



Union zur Förderung
von Oel- und Proteinpflanzen e. V.

Herausgeber:

UFOP e. V.
Claire-Waldoff-Straße 7
10117 Berlin
Telefon 030/235 97 99-0
Telefax 030/235 97 99-99
E-Mail info@ufop.de
Web www.ufop.de

ÖFFENTLICHE AUSSCHREIBUNG

Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes inklusive Kurzkonzept

Informationskampagne zur Wissensvermittlung und Imageverbesserung zu europäischen Körnerleguminosen

gemäß 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.

Alle wesentlichen Angaben zur Leistung
finden sich in den nachfolgenden Unterlagen.

Vergabestelle:

Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e. V.
Claire-Waldoff-Straße 7
10117 Berlin

Berlin, 16. Juni 2026

INFORMATION
Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e. V.

1. KURZPORTRÄT UFOP

Die Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e. V., (UFOP) wurde 1990 vom Deutschen Bauernverband e. V. (DBV) und dem Bundesverband Deutscher Pflanzenzüchter e. V. (BDP) gegründet. Sie ist ein interprofessioneller Verband, unter dessen Dach die an der Produktion, Verarbeitung und Vermarktung heimischer Öl- und Eiweißpflanzen beteiligten Unternehmen, Verbände und Institutionen versammelt sind.

Die Mitglieder der UFOP sind:

Deutscher Bauernverband e. V.

Landesbauernverbände

Bundesverband Deutscher Pflanzenzüchter e. V.

Deutscher Raiffeisenverband e. V.

Verband der ölsaatenverarbeitenden Industrie in Deutschland e.V.

Bund der Deutschen Landjugend e. V.

Verband der Landwirtschaftskammern e. V.

14 Unternehmen der Pflanzenzüchtung

Weitere Unternehmen und fördernde Mitglieder

Bereits seit 2020 führt die UFOP Maßnahmen zur Absatzförderung von Körnerleguminosen in der Humanernährung durch. Seit Februar 2023 setzt die UFOP die EU-kofinanzierte Kampagne „DIE VIER VON HIER! Körnerleguminosen aus Europa für eine nachhaltige Ernährung“ um. Dazu zählen insbesondere die Social-Media-Accounts „DIE VIER VON HIER“ sowie Pressearbeit und Influencer-Relations. Im Mittelpunkt der Ansprache stehen Verbraucherinnen und Verbraucher.

2. LEISTUNGSBESCHREIBUNG

Die Europäische Union fördert Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für europäische Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt und in Drittländern. Diese werden durch die 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, ergänzt durch die Delegierte Verordnung (EU) 2025/70 der Kommission, die Durchführungsverordnung (EU) 2015/1831 der Kommission sowie den Durchführungsbeschluss der Kommission vom 17. Dezember 2025 zur Annahme des Arbeitsprogramms 2026 geregelt.

Die Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e. V. (UFOP) plant die Durchführung einer dreijährigen Informations- und Absatzförderungskampagne zu europäischen Körnerleguminosen (Beginn voraussichtlich Februar 2027) in Deutschland und Österreich gemäß den oben aufgeführten Verordnungen, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Kommission als Fortführung der aktuell laufenden Kampagne.

Ausgangssituation

Hülsenfrüchte nehmen in Deutschland bislang nur einen kleinen, wenn auch wachsenden Teil der Ackerfläche ein. Im Jahr 2025 wurden rund 2,6 Prozent der Ackerfläche für Körnerleguminosen genutzt. Seit 2014 hat sich diese Fläche zwar mehr als verdoppelt, der Anteil bleibt insgesamt jedoch

niedrig. Gleichzeitig steigt die Erntemenge: 2025 wurden in Deutschland schätzungsweise über 440.000 Tonnen Körnererbsen geerntet – mehr als doppelt so viel wie vor zehn Jahren.

Körnerleguminosen machten in Österreich 2025 mit 22.000 Hektar 2 Prozent der gesamten Ackerfläche aus. Die Ernte betrug 507.700 Tonnen, was 13 Prozent über der Vorjahresmenge und 14 Prozent über dem Zehnjahresmittel lag.

Die Europäische Kommission postuliert in der Mitteilung zur Strategie „Farm to Fork – vom Acker auf den Teller“, dass die derzeitigen Lebensmittelverzehrsmuster sowohl unter gesundheitlichen als auch unter ökologischen Gesichtspunkten nicht nachhaltig sind, da u. a. der Verzehr von Hülsenfrüchten zu niedrig ist.

Neben der Bedeutung für die Ernährung haben europäische Hülsenfrüchte, z. B. aus Deutschland und Österreich zahlreiche Vorteile für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucher durch regionale Verfügbarkeit sowie kurze Transportwege. Sie wirken sich als Bestandteil vielfältiger Fruchtfolgen zudem positiv auf Bodengesundheit und Biodiversität auf den Äckern aus. Konkret geht es um Ackerbohnen, Sojabohnen, Süßlupinen sowie Körnererbsen, die einen Großteil der in der Europäischen Union angebauten Hülsenfrüchte ausmachen.

Das übergeordnete Ziel dieser Informationskampagne ist es, den Anbau von Körnerleguminosen weiter auszudehnen, um dadurch in der europäischen Landwirtschaft im Hinblick auf Klima- und Umweltschutz die Vorteile des Leguminosenanbaus ausschöpfen zu können.

Voraussetzung dafür ist aber eine Akzeptanz für Hülsenfrüchte und eine deutliche Präferenz für solche aus europäischem Anbau bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern, die letztendlich diese Produkte konsumieren.

Dies ist möglich über die Bereitstellung eindeutiger Informationen, die den Verbraucherinnen und Verbrauchern die Entscheidung für eine ausgewogen und nachhaltige Ernährung mit Hülsenfrüchten erleichtern.

Ziele der Informationskampagne

Die Ausgangssituation der beiden Zielmärkte Deutschland und Österreich ist in Bezug auf die Konsumententwicklungen, Verbrauchereinstellungen, Ernährungsempfehlungen sowie den Umgang von Ernährungsexperten, Influencern und Medien zu den vier Körnerleguminosen vergleichbar.

