

# Hintergrund

**Die/Der Auftraggebende beabsichtigt die Beauftragung einer Markenstrategie und eines Corporate Designs sowie die Erstellung einer Website für die Koordinierungsstelle Soziale Innovation, Sachsen-Anhalt (KoSIE Sachsen-Anhalt), einem Projekt des Zentrum für Sozialforschung Halle e.V. Laufzeit: 12/2025 – 12/2029.**

## Vorbemerkungen zum Projektkonzept

Soziale Innovationen (SI) sind, allgemein gesprochen, Neuerungen, die geeignet sind, in der Gesellschaft oder einer adressierten Gruppe die Lebensqualität zu steigern, solidarisches Miteinander zu befördern und den allgemeinen Wohlfahrtsgedanken zu unterstützen. Soziale Innovationen können im Rahmen von Ehrenamt oder als Social Entrepreneurship etabliert werden, also als Verein oder gemeinwohlorientiertes Unternehmen. Sozial innovative Projekte und Initiativen können einen wichtigen Beitrag zur Bewältigung von Problemlagen leisten, die sich durch die demographische Entwicklung und knapper werdende öffentliche Gelder in einem Flächenland wie Sachsen-Anhalt auf besondere Weise manifestieren. In der Wissenschaft gelten SI als Möglichkeit, neue (oder verloren gegangene) soziale Praktiken zur Bewältigung gesellschaftlicher Anforderungen zu erlernen bzw. etablieren – insbesondere vor dem Hintergrund gegenwärtiger Transformationen. Das unterscheidet sie von rein technologischen Innovationen, die den gesellschaftlichen Impact nicht oder nur mittelbar im Blick haben.

In der öffentlichen Wahrnehmung Sachsens-Anhalts sind soziale Innovationen und gemeinwohlorientierte Unternehmen noch nicht ausreichend präsent. Ihr Potenzial als gesellschaftliches Entwicklungsfeld wird weder von wichtigen Akteuren in der Politik, Wirtschaft und Wissenschaft noch von der breiten Öffentlichkeit kaum wahrgenommen – ein Kommunikationsproblem mit mehreren Facetten:

- Zunächst verstehen sich viele sozial innovative Akteurinnen und Akteure selbst nicht als solche. Daher verpuffen staatliche Angebote zur Netzwerkbildung, Unterstützung und Förderung.
- Die speziellen Bedürfnisse sozial innovativer Initiativen (beispielsweise Gemeinwohlorientierung, Fokus auf Ehrenamt, alternative und langfristige Finanzierungsstrukturen) decken bestehende Beratungsinstanzen nur selten ab. Ursache hierfür ist oftmals fehlendes Wissen über die besonderen Rahmenbedingungen sozial innovativer Initiativen und Unternehmen.
- Auch die Verwaltungsstrukturen und deren bürokratische Anforderungen sowie rechtliche Rahmenbedingungen passen oftmals nicht zu den spezifischen Bedarfen der SI.

Zuguterletzt ist das Ökosystem der sozialen Innovation in Sachsen-Anhalt, insbesondere im ländlichen Raum, stark fragmentiert. Vernetzungs- oder Koordinationsstrukturen, die die

meist sehr kleinen Initiativen und Projekte untereinander mit externen Unterstützungsstrukturen und mit der Verwaltungsebene des Landes verbinden, gibt es kaum. Die Folge: Es fehlt ein systematischer Überblick über das landesweite Innovationsgeschehen, wodurch Synergien und übertragbares Erfahrungswissen ungenutzt bleiben. **Diese Lücke will die Koordinierungsstelle Soziale Innovation Sachsen-Anhalt (KoSIE Sachsen-Anhalt) schließen.**

## Kommunikationsziele

*Sichtbar machen, informieren, sensibilisieren, aktivieren, vernetzen*

Die Koordinierungsstelle Soziale Innovation Sachsen-Anhalt ist eine vom Ministerium für Arbeit Soziales, Gesundheit und Gleichstellung des Landes Sachsen-Anhalt finanzierte, mit einem kleinen Team aus Wissenschaft und Praxis betriebene Vernetzungseinheit zum Aufbau eines tragfähigen und resilienten Ökosystems für soziale Innovationen in Sachsen-Anhalt. KoSIE fungiert als Intermediär und Mittler zwischen verschiedenen, für das Thema SI relevanten sachsen-anhaltinischen Akteurinnen und Akteure. Betrieben wird die Stelle vom Zentrum für Sozialforschung Halle e.V. (ZSH), einem An-Institut der Martin-Luther-Universität Halle/Wittenberg. Das ZSH ist auch Auftraggeber dieser Ausschreibung.

