

Leistungsbeschreibung (Anlage 1)

Aktenzeichen: 2026-0346

Prosuming in der Kreislaufwirtschaft

17. August 2026

Inhalt

I. Vorbemerkung	3
1. Der Verbraucherzentrale Bundesverband	3
2. Das Team Mobilität und Ressourcenschutz	3
II. Ausgangslage und Problemstellung	3
1. Gebrauchtmarkt.....	4
1.1 Ausgangslage.....	4
1.2 Problemstellung.....	5
2. Sharing Economy	6
2.1 Ausgangslage.....	6
2.2 Problemstellung.....	7
III. Zielsetzung	7
IV. Aufgabenstellung.....	9
1. Erstellung Gutachten.....	9
2. Barrierefreiheit des Gutachtens	9
V. Anforderung an das Angebot	10
VI. Zeitplan	10

I. Vorbemerkung

1. Der Verbraucherzentrale Bundesverband

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) bündelt als Dachverband die Expertise von 16 Verbraucherzentralen und mehr als 30 verbraucherpolitischen Verbänden - darunter über 2.000 Organisationen und sieben Millionen Einzelmitglieder - für einen starken Schutz der Verbraucher:innen in Deutschland. Der vzbv ist die Stimme der Verbraucher:innen – und damit eine entscheidende Kraft in der Politik. Wir wissen, was Verbraucher:innen bewegt und verschaffen ihnen Gehör bei Politik, Wirtschaft und Verwaltung. Strukturelle Missstände decken wir auf, benennen Verbraucherprobleme und entwickeln Lösungen. So tragen wir dazu bei, dass Märkte transparent und gerecht gestaltet werden.

2. Das Team Mobilität und Ressourcenschutz

Das Team Mobilität und Ressourcenschutz setzt sich für eine verbrauchergerechte Gestaltung von langlebigen und reparierbaren Produkten und Geräten ein. Nachhaltiger Konsum muss günstiger und bequemer werden. Werden Produkte möglichst lange genutzt, schont das sowohl den Geldbeutel als auch die Umwelt. Eine verbraucherzentrierte Kreislaufwirtschaft sichert wirtschaftliche, kulturelle und soziale Teilhabe. Kein:e Verbraucher:in darf von nachhaltigem Konsum ausgeschlossen werden. Das bedeutet, dass Möglichkeiten zum Reparieren, Weiter(ver)kaufen und Teilen für alle bezahlbar, zugänglich und vorhanden sein muss.

Ressourcenschutz ist aber auch ein wichtiger Baustein für Versorgungssicherheit, Umwelt- und Klimaschutz. Gute und verlässliche öffentliche Infrastrukturen und ein breites Informationsangebot zu geltendem Recht wie beispielsweise Ökodesign und dem Recht auf Reparatur sind entscheidend. Durch die Digitalisierung entstehen neue Chancen, Kreislaufwirtschaft mit weniger Aufwand an Energie, Material und Kosten zu organisieren. Die Risiken, die aus dem zunehmenden Einsatz von digitalen Technologien folgen, müssen begrenzt werden. Das Team Mobilität und Ressourcenschutz setzt sich für einen fairen Interessenausgleich ein, der nachhaltigen Konsum zukunftsfähig macht, aber auch alle Verbraucher:innen mitnimmt.

II. Ausgangslage und Problemstellung

Verbraucher:innen muss die aktive Teilhabe an einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft möglich sein. Maßnahmen, die Verbraucher:innen dabei unterstützen sich vom passiven „Con“-sumenten zum aktiven „Pro“-sumenten zu entwickeln sind hierfür unabdingbar. So kann Reparieren, Weiterverkaufen, Gebrauchtwagen kaufen und Produkte Teilen zu einer gleichberechtigten Alltagspraxis neben dem Neukauf werden.

