Vergabe des Blauen Engel ist die RAL gGmbH betraut. Die Webseite des Umweltzeichens Blauer Engel lautet [www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de).

## 2. Ziele der Öffentlichkeitsarbeit Blauer Engel im Rahmen des zu vergebenden Auftrages

Übergeordnetes Kommunikationsziel im Rahmen der Fachpressearbeit ist die Steigerung der Bekanntheit des Blauen Engel bei Herstellern sowie auf der Nachfrageseite (öffentliche Beschaffung wie auch beispielsweise bei Architekten, Objektplanern, Baufirmen oder Malerbetrieben). Die gezielte Fachmedienarbeit soll dafür sorgen, dass der Nutzen des Umweltzeichens für Unternehmen beim Fachpublikum bekannter wird und sich mehr Unternehmen für die Kennzeichnung interessieren. Außerdem soll die Nachfrage nach Blauer Engel-Produkten gesteigert werden.

Folgende Zielgruppen sind in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen:

- Unternehmen, die potentiell ihre Produkte mit dem Blauen Engel zertifizieren können
- Handel, der verstärkt Blauer Engel anbieten und bewerben soll
- Je nach Thema ggf. Verbraucher / B2B-Kunden, die durch ihr Interesse am Blauen Engel für eine stärkere Nachfrage nach Produkten mit dem Umweltzeichen sorgen.
- Verbände und Organisationen, die im jeweiligen Fachbereich als Multiplikatoren dienen.

### 3. Aufgabenstellung und Auftragsgegenstand

In 2019 soll die Fachpressearbeit zum Blauen Engel intensiviert werden. Bisher sind Artikel/Interviews in Fachmedien nur auf Nachfrage der Medien erschienen. Als Grundlage für Messen und Fachpressearbeit hat der Blaue Engel Factsheets entwickelt (siehe Beispiel Schuhe <https://www.blauer-engel.de/sites/default/files/publication/be-factsheet-schuhe-de-rz-web.pdf>). Diese Factsheets liegen für die Produktgruppen Schuhe, Textilien und Spielzeug vor und können neben den Kriterien als fachliche Grundlage für Presstexte dienen. Bei Bedarf können für weitere Produktgruppen Factsheets durch UBA/RAL erstellt werden.

Für folgende Arbeitspakete ist ein Angebot zu erstellen:

1. Themen- und Maßnahmenplanung für die Fachpressearbeit und Fachmedienkommunikation (siehe Themenvorschläge)
2. Kontaktarbeit in Richtung Fachmedien, Ansprache von Journalisten und Redaktionen
3. Erstellung von Texten, insbesondere Presstexte (Grundlage können die Factsheets, das Kapitel Hintergrund sowie das Kapitel Anforderungen in den Vergabekriterien sowie weitere Hintergrundinformationen durch das Umweltbundesamt sein)
4. Erstellung von Presseverteiltern
5. Versand von Pressemitteilungen und ggf. Nachfassen
6. Evaluierung sowie Dokumentation

Folgende Themen sind bei der Fachpressearbeit in 2019 und in Absprache mit dem Umweltbundesamt anzudenken und weiterzuentwickeln:

Thema	Ziel Fachpressearbeit	Zielgruppe	Maßnahme
Textilien (DE-UZ 154) Schuhe (DE-UZ 155)	Zertifizierungen erhöhen (bisher nur zwei Hersteller mit Produkten). Bei Herstellern den Blauen Engel als attraktives Label für Textilien /Schuhe positionieren. Vorteile der Zertifizierung darstellen.	Hersteller / Verbände	z.B. PM, redaktioneller Beitrag, Angebot Interview etc.
Spielzeug (DE-UZ 207)	Zertifizierungen erhöhen (bisher nur zwei Hersteller mit Produkten). Bei Herstellern den Blauen Engel als attraktives Label für Spielzeug positionieren. Vorteile der Zertifizierung darstellen.	Hersteller / Verbände / eventuell hier auch den Pull-Effekt über Verbraucher/-innen nutzen.	z.B. PM, redaktioneller Beitrag, Angebot Interview etc.
Papier (DE-UZ 14a/b) Druckerzeugnisse (DE-UZ 195)	Positionierung gegenüber anderen Labeln – Wissensvermittlung, welches Label die strengeren Kriterien hat, vgl. Factsheet <a href="https://www.blauer-engel.de/sites/default/files/publication/factsheet-be-fsc.pdf">https://www.blauer-engel.de/sites/default/files/publication/factsheet-be-fsc.pdf</a>	Beschaffer/-innen von Papier (öffentlich wie auch privat)	z.B. PM, redaktioneller Beitrag, Angebot Interview etc.
Emissionsarme, plattenförmige Werkstoffe für den Innenausbau (DE-UZ 76)	Zertifizierungen erhöhen, aber auch Wissen über Vorteile und Kriterien auf der Nachfrageseite erhöhen	Hersteller und Nachfrageseite u.a. Architekten, Objektplaner	z.B. PM, redaktioneller Beitrag, Angebot Interview etc.
Wärmedämmverbundsysteme (DE-UZ 140)	Zertifizierungen erhöhen bzw. aber auch Wissen über Vorteile und Kriterien auf der Nachfrageseite erhöhen	Hersteller und Nachfrageseite	z.B. PM, redaktioneller Beitrag, Angebot Interview etc.
Textile Bodenbeläge –	Wissen über Vorteile und Kriterien auf der	Nachfrageseite	