Mit der Informationskampagne und deren Umsetzung sollen folgende Ziele in Übereinstimmung mit den Zielen der Europäischen Union erreicht werden:

Marketingziele:

Erhöhung der Pro-Kopf-Ausgaben für körnerleguminosenbasierte Lebensmittel. Damit verbunden:

Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Erzeuger

Erhöhung des Anteils der Verbraucherinnen und Verbraucher, die Lebensmittelprodukte oder Gerichte auf Basis der vier Körnerleguminosen konsumiert haben

Informations- und Kommunikationsziele:

Steigerung des Bekanntheitsgrades der vier europäischen Körnerleguminosen

Verbesserung des Wissens über europäische Körnerleguminosen, ihre ernährungsphysiologischen Eigenschaften sowie ihre Vorteile für Umwelt und Klima

Verbesserung des Images und des Bewusstseins über die ernährungsphysiologischen sowie die Klima-/Umweltbezogenen Vorteile

Steigerung der Verzehr- bzw. Kaufbereitschaft für Körnerleguminosen-basierte Lebensmittelprodukte

Zielgruppen

Kernzielgruppe: Verbraucher:innen (18 bis 50 Jahre)

Sekundäre Zielgruppen: Meinungsbildner:innen und Multiplikator:innen (Ernährungsexpert:innen und -berater:innen, Medien, Influencer:innen, Branche)

Zielregionen

- Schwerpunkt Deutschland (80 %)
- Österreich (20 %)

Umfang der zu vergebenden Leistungen

Die Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e. V. (UFOP) wird eine dreijährige Informations- und Absatzförderungskampagne (Beginn voraussichtlich Februar 2027) gemäß der Verordnung (EU) Nr. 1144/2014, ergänzt durch die Delegierte Verordnung (EU) 2025/70 der Kommission, die Durchführungsverordnung (EU) Nr. 2015/1831 der Kommission und den Durchführungsbeschluss der Kommission vom 17. Dezember 2025 zur Annahme des Arbeitsprogramms 2026, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Kommission, durchführen.

Leistungsgegenstand dieser Ausschreibung ist ein Angebot inkl. Kurzkonzept für die Umsetzung einer Informations- und Absatzförderungskampagne für Körnerleguminosen in Deutschland und Österreich unter dem Slogan „DIE VIER VON HIER! Körnerleguminosen aus Europa für eine nachhaltige Ernährung“ unter Berücksichtigung der aktuellen Vorgaben durch die EU.

Das Angebot soll Maßnahmen aus den Bereichen Marketing, PR, Events, webbasierter Kommunikation sowie Social Media, inklusive einer Media- und Kostenplanung enthalten.

Im Detail sind die folgenden Maßnahmen umzusetzen:

Bereich Öffentlichkeitsarbeit (ca. 560.000 EUR brutto)

- 6 Pressemeldungen/Jahr
- 2 PR-Artikel/Jahr
- Foto- und Videoproduktionen: 10 bis 20 neue Fotomotive und 4 Videos/Jahr
- Video-Kooperationen: 2 Videos/Jahr
- 1 bis 2 Hörfunk-PR-Beiträge/Jahr
- 1 Datenbank sowie 4 bis 8 Influencer-Kooperationen/Jahr

- Monitoring und Dokumentation

Bereich Website, soziale Medien (ca. 380.000 EUR brutto)

- Weiterführung der Kampagnen-Website
- Social-Media-Kampagne: 96 Posting je Kanal/Jahr (Facebook und Instagram)
- 5 Social-Media-Erklär-Videos

Bereich Online-Werbung (ca. 120.000 EUR brutto)

- Social-Media-Bewerbung

Bereich Publikationen (ca. 20.000 EUR brutto)

- Entwicklung und Produktion von 1 Informationsbroschüre/Jahr

Bereich Veranstaltungen (ca. 400.000 EUR brutto)

- Stände auf 1 bis 2 Fachtagungen für Ernährungsexperten/Jahr
- 1 Fachseminar/Jahr
- 2 Influencer-Events

Bereich Evaluierung (ca. 80.000 EUR brutto)

- Primärforschung Verbraucher
- Evaluierung und Bewertung der Kampagne

Budgetmittel

Vorbehaltlich der Genehmigung der Kampagne durch die Europäische Kommission und des damit verbundenen Eingangs der beantragten Mittel steht für die Umsetzung der oben aufgeführten Maßnahmen und Aktivitäten ein jährlicher Etat von ca. 520.000 EUR brutto, während der voraussichtlichen Laufzeit von drei Jahren ein Gesamtbudget von ca. 1.560.000 EUR brutto zur Verfügung.

Das Budget soll wie folgt aufgeteilt werden:

- 80 % für die Maßnahmen im deutschen Markt
- 20 % für die Maßnahmen im österreichischen Markt

3. VERTRAGSBEDINGUNGEN

Die Vertragsbedingungen sind im Vertrag unter Anlage 1 aufgeführt.

4. TEILNAHMEBEDINGUNGEN

4.1. Allgemeines

Zur Vergabe der oben beschriebenen Leistungen wird eine öffentliche Ausschreibung durchgeführt.

Die Ausschreibungsunterlagen sind auf der Homepage des UFOP unter <https://www.ufop.de/ufop-der->

[verband/ausschreibungen/tender2601/](#) einzusehen und stehen zum Download zur Verfügung.
Potentielle Auftragnehmer werden aufgefordert, ein Angebot inkl. Kurzkonzept einzureichen. Der beabsichtigte Zeitplan ist unter Punkt 6. dargestellt.

4.2. Einschlägige Rechtsvorschriften

Die UFOP ist kein Auftraggeber im Sinne von § 98 GWB und daher nicht verpflichtet, ein Vergabeverfahren nach Maßgabe des GWB und VgV durchzuführen.

4.3. Angebote

Bei Interesse an dem zu vergebenden Auftrag ist das Angebot inkl. Kurzkonzept in digitaler Form bis spätestens **31.07.2026, 10.00 Uhr** (Ausschlussfrist!) an

Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e. V.
Herrn Stephan Arens
E-Mail: s.aren@ufop.de

zu senden.