Das KoSIE hat vier Zielgruppen im Blick: öffentliche Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft und organisierte sowie breite Zivilgesellschaft (die sog. Quadrupel-Helix).

- Diese sollen für die Möglichkeiten und Bedarfe von SI **sensibilisiert** werden.
- Idealerweise können diese Akteursgruppen dann für mögliche strukturelle Unterstützungsmaßnahmen **aktiviert** werden.
- Zu diesem Zweck sollen bestehende Initiativen und Projekte **sichtbarer gemacht** werden, beispielsweise durch Beiträge auf einer Website oder in den sozialen Medien. Das gilt auch für bereits bestehende Unterstützungsstrukturen und Fördermaßnahmen.
- Das KoSIE sammelt alle wichtigen Informationen rund um das Themenspektrum SI. Es stellt dieses Wissen bereit und wird damit eine wichtige Anlaufstelle für alle, die sich für das Thema soziale Innovation interessieren.
- Als Kompetenzträgerin für soziale Innovationen in Sachsen-Anhalt **vernetzt** das KoSIE ein stetig wachsendes Netzwerk aus Unterstützerinnen, Unterstützern und bereits aktiven Projekten. Sie werden mit verschiedenen Vernetzungs- und Austauschformaten digital und vor Ort zusammengebracht, um eigene kleine Netzwerke über die üblichen lokalen und Branchen-/Themengrenzen hinweg entwickeln zu können.

Das Kernziel der Koordinierungsstelle ist also die strukturelle Vernetzung aller relevanten verschiedenen SI-Akteursgruppen zur Förderung von Kooperation und Wissensaustausch

Das Projekt ist auf vier Jahre angelegt. Das erste Jahr dient als Konzeptionsphase. Der Auftraggeber, das Zentrum für Sozialforschung Halle e.V. beabsichtigt hierfür die Erstellung einer extern begleiteten Markenstrategie, eines Corporate Designs und einer Website. Eine Koordinierungsstelle Soziale Innovation in Sachsen-Anhalt profitiert in den Augen des Auftraggebers visuell von einem **klaren, einladenden, einfachen und modernen** Erscheinungsbild, das ihr Potenzial, ihre Vielfalt, ihre Relevanz und ihre spezifischen Bedarfe sichtbar macht.

Die gestalterischen Aufgaben dieser Ausschreibung sind in 2 Lose unterteilt.

Gegenstand der Leistung „Markenentwicklung und Corporate Design“ (Los 1) ist die Entwicklung einer konsistenten Markenstrategie sowie eines einheitlichen visuellen Erscheinungsbildes (Corporate Design) für das KoSIE. Dies umfasst die Erarbeitung von Markenpositionierung, Slogan/Claim, Logo- und Farbkonzept, Typografie, Bildsprache sowie digitalen Anwendungsvorlagen. Darüber hinaus ist ein Corporate-Design-Manual zu erstellen, das verbindliche Gestaltungsrichtlinien für analoge und digitale Kommunikationsmittel des Auftraggebers festlegt. Optional kann auch die Erstellung von weiteren Vorlagen (Digital/Print) angeboten werden. Des Weiteren soll – basierend auf dem Corporate Design – eine Webanwendung in Form einer Website entwickelt und gestaltet werden (Los 2).

Die konkreten Lose werden im Folgenden beschrieben.

## Zu Los 1: Markenentwicklung und Corporate Design

Der Auftraggeber beabsichtigt, für die Koordinierungsstelle Soziale Innovation in Sachsen-Anhalt eine Marke und ein einheitliches visuelles Erscheinungsbild (Corporate Design) entwickeln zu lassen.