Das Verbraucher:innen nachhaltig konsumieren wollen zeigen Ergebnisse einer Befragung im Auftrag des vzbv: Etwa die Hälfte (55 Prozent) der Verbraucher:innen ist bereit, ihr Konsumverhalten im Bereich allgemeiner Konsum zugunsten des Klimaschutzes zu verändern oder hat dies bereits getan.¹

Politischen Programme, die eine Kreislaufwirtschaft ermöglichen sollen, sind unter anderem die Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie (NKWS) und das dazugehörige Aktionsprogramm. Ziel der NKWS ist die Senkung des Primärrohstoffbedarf und des Abfallaufkommens.² Dabei fehlen jedoch konkrete, verbraucherzentrierten Maßnahmen zur Wiederverwendung von Produkten und Abfallvermeidung wie beispielsweise die Verlängerung der gesetzlichen Gewährleistungsfrist, die Stärkung des Gebrauchtmарketes oder das Teilen von Produkten.

Einzig und allein im Kapitel zur Digitalisierung der NKWS wird der digitale Produktpass (DPP) als Werkzeug für eine verbesserte Verbraucherinformation benannt. So sollen beispielsweise über einen QR-Code am Produkt oder einen Link im Webshop weitere Informationen wie zur Haltbarkeit und Reparierbarkeit digital zugänglich gemacht werden. Durch diese Informationen werden Verbraucher:innen befähigt das für sie passende Produkt zu finden und so nachhaltigere Kaufentscheidungen treffen. Neben dem verbesserten Informationsangebot beim Kauf von Waren gäbe es jedoch weitere mögliche Einsatzgebiete des DPP mit Mehrwert für Verbraucher:innen. Entlang des Lebenszyklus von Produkten könnte der DPP beispielsweise beim Weiterverkauf oder dem Teilen von Produkten eingesetzt werden.

Schlussendlich benötigt es jedoch mehr als die Einführung eines digitalen Informations-Tools, um Verbraucher:innen zu ermöglichen die Kreislaufwirtschaft mitzugestalten. Nur wenn Maßnahmen umgesetzt werden, die eine längere Nutzungsdauer von Waren fördern, ist es möglich der derzeitigen Ressourcenverschwendung echte Alternativen entgegenzustellen. Hierbei möchte der vzbv zwei bereits bekannte Praxen nachhaltigen Wirtschaftens in den Blick nehmen und genauer betrachten, was es braucht, damit diese für Verbraucher:innen im Alltag attraktiver werden.

1. Gebrauchtmарket

1.1 Ausgangslage

Der Gebrauchtgütermarkt ist in den letzten Jahren gewachsen und weist ein weiteres Wachstumspotential auf.³ Besonders jüngere Verbraucher:innen zeigen eine große Bereitschaft Secondhand-Waren zu erwerben und ungenutzten Besitz auf dem Secondhand-Markt zu verkaufen⁴.

Im Folgenden sind einige Kennzahlen zum Gebrauchtmарket aufgelistet:

- 55 Prozent der Befragten aus Deutschland gaben im Jahr 2025 an, in den letzten zwölf Monaten mindestens ein Secondhand-Produkt gekauft zu haben. Damit liegt Deutschland

¹ Quelle: Online-repräsentative Befragung (04.-11.10.2022) von hopp Marktforschung im Auftrag des vzbv. Frage: „Manche Menschen achten bei Ihrem Verhalten auf Klimaschutz. Wie ist das bei Ihnen? Gibt es Bereiche, in denen Sie Ihren Konsum oder ihr Verhalten zugunsten des Klimaschutzes verändern würden oder wo Sie dies bereits getan haben? Wenn ja, in welchen Bereichen?“, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2022-11/22-11-24_Umfrage%20Charts%20final_Ver%C3%B6ffentlichung.pdf, 25.06.2026