Das Angebot ist mit allen erforderlichen Nachweisen und Bescheinigungen als PDF-Dokument einzureichen.

Sprache: Das Angebot ist in deutscher Sprache anzufertigen. Jegliche Korrespondenz mit der UFOP ist in deutscher Sprache zu führen.

Nebenangebote sind nicht zugelassen.

Für die Angebotserstellung wird keine Kostenerstattung gewährt.

4.4. Geforderte Angaben, Erklärungen und Nachweise

a) Eignung

- Nachweis der Eintragung in einem Berufs- oder Handelsregister oder vergleichbarem Register
- Nachweis über die wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit
 - o Jahresabschlüsse der letzten 3 Geschäftsjahre
- Eigenerklärung zu Interessenskonflikten (Anlage 3)
- Es müssen mindestens zwei Referenzen über die fachliche Eignung zur Entwicklung und Umsetzung vergleichbarer generischer PR-Kampagnen für den Agrar- und Ernährungsbereich in den letzten drei Jahren erbracht werden. Tabellarische Darstellung mit folgenden Angaben: Bezeichnung, Zielsetzung, Zielgruppe(n), Kurzbeschreibung des Kommunikations-Mix, Durchführungszeitraum, verantwortetes Etatvolumen, Kontaktdaten eines Ansprechpartners beim Kunden
- Unter Angabe von Telefonnummer und E-Mail-Adresse ist mitzuteilen, welche Personen verantwortlich für die Geschäftsführung sind, welche Personen zur Betreuung des Auftraggebers zur Verfügung stehen werden und welche Person der verantwortliche deutschsprachige Kontakt des Auftragnehmers ist. Hierbei sind die jeweiligen beruflichen Qualifikationen zu nennen.

b) Angebotsvordruck (Anlage 2)

c) Kurzkonzept

Dem Angebotsvordruck ist ein in sich schlüssiges Kurzkonzept zur Leistungsbeschreibung beizufügen. Dieses muss u. a. eine vollständige Kostenkalkulation (detaillierte Auflistung: Honorarkosten, Produktionskosten, Kosten für Medialeistungen, weitere Drittkosten, ggf. mit Erklärungen) sowie eine Agenturpreisliste umfassen. Es soll auf maximal 20 Seiten den strategischen Ansatz, die Inhalte und Maßnahmen sowohl für Deutschland als auch für Österreich in zeitlicher und budgetärer Hinsicht darstellen und begründen. Claim und Wort-Bild-Marke der sich aktuell in der Umsetzung befindlichen EU-kofinanzierten Kampagne „DIE VIER VON HIER! Körnerleguminosen aus Europa für eine nachhaltige Ernährung“ ist beizubehalten.

Das Kurzkonzept muss den im Vertrag und in der Leistungsbeschreibung dargestellten Anforderungen entsprechen.

4.5. EU-geförderte Kampagnen

Ein zusätzliches Zuschlagskriterium ist die erfolgreiche Durchführung von EU-geförderten Kampagnen. Dieses fließt mit maximal 20 Punkten in die Bewertung mit ein. Die Darstellung der Kampagnen darf in einer separaten Anlage von maximal 2 Seiten (Format DIN A4) eingereicht werden.

4.6. Bindefrist

Mit dem Angebot ist eine Bindefrist von sieben Monaten zu erklären.

4.7. Vertrag und Auftragsverhältnis

Mit dem Angebot ist eine Erklärung abzugeben, dass der Vertrag, der als Anlage 1 beigefügt ist, dem Angebot zugrunde liegt und anerkannt wird.

Ein Zuschlag in diesem Vergabeverfahren kann nur im Falle und erst nach der Mitteilung der EU-Kommission/BLE über die Gewährung der beantragten Fördermittel erteilt werden. Der finanzielle Umfang des Auftragsverhältnisses richtet sich nach der tatsächlichen Bewilligung der Fördermittel durch die EU-Kommission inkl. der mit dem Bewilligungsbescheid gemachten Auflagen.

Kommt kein Auftragsverhältnis zwischen der EU-Kommission/BLE und der Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen zustande, kommt auch kein Auftragsverhältnis zwischen der UFOP und dem Bieter zustande. Ein Anspruch des Bieters auf Durchführung des Auftrages besteht nicht.

4.8. Vergabebedingungen von EU und BLE

Die Ziele und Rahmenbedingungen der EU (Themenschwerpunkte des Arbeitsprogramms 2026, Aussagen, Gestaltungsvorgaben, Platzanteile etc.) zur EU-Absatzförderung sind hier zu finden und grundsätzlich für den Auftragnehmer bindend:

https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0/communicating-your-eu-funded-promotional-campaign-promotion-agricultural-products_en

https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en#annualworkprogramme

Zuständige Stelle in Deutschland für die spätere Auftragsabwicklung (Einzellandprogramm) ist die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE). Sie stellt auf ihrer Website die Rechtsgrundlagen bereit und beschreibt das Verfahren. Dieses Angebot der BLE ist hier zu finden:

https://www.ble.de/DE/Themen/Marktorganisation/Absatzfoerderung/Europaeische-Agrarerzeugnisse/europaeische-agrarerzeugnisse_node.html

Die Ausführungen der BLE, insbesondere die Erläuterungen zu Werbemaßnahmen für Europäische Agrarerzeugnisse, sind für den zukünftigen Auftragnehmer bindend.

4.9. Rückfragen

Rückfragen zur Ausschreibung sind ausschließlich in schriftlicher Form per E-Mail oder Telefax zu stellen an:

Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e. V.
Herrn Stephan Arens
Claire-Waldoff-Straße 7
10117 Berlin

E-Mail: s.aren@ufop.de
Telefax: +49 30/235 97 99-99

Mündliche Rückfragen werden **nicht** beantwortet.

Rückfragen in schriftlicher Form können bis zum 10.07.2026 an die oben genannte Stelle gerichtet werden.