(eventuell Thema erweitern um elastische Bodenbeläge / Parkett und Laminat / Bodenbelagsklebstoffe (der Auftragnehmer sollte Interesse bei Redaktionen recherchieren, ob Themen einzeln oder als großes Thema „Bodenbeläge“).	Nachfrageseite erhöhen	u.a. Architekten – ausgezeichnete Blauer Engel-Produkte (textile Bodenbeläge) sind vorrangig für den Profibereich / Objektbereich geeignet	
ggf. 2-3 aktuelle Themen (z.B. Zertifizierung Mehrwegbechersystemanbieter, Windeln, etc. )			

Bitte zeigen Sie auf, wie Sie den Erfolg der Maßnahmen messen und evaluieren wollen.

Weiterhin bitten wir Sie um einen Kostenplan (Preise müssen getrennt nach Personal- und Sachkosten ausgewiesen werden).

#### 4. Aufträge an Dritte

Bei der Abwicklung der Aktionen und der Maßnahmenumsetzung im Sinne dieser Ausschreibung ist die Erteilung von Unteraufträgen möglich. Die Erteilung von Unteraufträgen ist vorab mit dem Auftraggeber abzustimmen.

#### 5. Zur Verfügung stehende Mittel / Budget

Die zur Verfügung stehenden Mittel werden jährlich bis zum 31.12. jeweils neu festgelegt. Für die Fachpressearbeit 2019 im Sinne dieser Ausschreibung sind ca. 50.000 Euro vorgesehen.

#### 6. Bedingungen

- a. Die Laufzeit des Vertrages soll zunächst bis zum 31.12.2019 festgelegt werden. Es besteht die Option einer Weiterführung des Auftrages.
- b. Die Beauftragung erfolgt durch die RAL gGmbH. Die Öffentlichkeitsarbeit erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Bundesumweltministerium und dem Umweltbundesamt. Dem Auftragnehmer werden sowohl vom Auftraggeber als auch vom Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt Ansprechpartner benannt. Die kaufmännische Abwicklung des Vertrages erfolgt zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer.
- c. Die Koordination der zu vereinbarenden Kommunikationsmaßnahmen für den Blauen Engel erfolgt durch den Auftragnehmer. Der Auftragnehmer berichtet dem Auftraggeber und dem Umweltbundesamt.
- d. Rechnungslegung nach Abschluss der durchgeführten Maßnahmen bzw. am Monatsanfang rückwirkend für den vorangegangenen Monat.

## 7. Anforderungen an den Auftragnehmer

- a. Anbieterkooperationen sind möglich. Die Art der ggf. angebotenen Kooperation soll transparent dargestellt werden.
- b. Der Anbieter oder die Anbieterkooperation benennt eine verantwortliche Person als Projektmanager/-in.
- c. Der Anbieter oder die Anbieterkooperation müssen über Erfahrungen im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verfügen. Ebenso wird vom Auftraggeber erwartet über alle technischen Voraussetzungen zu verfügen, um Presseaussendungen im deutschsprachigen Raum durchführen zu können. Erfahrungen im Bereich der Umweltkommunikation sind von Vorteil.
- d. Der Anbieter erklärt seine Bereitschaft, sein Angebot auf Nachfrage beim Auftraggeber zu präsentieren.
- e. Es gelten die der Ausschreibung angehängten Bewerbungs- und Vertragsbedingungen.