Das Corporate Design soll eigenständig, eingängig, barrierefrei und für Web- wie Printanwendungen gleichermaßen geeignet sein. Insbesondere sollen Anknüpfungspunkte zu den thematisch verwandten sachsen-anhaltinischen Projekten „[Wissenspeicher MSH](#)“ (ein ehemaliges Projekt des ZSH) und „[SIGUSA](#)“ (ein Projekt eines Netzwerkpartners) berücksichtigt werden, um eine visuelle Anschlussfähigkeit und regionale Einbettung zu diesen themenverwandten Projekten zu stärken.

Zugleich ist eine zeitlose und flexible Gestaltung anzustreben, die im Kontext öffentlicher Institutionen vielfältige Anwendungsfälle und unterschiedliche Zielgruppen adressieren kann.

Nach Leistungsvergabe ist zeitnah ein Kick-Off zu planen für eine genauere Projektplanung. Es werden weiterführende Informationen zu den Zielgruppen sowie dem allgemeineren Kontext der KoSIE geteilt, um die Markenentwicklung möglichst rasch abzuschließen. Es sind Zeiten für regelmäßige Projekttreffen und Präsentationen einzuplanen.

### Zielgruppen

Die Zielgruppen sind bereits festgelegt und müssen nicht erarbeitet werden. Sie orientieren sich am Modell der Quadrupel-Helix (Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft, Zivilgesellschaft).

Für die Erarbeitung der Markenstrategie und des Corporate Designs sind folgende KoSIE-Zielgruppen wichtig:

**Primäre Zielgruppe:**

Politik, Verwaltung, Zivilgesellschaft, bestehende und potenzielle soziale Innovatorinnen und Innovatoren

**Sekundäre Zielgruppe:**

Wissenschaft, Transferakteurinnen und -akteure, gemeinwohlorientierte Unternehmen, Förderinnen und Förderer

## Kanäle

Wir beschränken uns für das Corporate Design auf folgende Anwendungsfälle:

- Web (Desktop und Mobil)
- Social Media (Primär LinkedIn und Instagram)
- Newsletter
- Print

## Art und Umfang der Leistung

### Strategische Marken- & CD-Entwicklung

- Entwicklung eines einheitlichen visuellen Erscheinungsbildes (Corporate Design) als Teil der Markenidentität Erarbeitung zentraler Markenelemente (Purpose/Auftrag der Marke, Markenwerte und Markenpersönlichkeit) in Abstimmung mit der/dem Auftraggebenden
- Integration der vom Auftraggebenden definierten und ggf. präzisierten Zielgruppen in das Markenkonzept
- Entwicklung einer einheitlichen Bildsprache (Bildkonzept) inkl. Definition von Bildstil, Perspektiven und Einsatzbereichen
- Entwicklung eines Logos/Signets inklusive drei gestalterischer Varianten zur flexiblen Nutzung in diversen Anwendungskontexten (beispielsweise heller oder dunkler Hintergrund) sowie barrierefreier Alternativen.
- Definition eines Farbkonzepts inkl. visueller Differenzierung verschiedener Themenfelder. Diese werden derzeit intern erarbeitet.
- Festlegung von Kontrast- und Barrierefreiheitsanforderungen im Farbkonzept
- Typografie (für Überschrift, Standardtext, ggf. 1 Signature-Schrift, für Web/Print, ggf. Ersatzschriftarten für z.B. Office)

Ziel ist die Entwicklung eines wiedererkennbaren, eigenständigen und für die definierten Zielgruppen sympathischen Erscheinungsbildes, das langfristig einsetzbar („zeitlos“) ist, flexibel adaptierbar und optimalerweise gestalterische Bezüge zu bestehenden Projekten in Sachsen-Anhalt aufweist. Gestaltung eines visuellen Systems

### Gestaltung von digitalen Anwendungsvorlagen & Geschäftsausstattung

- Erstellung einheitlicher, aber flexibler digitaler Templates für:
  - Social Media (z. B. Instagram und LinkedIn)
  - Videoelemente (z. B. Bänderolen für Videopräsentationen)
  - Präsentationen (z. B. PowerPoint oder vergleichbare Formate)
  - Newsletter (z. B. HTML- oder E-Mail-Templates)
  - Geschäftsausstattung (Briefpapier, Stempel etc.)