Die Antworten zu den eingegangenen Rückfragen werden in anonymisierter Form unter <https://www.ufop.de/ufop-der-verband/ausschreibungen/tender2601/> zum Download zur Verfügung gestellt. Alle Agenturen, die sich an dem Vergabeverfahren beteiligen möchten, müssen sich in regelmäßigen Abständen informieren, ob Rückfrageantworten oder ergänzende Unterlagen zur Verfügung gestellt wurden, die bei der Erstellung des Angebots zu beachten sind.

5. WERTUNG DER ANGEBOTE

Es werden nur Angebote bei der Bewertung berücksichtigt, die folgende Mindestkriterien erfüllen:

- Geforderte Qualifikation
- Fristgerechte Einreichung
- Vollständigkeit der Unterlagen
- Erklärung zur Bindefrist

- Anerkennung und Zugrundelegung des Vertrags, der als Anlage 1 beigefügt ist
- Eigenerklärung Interessenskonflikt (gemäß Anlage 3)

Angebote, die die genannten Mindestkriterien nicht erfüllen, werden als nicht wertbar betrachtet und im weiteren Verfahren nicht berücksichtigt.

Zuschlagskriterien und Bewertungsmatrix

Allgemeine Bewertungsskala für die Zuschlagskriterien 1 bis 4

(Für das Zuschlagskriterium 5 gilt eine eigene Bewertungsskala. s. u.)

Für jedes Unterkriterium werden 0 bis 5 Punkte bzw. 10 Punkte vergeben.

Bewertung	Unterkriterien mit einer maximalen Punktzahl von 5 Punkten	Unterkriterien mit einer maximalen Punktzahl von 10 Punkten
Die Anforderungen werden vollständig und in besonderem Maße erfüllt.	5 Punkte	10 Punkte
Die Anforderungen werden weitgehend erfüllt; lediglich geringfügige Schwächen sind erkennbar.	4 Punkte	8 Punkte
Die Anforderungen werden überwiegend erfüllt; es bestehen erkennbare Defizite.	3 Punkte	6 Punkte
Die Anforderungen werden teilweise erfüllt.	2 Punkte	4 Punkte
Die Anforderungen werden nur in geringem Umfang erfüllt.	1 Punkt	2 Punkte
Die Anforderungen werden nicht erfüllt oder es liegen keine bewertbaren Angaben vor.	0 Punkte	0 Punkte

Die Höchstpunktzahl wird jeweils vergeben, wenn die beim jeweiligen Unterkriterium beschriebenen Anforderungen vollständig erfüllt werden:

1. Strategischer Ansatz (max. 20 Punkte)

1.1 Korrekte Skizzierung der Ausgangssituation / Marktanalyse für Deutschland und Österreich (max. 5 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn die Ausgangssituation in beiden Zielmärkten zutreffend, differenziert und nachvollziehbar dargestellt wird und die Analyse eine tragfähige Grundlage für die vorgeschlagene Kommunikationsstrategie bildet.

1.2 Umfassende Berücksichtigung der europäischen Dimension (max. 5 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn die Ziele und Rahmenbedingungen der Europäischen Union sowie deren Bedeutung für das Programm zutreffend eingeordnet werden und sich daraus ein schlüssiger strategischer Ansatz ableiten lässt.

1.3 Formulierung der Kommunikationsinhalte (max. 5 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn die vorgeschlagenen Kommunikationsinhalte fachlich korrekt, zielgruppengerecht und geeignet sind, die Programmziele zu unterstützen.

1.4 Taktische Vorgehensweise (max. 5 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn die vorgeschlagene Vorgehensweise schlüssig, nachvollziehbar und geeignet ist, die Kommunikationsziele effizient zu erreichen.

2. Plausibilität der Maßnahmen im Hinblick auf Ziele und Zielgruppen (max. 20 Punkte)

2.1 Eignung der Maßnahmen zur Erreichung der Kommunikationsziele (max. 10 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn die vorgeschlagenen Maßnahmen in besonderem Maße geeignet sind, die vorgegebenen Kommunikationsziele zu erreichen, und die Zielerreichung nachvollziehbar begründet wird.

2.2 Schlüssige Berücksichtigung aller genannten Zielgruppen bei der Umsetzung (max. 10 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn alle genannten Zielgruppen angemessen berücksichtigt werden und Inhalte, Formate sowie Kommunikationswege nachvollziehbar auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmt sind.

3. Umsetzung der Vorgaben sowie inhaltliche Kompetenz bei der Entwicklung der Maßnahmen (max. 20 Punkte)

3.1 Berücksichtigung aller vorgegebenen Maßnahmenbausteine sowie Aufteilung/Zuordnung der Maßnahmen in die Zielmärkte Deutschland und Österreich (max. 5 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn alle vorgegebenen Maßnahmenbausteine vollständig berücksichtigt werden und die Zuordnung der Maßnahmen zu den Zielmärkten Deutschland und Österreich entsprechend den Vorgaben nachvollziehbar dargestellt wird.

3.2 Nachvollziehbare Beschreibung und Umsetzung der einzelnen Maßnahmen (max. 5 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn die vorgeschlagenen Maßnahmen klar, verständlich, realistisch und nachvollziehbar beschrieben werden und eine erfolgreiche Umsetzung erwarten lassen.

3.3 Qualität und fachliche Fundierung der im Kurzkonzept vorgeschlagenen Inhalte der Maßnahmen (max. 10 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn die vorgeschlagenen Inhalte ein sehr gutes Verständnis der Themen Körnerleguminosen erkennen lassen. Dies umfasst insbesondere Kenntnisse zu Anbau, Verarbeitung, Verwendung, ernährungsphysiologischen Eigenschaften sowie zur Bedeutung von Körnerleguminosen für nachhaltige Ernährungssysteme. Die Inhalte sind fachlich korrekt, zielgruppengerecht aufbereitet und nachvollziehbar in die vorgeschlagenen Maßnahmen integriert.