² Stellungnahme des vzbv: Gute Ziele ohne konkrete Maßnahmen, <https://www.vzbv.de/meldungen/kreislaufwirtschaftsstrategie-gute-ziele-ohne-konkrete-massnahmen>, 26.06.2026, Die Stellungnahme bezog sich auf den Entwurf, ist aber auch bezogen auf die beschlossene NKWS noch aktuell. Nationale Kreislaufwirtschaftsstrategie: <https://www.bundesumweltministerium.de/download/nationale-kreislaufwirtschaftsstrategie-nkws>, 23.07.2026 und Aktionsprogramm zur Umsetzung der NKWS: <https://www.bundesumweltministerium.de/download/aktionsprogramm-der-bundesregierung-zur-umsetzung-der-nationale-kreislaufwirtschaftsstrategie>, 23.07.2026

³ Quelle: PwC: Secondhand-Mode im Aufwind: Umsatz steigt bis 2025 auf bis zu 6 Milliarden Euro, <https://www.pwc.de/de/pressemitteilungen/2023/secondhand-mode-im-aufwind-umsatz-steigt-bis-2025-auf-bis-zu-6-milliarden-euro.html>, 30.06.2026

⁴ Ebd.

hinter dem Vereinigten Königreich, Polen, Frankreich, USA und Indien mit jeweils um die 60 Prozent.⁵

- Nach Produktgruppen aufgeschlüsselt, führt die Gruppe „Bekleidung“ mit 21 Prozent die Gebrauchtkaufe im Jahr 2024 an. Danach folgen: Bücher, Filme, Musik und Spiele (keine Downloads) mit 16 Prozent, Schuhe mit 14 Prozent, Unterhaltungselektronik mit 11 Prozent, Möbel & Haushaltswaren mit 11 Prozent und Spielzeug & Babyprodukte mit 10 Prozent. Haushaltsgeräte folgen auf Platz neun mit 8 Prozent. 45 Prozent gaben an, nichts gebrauchtes im Jahr 2024 gekauft zu haben.⁶

Durch die **Einführung des digitalen Produktpasses (DPP)** ergeben sich neue Möglichkeiten für den digitalen Weiterverkauf bzw. das Teilen von Produkten über Online-Plattformen. Beispielsweise ist es denkbar, dass zukünftig über einen produktspezifischen DPP die Reparaturhistorie des einzelnen Produkts und der aktuellen Gebrauchszustand eingetragen werden könnten. Dadurch wären stets aktuelle Informationen zum Produkt am Produkt. So zeigt ein Bericht von Bain & Company und eBay auf, dass Gebrauchttextilien, die mit einem DPP versehen sind Vertrauen und Nachverfolgbarkeit stärken und so den Weiterverkauf erleichtern können.⁷ Wie wahrscheinlich es ist, dass diese Möglichkeiten auf Produktlevel tatsächlich umgesetzt werden, entscheidet unter anderem auch die Umsetzbarkeit für kleine und mittlere Unternehmen, Eigenschaften der Produktgruppe wie beispielsweise der durchschnittlichen erwartbaren Lebensdauer und inwiefern Marktüberwachungsbehörden die Einträge verifizieren und validieren können.

Eine Hürde für das Wachstum des online Secondhand-Marktes stellen die **Kosten für Versand und Transport** dar. Bei bestimmten Produktgruppen wie beispielsweise Kinderkleidung übersteigen die Versandkosten häufig den Kaufpreis der Gebrauchtware. Zum Beispiel kostet ein Schlafanzug aus Baumwolle, laut Angaben der Verkaufenden im Zustand „neu“ 1€. Die Versandkosten betragen jedoch mindestens 2,95€. Daneben müssen noch Gebühren für den Vinted Käuferschutz von 0,75€ bezahlt werden. Hier scheint der Kauf von Gebrauchttextilien im **Secondhand-Laden um die Ecke** günstiger.

1.2 Problemstellung

Damit langfristig Versorgungssicherheit für alle Verbraucher:innen erreicht wird, müssen nachhaltige Geschäftsmodelle im Alltag Einzug finden. Damit durch das Weiterverkaufen und Teilen von Produkten wirklich Umwelt und Geldbeutel geschont werden, müssen die Bedingungen sowohl umweltfreundlich als auch verbraucherfreundlich gestaltet sein.