### Corporate Design Manual / Styleguide

- Erstellung eines umfassenden CD-Handbuchs mit:
  - Gestaltungsrichtlinien für alle Medien (z. B. Printmedien und digitale Anwendungen wie Website und Social Media) inkl. Layoutprinzipien und Beispielen (Dos & Don'ts)
  - Typografie-Regeln (inkl. Anwendung in Office-Dokumenten)
  - Farbdefinitionen und Farbmanagement
  - Bildrichtlinien (z. B. Bildausschnitte, Bildwirkung, Einsatzbereiche)

## Hinweise und Anforderungen an die Bietenden

### Zeitplan

- Beginn: 20. Juli 2026
- Erster Entwurf Corporate Design und Markenstrategie: 15.08.2026
- Abgestimmter Entwurf: 31.08.2026
- finalisiertes Manual/Styleguide: 30.09.2026
- Gestaltung digitaler Anwendungsvorlagen: spätestens 31.10.2026, die Powerpoint-Präsentation: bis 15.10.2026

### Rechtliche Anforderungen

Die/der Auftragnehmende überlässt dem Auftraggeber die zeitlich, räumlich und inhaltlich uneingeschränkten Nutzungs- und Verwertungsrechte des hier beauftragten Produktes ohne weitere Kosten. Für die Entwicklung des Produktes sind alle rechtlichen und sonstigen Regelungen einzuhalten.

## Übergabe

- Übergabe aller finaler Designleistungen an den Auftraggeber
- Bereitstellung als digitale Designbibliothek (z. B. Figma)

## Barrierefreiheit

- Ausreichend Farbkontraste
- Serifenlose Schrift
- Kursive und unterstrichene Schrift vermeiden

## Anforderungen an die Bietenden

Als Bietende sind Institutionen/Unternehmen/Agenturen mit Fachkompetenzen in der Corporate-Design-Entwicklung für analoge wie digitale Anwendungen geeignet.

Das Angebot umfasst folgende Bereiche:

(1) Die Bietenden reichen eine Konzeption ein, die Beschreibungen zu folgenden Punkten enthält:

- Arbeitsplanung und -organisation
- Ablauf- und Zeitplanung
- Skizzierung des Auftragsverständnisses

(2) Eine detaillierte und nachvollziehbare Kostenkalkulation, getrennt nach Personal- und Sachkosten. Falls notwendig: AfA in Jahresscheiben zu den Sachkosten. Bitte stellen Sie im Angebot schon die jährlichen Folgekosten für mögliche Updates und Support-Leistungen transparent und nachvollziehbar dar.

(3) Aufgrund der Bieterangaben wird geprüft, ob das Unternehmen für die Durchführung der Leistungen geeignet ist. Können die entsprechenden Fachkenntnisse oder die Berufserfahrung nicht ausreichend nachgewiesen werden, wird das Angebot bei der Vergabe nicht berücksichtigt.

Dafür sind erforderlich:

- Erläuterung des organisatorischen Aufbaus des Unternehmens mit Firmensitz und gegebenenfalls weiteren Niederlassungen
- Anzahl der Mitarbeitenden, in dem für die ausgeschriebene Leistung relevanten Bereich, in den letzten 3 Geschäftsjahren (jüngere Unternehmen: Angaben soweit möglich)
- Angabe der Schwerpunktbereiche des Unternehmens und Nachweis folgender Erfahrungen:
  - Entwicklung von Corporate Designs für analoge und digitale Anwendungen (dargestellt an fünf Referenzen aus den vergangenen fünf Jahren)

- Entwicklung von Corporate Designs für Institutionen bzw. Projekte an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis (dargestellt an zwei Referenzen aus den vergangenen fünf Jahren)

Wenn die Kriterien nicht mit Referenzen belegt werden können, ist eine Stellungnahme erforderlich, die die Eignung beschreibt.

- Benennung von Projektleitung und Stellvertretung unter Angabe der beruflichen Erfahrungen und Qualifikationen

#### Wertungskriterien

Referenzen und Qualität des Konzeptes (60 Punkte) und Preis (40 Punkte).