4. Kostenplan (Wirtschaftlicher Mitteleinsatz im Hinblick auf die Erreichung der Zielsetzung) (max. 20 Punkte)

4.1 Nachvollziehbare Kostenkalkulation zu den einzelnen Aktivitäten innerhalb der Maßnahmenbereiche und im vorgegebenen Budgetrahmen einschließlich Zuordnung der Budgetanteile auf Deutschland und Österreich (max. 10 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn die Kostenkalkulation vollständig, transparent und nachvollziehbar dargestellt wird und die Budgetanteile für Deutschland und Österreich eindeutig ausgewiesen werden.

4.2 Angemessenheit der Kosten im Verhältnis zu Umfang, Qualität, Zielerreichung und erwartbarer Wirkung der vorgeschlagenen Maßnahmen (max. 10 Punkte)

Die Höchstpunktzahl wird vergeben, wenn die Kosten in einem angemessenen Verhältnis zum vorgeschlagenen Leistungsumfang, zur Qualität der Maßnahmen sowie zur erwartbaren Zielerreichung und Wirkung stehen.

5. Durchführung von EU-geförderten Kampagnen (max. 20 Punkte)

Bewertet wird die nachgewiesene Durchführung EU-geförderter Kampagnen.

Nachgewiesene Erfahrung	Punkte
Umsetzung von mindestens drei EU-kofinanzierten Kampagnen als Durchführungsstelle innerhalb der letzten zehn Jahre	20 Punkte
Umsetzung von mindestens zwei EU-kofinanzierten Kampagnen als Durchführungsstelle innerhalb der letzten zehn Jahre	10 Punkte
Umsetzung von mindestens einer EU-kofinanzierten Kampagne als Durchführungsstelle innerhalb der letzten zehn Jahre	5 Punkte
Keine nachgewiesene Erfahrung	0 Punkte

Die maximal erreichbare Gesamtpunktzahl beträgt 100 Punkte.

Das wertbare Angebot, das die höchste Punktzahl erzielt, erhält den Zuschlag.

6. ZEITPLAN

Ausschreibung	15.06.2026
Frist für Rückfragen zur Ausschreibung	10.07.2026
Frist für den Eingang des Angebotes (Ausschlussfrist)	31.07.2026
Voraussichtliche Mitteilung zur Entscheidung	02.09.2026
Voraussichtlicher Vertragsschluss	31.01.2027
Projektbeginn	01.02.2027
Projektende	31.01.2030

7. ANLAGEN

Anlage 1: Vertrag

Anlage 2: Angebotsvordruck

Anlage 3: Eigenerklärung Interessenskonflikt

Vertrag

zwischen der

Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e. V., Claire-Waldoff-Straße 7, 10117 Berlin,

vertreten durch den Geschäftsführer Stephan Arens

- nachfolgend Auftraggeber genannt

und

<Firma>, <Straße und Hausnummer>, <PLZ> <Ort>,

vertreten durch <xxx>

- nachfolgend Auftragnehmer genannt

wird der folgende Vertrag geschlossen:

§ 1 Vertragsgegenstand

Die Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e. V. (UFOP) wird eine dreijährige Informations- und Absatzförderungskampagne (Beginn voraussichtlich Februar 2027) gemäß der Verordnung (EU) Nr. 1144/2014, ergänzt durch die Delegierte Verordnung (EU). 2025/70 der Kommission, die Durchführungsverordnung (EU) Nr. 2015/1831 der Kommission und den Durchführungsbeschluss der Kommission vom 17. Dezember 2025 zur Annahme des Arbeitsprogramms 2026 durchführen.

Vertragsgegenstand ist die Entwicklung und Umsetzung einer Informations- und Absatzförderungskampagne zur Hervorhebung der Besonderheiten der landwirtschaftlichen Produktionsmethoden in der Union und der Merkmale von europäischen Agrarlebensmitteln – hier europäische Körnerleguminosen (Ackerbohnen, Körnererbsen, Süßlupinen und Sojabohnen).

§ 2 Leistungen des Auftragnehmers

Der Auftragnehmer entwickelt auf der Grundlage seines Angebots ein detailliertes Durchführungsprogramm mit Maßnahmen aus den Bereichen Marketing, PR, Events, webbasierter Kommunikation und Social Media inklusive einer Media- und Kostenplanung. Nach Freigabe durch den Auftraggeber wird der Auftragnehmer das Durchführungsprogramm umsetzen. Das Durchführungsprogramm und seine Umsetzung müssen die folgenden Anforderungen erfüllen:

Zielsetzung

Mit dem Durchführungsprogramm und dessen Umsetzung sollen folgende Ziele in Übereinstimmung mit den Zielen des EU-Programms „Promotion of agricultural products“ erreicht werden:

- Hervorhebung der Besonderheiten der Produktionsmethoden in der EU, insbesondere in Bezug auf Lebensmittelsicherheit, Rückverfolgbarkeit, Authentizität, Ernährung- und

Gesundheitsaspekten sowie Nachhaltigkeit

- Hervorhebung der Merkmale von europäischen Körnerleguminosen und deren Produkten insbesondere in Bezug auf Qualität, Geschmack, Vielfalt und Tradition

Abgeleitete Zielsetzungen für Deutschland und Österreich

Das Marketingziel des Durchführungsprogramms ist die Erhöhung der Pro-Kopf-Ausgaben für pflanzenbasierte Produkte in den Zielmärkten Deutschland und Österreich.

Damit verbunden sind

- eine Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der landwirtschaftlichen Erzeuger und
- der Erhalt von Arbeitsplätzen auch auf Seiten der landwirtschaftlichen Rohstoffproduzenten.

Kommunikationsziel: Verbesserung des Wissens über europäische Körnerleguminosen, ihre Vorteile für Umwelt und Klima, ihre Nährwertprofile sowie damit die Veränderung in Bewusstsein und Verhalten hin zu einer Plant-Based-Ernährung.