Den Verbraucherzentrale Bundesverband interessiert daher, welche Rahmenbedingungen Verbraucher:innen vor dem Hintergrund dieser Entwicklung benötigen, um sicher, günstig und bequem Gebrauchtware zu kaufen. Ziel soll sein, dass sich zukünftig Verbraucher:innen bei passendem Angebot eher für ein gebrauchtes Produkt entscheiden, statt ein Neues zu kaufen. Dabei sollen sowohl digitale und stationäre Angebote betrachtet werden. Hier soll kritisch

⁵ Statista.de: Anteil der Konsumenten, der im Jahr 2025 Secondhandprodukte in ausgewählten Ländern weltweit gekauft hat, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1222396/umfrage/umfrage-zum-konsum-von-secondhandprodukten-weltweit-nach-laendern/>, 25.06.2026

⁶ Statista. de: Secondhand-Käufe nach Produktkategorie in Deutschland im Jahr 2024, <https://de.statista.com/prognosen/999897/deutschland-secondhand-kaeufe-nach-produktkategorie/>, 23.06.2026

⁷ Bain & Company: Digital product passport could double fashion products' lifetime value – with consumers reaping the rewards. <https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/20252/digital-product-passports-could-double-fashion-products-lifetime-value--with-consumers-reaping-the-rewards/>, 17.06.2026

Leistungsbeschreibung

(Anlage 1) AZ: 2026-0346

beleuchtet werden, ob der Kauf bzw. Verkauf von Gebrauchtwaren über Online-Verkaufsplattformen im Vergleich zum stationären Handel die Bedürfnisse von Verbraucher:innen besser erfüllen kann.

Abschließend gilt es zu prüfen, ob der Verbraucherschutz für die Förderung des Gebrauchtmärktes grundsätzlich einer Stärkung bedarf, beispielsweise durch eine längere gesetzliche Gewährleistungsfrist für Gebrauchtwaren.

Konkret geht es um die Fragen:

- Wie sollten **Online-Verkaufsplattformen** gestaltet werden, damit sowohl Käufer:innen als auch Verkäufer:innen gerne dort gebrauchte Ware kaufen?

Am **Beispiel von Bekleidung, Elektronik und Haushaltsgroßgeräte** sollen exemplarisch förderliche Bedingungen wie beispielsweise ein erweitertes Informationsangebot zum Produkt über den DPP analysiert und benannt werden. Im Gegenzug sind auch hinderliche Praxen von Online-Verkaufsplattformen zu benennen und zu gewichten.

- Welche Bedürfnisse haben Verbraucher:innen wenn sie selbst gebrauchte Produkte über **stationäre Kanäle** verkaufen und kaufen wollen? Wie sollte hier die wohnortnahe Infrastruktur gestaltet werden, um einfach, günstig und bequem Prosument:in zu werden?

Am **Beispiel von Bekleidung, Elektronik und Haushaltsgroßgeräte** sollen exemplarisch förderliche Bedingungen wie beispielsweise die Verbreitung von Ankauf-Verkauf-Anbieter und reparierendem Kleingewerbe analysiert und benannt werden. Im Gegenzug sind auch hinderliche Praxen zu benennen und zu gewichten.

2. Sharing Economy

2.1 Ausgangslage

Im Geschäftsmodell „**Teilen, Leihen und nicht selbst besitzen**“ der wörtlich übersetzten „Wirtschaft des Teilens“ bieten Personen, die bestimmte Dinge oder Gegenstände haben anderen Menschen diese entgeltlos oder für eine Leihgebühr bzw. Miete an. Häufig werden dabei die Angebote auf einer vermittelnden Online-Plattform eingestellt. Über diese kann dann auch der Zahlungsverkehr und der Versand geregelt werden.