Referenzen und Qualität des Konzeptes werden wie folgt bewertet

Los 1: Skizzierung Auftragsverständnis: 15 Punkte

Bewertung Konzept: 15 Punkte

Bewertung Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit: 15 Punkte

Bewertung fachliche Eignung/Referenzen: 15 Punkte

Die Bewertungsskala reicht von 15 = Kriterium ist in sehr gutem Umfang erfüllt; 12 = Kriterium ist in gutem Umfang erfüllt; 9 = Kriterium ist hinreichend, aber mit Mängeln erfüllt; 6 = Kriterium ist unzureichend und nur mit erheblichen Mängeln erfüllt bis 3 = Kriterium ist nicht erfüllt.

Das Zuschlagskriterium Preis wird für beide Lose wie folgt ermittelt: Der geringste Angebotspreis wird mit 40 Punkten gewertet. Die übrige Punkteverteilung erfolgt nach folgender Skala: 15% Preisunterschied entsprechen 1 Wertungspunkt.

## Los 2: Konzeption, Gestaltung und Entwicklung der Website

Gegenstand dieses Loses ist die Konzeption, Gestaltung und technische Entwicklung der Webanwendung/Website für die Koordinierungsstelle Soziale Innovation in Sachsen-Anhalt. Dabei sind das in Los 1 entwickelte Corporate Design sowie die dort definierten Gestaltungsrichtlinien konsequent umzusetzen und für den digitalen Einsatz (Informationsarchitektur, User Experience und User Interface) zu konkretisieren.

### Beratung der/des Auftraggebenden

Dies beinhaltet zunächst die Beratung (bspw. im Rahmen von Workshops) des Auftraggebers zur zielgruppenorientierten Konzeption der Webanwendung unter Verwendung geeigneter Methoden.

Teil der ausgeschriebenen Maßnahme ist ebenso die Beratung des Auftraggebers hinsichtlich verschiedener Fragen zu Datenschutz, technischen Funktionen, open source etc.

Zu Beginn des Leistungszeitraums ist ein Auftakttreffen zur Planung des Vorhabens, zur Abstimmung des Aufbaus der Website und zur Klärung der datenschutzrechtlichen Fragen, insbesondere hinsichtlich des Einsatzes von Open-Source-Komponenten, vorgesehen. Weitere Inhalte des Beratungsprozesses sowie ggf. zusätzliche Termine werden zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer abgestimmt. Darüber hinaus sind Termine zur Konzeptfindung und -absprache einzuplanen.

Erwartet wird zudem eine Schulung des Auftraggebers zum Umgang mit dem eingesetzten Content-Management-System CMS.

### Website: Entwicklung

Anschließend übernimmt die/die Auftragnehmerin die technische Umsetzung der Webanwendung/Website einschließlich der erforderlichen Frontend- und Backendentwicklung und setzt das auf Los 1 beruhende Corporate Design konsequent um. Grundlage der Gestaltung sind die dort definierten Designvorgaben (Logo/Signet, Farb- und Typografiekonzept, Bildsprache und Layoutprinzipien). Die Bereitstellung der Domain und des Webhosting-Pakets erfolgt durch den Auftraggeber in Abstimmung mit der/dem Auftragnehmerin.

Unter Berücksichtigung einer hohen Nutzerfreundlichkeit (User Experience / User Interface Design), einer klaren Informationsarchitektur und Barrierefreiheit wird eine Oberfläche geschaffen, die eine einfache und intuitive Nutzung der vorgesehenen Funktionen und Inhalte ermöglicht. Menüstruktur und Inhaltsbereiche werden im Rahmen der Konzeption in Abstimmung mit dem Auftraggeber festgelegt. Die Website muss so konzipiert sein, dass sie responsiv für die Nutzung sowohl auf Desktop- als auch auf mobilen Endgeräten optimiert ist.



Zur Gewährleistung einer schnellen und einfachen Bearbeitung durch der/den Auftraggeber ist ein effizientes, übersichtliches und leicht bedienbares Content-Management-System (CMS) zu integrieren. Über die gesamte Laufzeit des Projekts stellt die/der Auftragnehmende einen technischen Support sicher; kleinere Anpassungen mit angemessenem Programmieraufwand können im Projektverlauf erforderlich werden. Die Website ist so zu konzipieren, dass sie erweiterbar ist und flexibel an künftige Inhalte, Funktionen und digitale Anwendungen angepasst werden kann.