Zielgruppen

Kernzielgruppe: Verbraucher (18 bis 50 Jahre)

Sekundäre Zielgruppen: Meinungsbildner, Meinungsführer und Multiplikatoren (Ernährungsexperten und -berater, Medien, Influencer/Blogger, Branche)

Allgemeine Leistungen des Auftragnehmers

Der Auftragnehmer ist gegenüber dem Auftraggeber verantwortlich für die

- Einhaltung aller mit der Leistungserbringung verbundenen Auflagen der EU-Kommission bzw. der European Research Executive Agency (kurz „REA“) und der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (kurz „BLE“) zur Umsetzung der Kampagne, siehe dazu insbesondere: Gestaltungsvorgaben, Freigabe-Workflows, Abrechnungsmodalitäten
- Entwicklung eigenständiger Maßnahmen, die als EU-Projekt klar abgrenzbar budgetiert sind (Entwicklung medienübergreifender Kampagnenideen)
- Festlegung der strategischen und organisatorischen Linie der EU-Kampagne in Absprache mit dem Auftraggeber
- Strategische Beratung und konzeptionelle Leistungen bei der Etat- und Projektsteuerung
- Beratungs-, Planungs- und Gestaltungskompetenz für alle konzipierten Maßnahmen
- Soweit Dritte mit der Produktion beauftragt werden, sind jeweils mindestens drei Angebote einzuholen. Diese sind dem Auftraggeber auf Verlangen nachzuweisen.
- Rabatte und Skonti von Dritten sind an den Auftraggeber weiterzureichen
- Termingerechte Steuerung aller Aktivitäten des Kommunikations-Mix

Gestaltungsvorgaben

Es ist die bestehende Wort-Bild-Marke „Die Vier von hier! Körnerleguminosen aus Europa für eine nachhaltige Ernährung“ zu verwenden, die bei den Zielgruppen in Deutschland und Österreich eine Wiedererkennung sicherstellt.

Gleichzeitig sind die Vorgaben der EU-Kommission an die Gestaltung zu übernehmen. Die Ziele,

Vorgaben (Aussagen, Gestaltungsvorgaben, Platzanteile, Finanzierungserklärung, EU-Flagge etc.) und Beispiele zur EU-Absatzförderung sind hier zu finden und grundsätzlich für den Auftragnehmer bindend:

https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/chafea/files/graphic-charter-guidelines_en_0.pdf

https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/symbols/european-flag_de

Muster Finanzhilfevereinbarung – insbesondere Artikel 17 und Anhang 5

(https://www.ble.de/DE/Themen/Marktorganisation/Absatzfoerderung/Europaeische-Agrarerzeugnisse/europaeische-agrarerzeugnisse_node.html)

Budget

Vorbehaltlich des Eingangs der beantragten Mittel steht für die Durchführung dieser Informations- und Absatzförderkampagne ein Budget in Höhe von ca. EUR 520.000 EUR brutto pro Jahr, während der voraussichtlichen Laufzeit von drei Jahren ein Gesamtbudget in Höhe ca. 1.560.000 EUR brutto zur Verfügung. Das Gesamtbudget umfasst alle Agenturhonorare inkl. der Reisekosten, Media- und Produktionskosten sowie die Kosten der Evaluierung und Marktforschungserhebungen durch einen Dritten.

Das Budget soll wie folgt aufgeteilt werden:

- 80 % für die Maßnahmen im deutschen Markt
- 20 % für die Maßnahmen im österreichischen Markt

§ 3 Auftragsabwicklung

Innerhalb von zwei Wochen nach Unterzeichnung der Finanzhilfevereinbarung zwischen BLE und UFOP findet ein Auftaktgespräch zwischen dem Auftragnehmer und den projektbegleitenden bzw. -verantwortlichen Mitarbeiter/innen des Auftraggebers statt. Dieses wird bei dem Auftraggeber vor Ort erfolgen. Es dient dazu, Einzelheiten zur Auftragsabwicklung und insbesondere die Ausgestaltung der Konzepte zu besprechen.

Weitere Treffen/Gespräche werden nach Bedarf und vorheriger Absprache terminiert. Im Zuge dessen stimmen die Vertragsparteien die Zeitplanung für die einzelnen Leistungsgegenstände ab.

Der Auftragnehmer hat dem Auftraggeber bereits mit seinem Angebot einen verantwortlichen deutschsprachigen Agenturkontakt für das Gesamtprojekt benannt. Dieser Agenturkontakt kann nur aus wichtigem Grund und mit Zustimmung des Auftraggebers ersetzt werden. Es ist kein wichtiger Grund, wenn dieser verantwortliche Agenturkontakt in einem anderen Projekt eingesetzt werden soll.

Die Kommunikation zwischen Auftragnehmer und Auftraggeber erfolgt in deutscher Sprache. Der Auftraggeber stellt dem Auftragnehmer die zur Erbringung seiner Leistungen erforderlichen Informationen und Unterlagen schriftlich, per E-Mail oder im Rahmen eines telefonischen Briefings zur

Verfügung.

Leistungsverzögerungen sind dem Auftraggeber unverzüglich anzuzeigen. Der Auftragnehmer erbringt die Leistungen in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber. Er erteilt dem Auftraggeber auf Verlangen jederzeit auch schriftlich Auskunft über den Stand der Arbeiten. Unabhängig von dieser Berichtspflicht hat der Auftragnehmer den Auftraggeber unverzüglich zu informieren, wenn eine zeit- und/oder sachgerechte Erledigung der übernommenen Arbeiten gefährdet erscheint. Der Auftraggeber wird in allen Produktionsphasen beteiligt.

Der Auftraggeber hat das abschließende künstlerische, technische und dramaturgische Gestaltungsrecht. Die finale Freigabe liegt bei dem Auftraggeber. Die Freigabe erfolgt im Rahmen eines zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer abgestimmten Verfahrens. Alle durch den Auftragnehmer im Zusammenhang mit diesem Vertrag zu erbringenden Leistungen sind mit fachlicher und kaufmännischer Sorgfalt zu erbringen.

Präsentationen der Kommunikationsaktivitäten und Grundsatzabstimmungen (Briefings) erfolgen grundsätzlich am Standort des Auftraggebers in Berlin. Reise- und Aufenthaltskosten des Auftragnehmers werden nicht gesondert vergütet oder erstattet.