Folgende Punkte kennzeichnen dabei derzeitige Angebote der Sharing Economy:

- Sehr schnelllebiger Markt, immer wieder neue Anbieter von Online-Vermittlungsplattformen, neue Apps, etc.
- Meist steht kommerzieller Gedanke dahinter: Gebühren der Vermittlungsportale und Mieteinnahme der Vermietenden stehen im Vordergrund. ⁸
- Klassisches kostenfreies Teilen eher selten. Gutes Beispiel für ein gemeinnütziges Angebot bietet foodsharing.de⁹

⁸ Verbraucherzentrale: Sharing Economy: Das große Geschäft mit dem Teilen?!, <https://www.verbraucherzentrale.de/sharing-economy>, 23.06.2026

⁹ Utopia.de: Sharing Economy. Plattformen zum Teilen und Verleihen, <https://utopia.de/bestenlisten/sharing-economy-plattformen-teilen-verleihen/>, 23.06.2026

- Neben den online-Angeboten gibt es lokale stationäre Angebote wie die „Bibliothek der Dinge“ in Berlin in der Gegenstände wie beispielsweise eine Nähmaschine oder ein Frisby über das bestehende Leihsystem ausgeliehen werden können.¹⁰
- Durch die Kommerzialisierung von Sharing-Angeboten, gerade bei Wohnraum und Mobilitätsangeboten wie AirBnB und Uber besteht die Kritik, dass dadurch Wohnraum verknappt und der Lohn von Fachkräften (Taxifahrer:innen) gedrückt würde.¹¹

2.2 Problemstellung

Den Verbraucherzentrale Bundesverband interessiert die Frage, welche Rahmenbedingungen Verbraucher:innen benötigen, um sicher, günstig und bequem Sharing-Angebote zu nutzen. Das Ziel soll sein, dass sich zukünftig Verbraucher:innen eher ein Produkt teilen, statt selbst zu besitzen bzw. eine echte Wahlfreiheit haben zwischen dem Teilen und dem Selbstbesitzen. Dabei sollen digitale und stationäre Angebote betrachtet werden. Hier soll kritisch beleuchtet werden, ob das Teilen bzw. Mieten über Online-Vermittlungsplattformen im Vergleich zu stationären Angeboten die Bedürfnisse von Verbraucher:innen besser erfüllen kann und inwiefern der Digitale Produkt Pass Verbraucher:innen beim Teilen von Produkten unterstützen kann.

Abschließend gilt es zu prüfen, ob der Verbraucherschutz für die Förderung der Sharing Economy grundsätzlich einer Stärkung bedarf, beispielsweise durch die Einführung neuer Pflichten für Vermittlungsplattformen.

Konkret geht es um die Fragen:

- Wie sollten **Online-Vermittlungsplattformen** gestaltet werden, damit Verleihende und Leihende einfach, günstig und bequem über die Plattform Ware teilen?

Am **Beispiel von Bekleidung, Elektronik und Haushaltsgroßgeräte** sollen exemplarisch förderliche Bedingungen analysiert und benannt werden. Im Gegenzug sind auch hinderliche Praxen von Online-Vermittlungsplattformen zu benennen und zu gewichten.

- Welche Bedürfnisse haben Verbraucher:innen wenn sie selbst Produkte über **stationäre Kanäle** Produkte teilen wollen? Wie sollte hier die wohnortnahe Infrastruktur gestaltet werden, um einfach, günstig und bequem Prosument:in der Sharing Economy zu werden?

Am Beispiel von **Bekleidung, Elektronik und Haushaltsgroßgeräte** sollen exemplarisch förderliche Bedingungen wie beispielsweise die Verbreitung von Bibliotheken der Dinge, Büchertausch-Angebote und Nachbarschaftszentren analysiert und benannt werden. Im Gegenzug sind auch hinderliche Praxen zu benennen und zu gewichten.

III. Zielsetzung

Das Gutachten soll dem vzbv als Basis dienen, neue Positionierungen innerhalb der Circular Economy im Bereich der lebensverlängernden Geschäftsmodelle zu finden. Anhand der oben

¹⁰ Berlin.de: Bibliothek der Dinge, <https://www.berlin.de/stadtbibliothek-friedrichshain-kreuzberg/angebote/highlights/bibliothek-der-dinge-931531.php>, 23.06.2026

¹¹ Gründerplattform.de: Sharing Economy, <https://gruenderplattform.de/green-economy/sharing-economy>, 23.06.2026

Leistungsbeschreibung

(Anlage 1) AZ: 2026-0346

genannten Beispiele (Bekleidung, Elektronik und Haushaltsgroßgeräte) sollen die Erkenntnisse des Gutachtens veranschaulicht werden.