Die Erstellung der Inhalte (Texte, Bildmaterial, Videomaterial) ist nicht Bestandteil der Leistung. Sämtliche Texte sowie Bild- und Videomaterial werden vom Auftraggeber bereitgestellt. Symbolbilder können nach vorheriger Abstimmung als Teil des Auftrags ergänzend eingesetzt werden.

Des Weiteren sollen folgende Funktionen bereitgestellt werden:

- Newsletter-Versandtool und Einbindung (Formular) in Website, DSGVO-konform (europäische oder deutsche Lösung)
- Eine Kartenlösung zum Mapping sozialer Innovationen
- Ggfls. Einbindung eines Videokanals
- Optimierung für Suchmaschinen und ggf. KI

## Hinweise und Anforderungen an die Bietenden

### Zeitplan

- Beginn ab 20. Juli 2026
- Funktionales Design: 31.8. 2026
- Mock-Up: 30.09.2026
- Go-Live (Beta-Version): 18.11.2026 (im Rahmen des Projekt-Kick-Off)
- Finaler Launch: 31.01.2027

### Domain und Hosting

Aus praktischen Gründen erfolgt Bereitstellung der Domain und des Webhosting-Paketes durch den Auftraggeber und ist nicht Bestandteil des Leistungsverzeichnisses. Der/die Auftraggebende wird ein Website-Paket bereitstellen. Technische Zugänge/Administrationszugang zum Hosting der Internetseite werden von dem Auftraggeber bereitgestellt.

### Folgekosten

Mögliche Folgekosten nach Abschluss der Leistung sind bei Konzeption, technischer Umsetzung und Auswahl der eingesetzten Systeme so gering wie möglich zu halten. Absehbare Folgekosten, insbesondere für Lizenzen, Hosting, Pflege, Support, Updates und

Wartung müssen vor entsprechenden Entscheidungen mit dem Auftraggeber abgestimmt werden. Bei Angebotserstellung soll ein realistischer Ausblick auf die Folgekosten gegeben werden. Bei Übergabe der fertigen Website sind alle laufenden oder künftig absehbaren Kosten schriftlich und nachvollziehbar zu dokumentieren.

### Rechtliche Anforderungen

Die/der Auftragnehmende überlässt dem Auftraggeber die zeitlich, räumlich und inhaltlich uneingeschränkten Nutzungs- und Verwertungsrechte des hier beauftragten Produktes ohne weitere Kosten. Für die Entwicklung des Produktes sind alle rechtlichen und sonstigen Regelungen einzuhalten.

### Datenschutz und digitale Souveränität

Das Projekt ist vollständig nach den Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sowie unter besonderer Berücksichtigung europäischer digitaler Souveränität umzusetzen. Die DSGVO-Konformität der eingesetzten Systeme und Dienste ist vom Auftragnehmenden nachzuweisen und abnahmerelevant.

Der Einsatz von Tracking- und Analysewerkzeugen externer Anbieter, insbesondere von Google Analytics und vergleichbaren Diensten, ist nicht gestattet. Ebenso ist der Einsatz von Google Fonts (Remote-Einbindung) unzulässig. Es ist ein datenschutzkonformes Consent-Tool einzusetzen, das eine informierte, freiwillige und widerrufliche Einwilligung der Nutzerinnen und Nutzer sicherstellt.

Der Einsatz von kartengestützten Diensten außereuropäischer Anbieter (z. B. Google Maps) ist nach Möglichkeit zu vermeiden und bedarf im Ausnahmefall der gesonderten und ausdrücklichen Zustimmung der/dem Auftraggebenden. Vorrangig sind datenschutzfreundliche, vorzugsweise europäische oder selbst gehostete Alternativen zu prüfen und einzusetzen.