Der Auftragnehmer erstellt einen detaillierten Zeit- und Ablaufplan für die Umsetzung aller kommunikativen Maßnahmen. Über die realisierten Maßnahmen sind mindestens quartalsweise Kurzberichte sowie jährlich ein Zwischenbericht inklusive einer Aufstellung der Kosten und Aufwendungen zu erstellen. Nach Abschluss der Informations- und Absatzförderungskampagne und rechtzeitig vor dem in der Genehmigungsmitteilung der EU-Kommission (bzw. der REA) genannten Termin ist ein Abschlussbericht zu erstellen.

§ 4 Vergütung

Für die Durchführung dieser Informations- und Absatzförderungskampagne steht vorbehaltlich des Eingangs der beantragten Zuwendungen ein Budget in Höhe von ca. 520.000 EUR brutto, während der voraussichtlichen Laufzeit von drei Jahren ein Gesamtbudget in Höhe von ca. 1.560.000 EUR brutto zur Verfügung. In diesem Budget sind die Kosten für eine externe Evaluierung inkl. Marktforschungserhebungen enthalten.

Aus diesem Budget sind sämtliche Kosten für alle anfallenden Leistungen und Entgelte, einschließlich der Vergütung für die nach § 7 einzuräumenden Nutzungsrechte, zu bestreiten. Die in der Informations- und Absatzförderungskampagne durchzuführenden Maßnahmen werden auf Basis der dem Auftraggeber mit der Angebotskonzeption eingereichten Agenturpreisliste nach Zeitaufwand abgerechnet.

Der Auftragnehmer überwacht die Einhaltung des Budgets. Eventuell notwendige Verschiebungen wird der Auftragnehmer dem Auftraggeber umgehend zur Genehmigung vorlegen.

§ 5 Zahlungen

(1) Die Vertragsparteien vereinbaren für die Erbringung der Leistungen im Rahmen der Kampagne

eine Vergütung auf Grundlage der Angebotskalkulation.

- (2) Dem Auftraggeber sind vor Beginn von kostenverursachenden Tätigkeiten Kostenvoranschläge in schriftlicher Form zu unterbreiten. Erst nach schriftlicher Freigabe der Kostenvoranschläge (zzgl. des zu zahlenden Umsatzsteuersatzes) dürfen die jeweils erforderlichen Arbeiten begonnen werden.
- (3) Alle Leistungen sind aufgeschlüsselt nach Datum der Leistungserbringung, den pro Tag geleisteten Stunden, den Namen der Personen, die die Leistungen erbracht haben und den dazugehörigen Stundensätzen anzugeben. Die Drittkosten sind vom Auftragnehmer nachzuweisen. Von Dritten eingeräumte Rabatte/Skonti sind vom Auftragnehmer in voller Höhe an den Auftraggeber weiterzugeben. Eine Verpflichtung des Auftraggebers gegenüber Dritten aufgrund dieses Vertrages ist ausgeschlossen.
- (4) Mit der jeweiligen Vergütung sind sämtliche Aufwendungen des Auftragnehmers zur Erfüllung des Einzelauftrages im Rahmen der Kampagne abgegolten.
- (5) Zahlungen für Einzelmaßnahmen erfolgen nach Vorlage von Einzelrechnungen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass Projekte, die aus mehreren Einzelmaßnahmen bestehen, zusammengefasst abzurechnen sind (keine Teilzahlungen).
- (6) Der Auftraggeber bezahlt Rechnungen innerhalb von 2 Wochen nach Rechnungsdatum ohne Abzug.
- (7) Obligatorische Zahlungen des Auftragnehmers an die Künstlersozialkasse (KSK) für künstlerische Fremdleistungen werden dem Auftraggeber in Rechnung gestellt.

§ 6 Allgemeine Pflichten des Auftragnehmers

Der Auftragnehmer übernimmt als Durchführungsstelle sämtliche übertragbaren Verpflichtungen, welche die vertragsgemäße Durchführung und Abrechnung des Durchführungsprogramms inklusive der Erstellung von Berichten und Belegen der Maßnahmen betreffen. Außerdem wird der Auftragnehmer der BLE und der EU-Kommission (REA) sämtliche Kontrollrechte einräumen, die die UFOP als Auftraggeber und Förderungsnehmer und die Durchführungsstelle als Auftragnehmer betreffen.

Insbesondere ist zu beachten, dass ab Unterzeichnung des Vertrages und bis zu fünf Jahre nach Zahlung des Endbetrags, die beauftragten Bediensteten der zuständigen nationalen Behörde (BLE), der Kommission (REA) und des Europäischen Rechnungshofs Zugang zu den Büchern und allen anderen Unterlagen im Zusammenhang mit den im Rahmen des Vertrages getätigten Ausgaben haben.

§ 7 Erwerb von Rechten

Der Auftragnehmer räumt dem Auftraggeber ab dem Zeitpunkt des Entstehens sämtliche Nutzungsrechte an den im Rahmen dieses Vertrags erbrachten Werken für alle bekannten Nutzungsarten ein. Die Nutzungsrechte werden als ausschließliche Rechte unwiderruflich und unbefristet eingeräumt.

Nach Vertragsende stellt der Auftragnehmer dem Auftraggeber sämtliche im Rahmen der Auftragsdurchführung erstellten Unterlagen vollständig zur Verfügung. Die dafür entstehenden Kosten

sind in der Gesamtvergütung enthalten.

Durch den Auftragnehmer ist sicherzustellen, dass sämtliche Leistungen aus diesem Vertragsverhältnis frei von Urheberrechten, Leistungs- oder sonstigen Rechten Dritter sind. Sollten solche Ansprüche von dritter Seite erhoben werden, ist dies vom Auftragnehmer an den Auftraggeber sofort mitzuteilen.