Dabei soll speziell auf die Bedürfnisse von Verbraucher:innen, die etwas zum Weiterverkauf und Teilen anbieten (Prosumer) und von Verbraucher:innen, die etwas Gebrauchtes kaufen und zum Teilen annehmen (Consumer) eingegangen werden. Im Rahmen des Gutachtens sollen mit Hilfe der folgenden Arbeitspakete verschiedene Aspekte beleuchtet, Fragen beantwortet und Lösungsvorschläge erarbeitet werden.

AP1 - Definition: Analyse und Gewichtung der Bedürfnisse von Prosumer und Consumer im Gebrauchtmrkt und der Sharing Economy

Zu Beginn soll eine kurze Beschreibung der Verbraucherbedürfnisse im Gebrauchtmrkt und in der Sharing Economy erfolgen. Dabei sollten die grundsätzlichen Bedürfnisse in jedem der möglichen Fälle ermittelt werden:

- Verkauf von Gebrauchtwaren (AP 1.1),
- Kauf von Gebrauchtwaren (AP 1.2),
- Verleih von eigenem Besitz (AP 1.3) und
- Ausleihen von fremdem Besitz (AP 1.4).

Innerhalb dieser soll geprüft werden inwiefern sich die Bedürfnisse in Bezug auf die gewählten Kanäle (online oder stationär) unterscheiden.

Insofern dafür keine Daten zur Verfügung stehen, soll für die Analyse eine Befragung durchgeführt werden. Dabei sollten die Fragen prüfen, inwieweit Vertrauen in die verschiedenen Vertriebskanäle besteht und welche Informationsangebote z.B. als Teil des DPP dieses Vertrauen stärken können.

AP2 – Ist-Zustand: Aktuelle Rahmenbedingungen im Gebrauchtmrkt und der Sharing Economy

Es soll überblicksartig dargestellt werden, wie die aktuellen Rahmenbedingungen in Deutschland im Gebrauchtmrkt und der Sharing Economy aussehen. Dabei sollen jeweils stationäre und Online-Kanäle innerhalb der verschiedenen Fälle betrachtet werden:

- Verkauf von Gebrauchtware (AP 2.1),
- Kauf von Gebrauchtware (AP 2.2),
- Verleih von eigenem Besitz (AP 2.3) und
- Ausleihen von fremdem Besitz (AP 2.4)

Beispielsweise soll anhand von Kennzahlen wie der Anzahl von Secondhand-Läden, An-Kauf-Verkauf-Kleingewerbe und online-Angeboten ein Überblick skizziert werden. Weiterhin soll benannt werden welche aktuellen Hürden und Anreize Verbraucher:innen in den jeweiligen Fällen begegnen und – als Fazit - ob die im AP 1 ermittelten Bedürfnisse derzeit erfüllt werden können. Zudem soll innerhalb der Analyse kursorisch geprüft werden, ob der digitale Produktpass innerhalb der einzelnen Fälle eine unterstützende Rolle spielen kann und wenn ja, welche.

AP3 – Soll-Zustand: Handlungsempfehlungen für Optimale Rahmenbedingungen im Gebrauchtmrkt und der Sharing Economy

Anhand der Ergebnisse aus AP1 und AP2 soll ausgearbeitet werden, welche Bedingungen einen für Verbraucher:innen optimaler Gebrauchtmartkt bzw. optimale Sharing Economy kennzeichnen. Dabei soll je ein Ziel definiert und der Weg dorthin als politische Handlungsempfehlungen für jeweils stationäre und Online-Kanäle innerhalb der verschiedenen Fälle beschrieben werden:

- Verkauf von Gebrauchtware (AP 3.1),
- Kauf von Gebrauchtware (AP 3.2),
- Verleih von eigenem Besitz (AP 3.3) und
- Ausleihen von fremdem Besitz (AP 3.4)

Falls der digitaler Produktpass als Werkzeug für die Verwirklichung des beschriebenen Ziels eine Rolle spielt, beispielsweise indem über den DPP erweiterte Informationen zugänglich gemacht werden können, soll dies explizit beschrieben werden. Weiterhin soll gesondert auf Handlungsempfehlungen für die Förderung einer Infrastruktur vor Ort wie beispielsweise Kleingewerbe und Nachbarschaftsräume eingegangen werden, insofern diese für die Erreichung der optimalen Rahmenbedingungen relevant sind.

IV. Aufgabenstellung

1. Erstellung Gutachten

Die Gutachtensprache ist Deutsch. Die Zusammenfassung des Gutachtens soll zusätzlich in englischer Sprache erfolgen (executive summary). Das Gutachten soll final bis zum 31. Oktober 2026 vorliegen. Details zum Zeitplan sind Abschnitt VI zu entnehmen. Nach Abnahme des Gutachtens durch den Auftraggeber wird der Auftragnehmer das Gutachten gegebenenfalls im Rahmen eines Webinars o.ä. vorstellen.

2. Barrierefreiheit des Gutachtens

Der Auftragnehmer erstellt das Gutachten als barrierefreies Word-Dokument auf der vom vzbv in der Anlage 7 zur Verfügung gestellten Word-Vorlage.

Dabei sind insbesondere folgende Punkte zu beachten:

- *Verwendung der in der Vorlage angelegten Formatvorlagen (auch für Tabellen)*
- *Verwendung einer konsistenten Überschriftenhierarchie*
- *Verwendung einer möglichst einfachen und verständlichen Sprache*
- *Vergabe von Alternativtexten für Bilder und Grafiken*
- *Durchführung der in Word integrierten Barrierefreiheitsprüfung*

Details dazu können Sie dem vzbv-Leitfaden für barrierefreie Word-Dokumente entnehmen. Dieser liegt den Vergabeunterlagen als Anlage 8 bei

V. Anforderung an das Angebot

Skizzieren Sie die methodische Herangehensweise (max. 5 DIN A4 Seiten, Schriftgröße 11) zur Beantwortung der Aufgabenstellung unter Berücksichtigung der Ausführungen unter Punkt III (Zielsetzung) der Leistungsbeschreibung. Erstellen Sie zu den Arbeitspaketen eine grobe Zeitplanung. Das Konzept findet im Rahmen der Zuschlagskriterien Eingang in die Wertung des Angebots (siehe Wertungsmatrix Anlage 6).

Bitte machen Sie in Ihrem Angebot anonymisierte Angaben zur Qualifikation (Berufsabschlüsse) der mit der Durchführung des Auftrags betrauten Mitarbeiter:innen sowie zu deren Erfahrung mit vergleichbaren Tätigkeiten in Form von persönlichen Referenzen. Die Angaben zu den Erfahrungen gehen ebenfalls im Rahmen der Zuschlagskriterien in die Wertung des Angebots ein.

Das maximal zur Verfügung stehende Budget beträgt 20.000€ inkl. USt. Angebote über dem Budget werden von der weiteren Wertung ausgeschlossen.

VI. Zeitplan

Anfang September	Kick-Off: Telefonkonferenz zwischen Auftraggeber:in und Auftragnehmer:in zur Klärung offener Fragen und zum weiteren Vorgehen.
Ende September	Zweite Telefonkonferenz zwischen Auftraggeber:in und Auftragnehmer:in zur Rückkopplung bisheriger Erkenntnisse und zur Klärung offener Fragen
31. Oktober 2026	Vorlage des Endberichts in elektronischer Form
15. November 2026	Dritte Telefonkonferenz zwischen Auftraggeber:in und Auftragnehmer:in zur Klärung eventuell anfallender Nachbearbeitung