§ 8 Veröffentlichungshinweis und Belegexemplare

In allen Werken sind durch den Auftragnehmer die Gestaltungsvorgaben der EU-Kommission gemäß Vorgaben (vgl. § 2 Nr. 6) zu integrieren. Alle Werke, die der Auftragnehmer im Rahmen dieses Auftrages erstellt oder erstellen lässt, sind vom Auftragnehmer dem Auftraggeber rechtzeitig im Voraus, mindestens fünf Arbeitstage vor Weitergabe an Dritte, elektronisch zur Freigabe vorzulegen. Zu allen Werken, die der Auftragnehmer im Rahmen dieses Auftrages erstellt oder erstellen lässt, sind dem Auftraggeber elektronische und – soweit möglich – Originalbelege in doppelter Ausführung zu übergeben.

§ 9 Vertragslaufzeit, Leistungszeitraum, Kündigung

1. Dieser Vertrag kommt zustande unter der aufschiebenden Bedingung der Bewilligung des Vorhabens durch die Europäische Kommission (voraussichtlich im Januar 2024).
2. Die Laufzeit des Vertrages ist begrenzt auf die Dauer der Förderung durch die EU, längstens aber bis zur Abgabe des Abschlussberichts. Die ordentliche Kündigung dieses Vertrages ist ausgeschlossen.
3. Ungeachtet dessen sind beide Vertragsparteien berechtigt, den Vertrag jederzeit und ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist mit sofortiger Wirkung aus wichtigem Grund zu kündigen, wenn Tatsachen vorliegen, auf Grund derer dem Kündigenden unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls und unter Abwägung der Interessen der Vertragsparteien die Fortsetzung des Vertrages nicht zugemutet werden kann. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn
 - a) über das Vermögen des Auftragnehmers das Insolvenzverfahren eröffnet, ein entsprechender Eröffnungsantrag gestellt, dieser Antrag mangels Masse abgelehnt worden oder die ordnungsgemäße Abwicklung des Vertrages dadurch in Frage gestellt ist, dass er seine Zahlungen nicht nur vorübergehend einstellt. Weitergehende Rechte nach § 8 Nr. 1 und 2 VOL/B bleiben unberührt.
 - b) der Auftragnehmer die Eigenerklärung in dem diesem Vertrag zugrundeliegenden Vergabeverfahren wahrheitswidrig abgegeben hat.
 - c) der Auftragnehmer die in § 3 vereinbarten Ausführungsfristen versäumt und seine vertraglichen Pflichten trotz angemessener Nachfristsetzung durch den Auftraggeber nicht erfüllt. Eine Vertragsbeendigung ist nicht möglich, wenn die Gründe, welche zu der Versäumung der Frist geführt haben, überwiegend vom Auftraggeber zu vertreten sind.
 - d) die Europäische Kommission dem Vorhaben keine abschließende Bewilligung erteilt.
4. Die Kündigung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform per Brief.
5. Im Fall der Kündigung aus wichtigem Grund hat der Auftragnehmer keinen Anspruch auf Vergütung gegenüber dem Auftraggeber hinsichtlich noch nicht erbrachter Leistungen. Die gesetzlichen Vorschriften bleiben unberührt.

§ 10 Schriftform, Nebenabreden

1. Jede Änderung oder Ergänzung dieses Vertrages bedarf der Schriftform und muss als solche ausdrücklich bezeichnet werden. Das gilt auch für einen eventuellen Verzicht auf das Schriftformerfordernis. Mündliche Nebenabreden wurden nicht getroffen.
2. Dieser Vertrag wird zweifach ausgefertigt.

§ 11 Gerichtsstand

Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, die sich aus diesem Vertrag ergeben, ist Berlin.

§ 12 Sonstiges

Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam sein, so wird die Wirksamkeit des Vertrages im Übrigen hierdurch nicht berührt. Die Parteien werden in diesem Fall die ungültige Bestimmung durch eine wirksame Bestimmung ersetzen, welche dem wirtschaftlichen Zweck der ungültigen Bestimmung möglichst nahekommt.

Es gilt ausschließlich deutsches Recht für dieses Vertragsverhältnis.

Berlin, den xx.xx.2027
Union zur Förderung von
Oel- und Proteinpflanzen e. V.

Ort, den xx.xx.2027
Firmierung des Auftragnehmers

Auftraggeber
Stephan Arens

Auftragnehmer
Vertretungsberechtigter

Anlage 2

1. Firmendaten

Firmenname 1	
Firmenname 2:	
Vertreten durch:	
Straße und Hausnummer:	
PLZ und Ort:	
Land:	

6. Angebotspreis

Leistung	Kosten Jahr 1 in EUR	Kosten Jahr 2 in EUR	Kosten Jahr 3 in EUR
Honorarkosten, netto			
Produktionskosten, netto			
Kosten für Medialeistungen, netto			
Weitere Drittkosten, netto			
GESAMTSUMME NETTO			
Mehrwertsteuer			
GESAMTBETRAG BRUTTO			

An unser Angebot halten wir uns bis zum Ablauf der Bindefrist gebunden. Wir sind uns bewusst, dass eine wissentlich falsche Erklärung im Angebot den Ausschluss von dieser und von weiteren Vergaben zur Folge haben kann. Unsere AGB werden nicht Vertragsbestandteil. Das gilt ausdrücklich auch für den Fall, dass in den beigefügten Angebotsunterlagen auf unsere AGB verwiesen wird.

Ort, Datum

eigenhändige Unterschrift

Formblatt: Eigenerklärung zu Interessenkonflikten

Eigenerklärung für das Unternehmen

Name, Anschrift

Hiermit erklären wir, dass für unser Unternehmen kein Interessenkonflikt im Sinne von Artikel 2 Absatz 1 der Delegierten Verordnung (EU) 2015/1829 der Kommission vorliegt.

Wir erklären insbesondere, dass eine etwaige Beauftragung unseres Unternehmens die unparteiische und objektive Durchführung der Informationskampagne „DIE VIER VON HIER! Körnerleguminosen aus Europa für eine nachhaltige Ernährung“ nicht beeinträchtigt und keine wirtschaftlichen Interessen, politische Affinität oder nationale Bindungen, familiäre oder freundschaftliche Beziehungen sowie sonstige Interessenverknüpfungen bestehen, die zu einem Interessenkonflikt führen könnten.

Ort, Datum

Unterschrift des Unternehmens