### Open Source und Quellenoffenheit

Der Quelltext der für die Onlinekarte eingesetzten Software soll – soweit dem keine gesetzlichen Datenschutz- oder Sicherheitsvorgaben entgegenstehen – offen zugänglich und unter einer geeigneten Open-Source-Lizenz nutzbar gemacht werden. Die Nutzungs- und Weiterentwicklungsrechte an der für die Onlinekarte entwickelten Software sind dem Auftraggeber in einem Umfang einzuräumen, der eine eigenständige, spätere Weiterverwendung und Anpassung ermöglicht.

Nach Möglichkeit sollen die Onlinekarte sowie weitere zentrale Funktionen der Website auf Open-Source-Komponenten basieren und unter Open-Source-kompatiblen Lizenzen realisiert werden. Externe Einbindungen (z. B. über IFrames oder Schnittstellen zu anderen Onlineangeboten) können hiervon abweichen, sofern dies aus technischen oder datenschutzrechtlichen Gründen erforderlich ist; in diesen Fällen ist der Einsatz datenschutzkonformer und möglichst europäischer Alternativen zu prüfen und mit dem Auftraggeber abzustimmen.

## Barrierefreiheit

Die Website ist barrierefrei zu konzipieren, zu gestalten und technisch umzusetzen. Maßgeblich sind die geltenden Anforderungen, insbesondere BITV 2.0, EN 301 549 sowie WCAG 2.1 AA. In der Konzeption ist dabei Barrierefreiheit von Beginn an mitzudenken: in der Informationsarchitektur, im Design, in der Programmierung und in der späteren Pflege über das CMS. Alle Seiten, Vorlagen und zentralen Funktionen müssen mit Tastatur, Screenreadern und gängigen E-Readern nutzbar sein. Dazu gehören eine klare Gliederung, saubere Überschriftenhierarchien, verständliche Fehlermeldungen und Alternativtexte für relevante Bilder und Grafiken.

Auch in der Gestaltung muss Lesbarkeit und Orientierung eine zentrale Priorität einnehmen. Das Farb- und Typografiekonzept hat ausreichende Kontraste, gut lesbare serifenlose Schriften, skalierbare Schriftgrößen und klare Fokuszustände für interaktive Elemente vorzusehen. Informationen dürfen nicht ausschließlich über Farbe vermittelt werden. Kursive, dekorative oder unterstrichene Schriften sind nur zurückhaltend einzusetzen. Downloads, Newsletter-Elemente sowie eingebundene Audio- oder Videoinhalte sind ebenfalls barrierefrei bzw. mit geeigneten Alternativen wie Untertiteln, Transkripten oder beschreibenden Texten bereitzustellen.

## Anpassungen

Erforderliche Anpassungen von Leistungsinhalten und notwendige Abweichungen von der ursprünglich vereinbarten Projektplanung müssen mit dem Auftraggeber unverzüglich abgestimmt werden.

## Anforderungen an die Bietenden

Als Bietende sind Institutionen/Unternehmen/Agenturen mit Fachkompetenzen in Webentwicklung und -design geeignet. Insbesondere geeignet, sind Bietende mit Fachkompetenzen und Erfahrungen in:

- Beratungserfahrung und praktische Umsetzungen zielgruppenorientierter Websiteentwicklung (bspw. User-/Customer Journey)
- Softwareentwicklung von Webanwendungen/Webservices/Websites (Frontend- und Backend-Entwicklung)
- Grafikdesign/Webdesign/Screendesign sowie Datenvisualisierung
- User Experience (UX/ UI Design)
- Interaktive Karten/Mapping-Funktionen
- Hosting und technische Betreuung/Support
- barrierefreie bzw. -arme Gestaltung von Webanwendungen

Das Angebot umfasst folgende Bereiche:

(1) Die Bietenden reichen eine Konzeption ein, die detaillierte Beschreibungen zu folgenden Punkten enthält:

- Handling
- konzeptionelle und technische Beratung
- Webdesign und Layout inkl. Abstimmungsschleifen
- zur Implementierung des Content-Management-Systems
- zur technischen Umsetzung/Programmierung
- Newslettersysteme und -Einbindung auf Website
- zur Auffindbarkeit der Website (z.B. SEO)
- zum Roll-Out und GoLive sowie
- zur Wartung und Pflege und Anpassung der Website in den Folgejahren

(2) Eine detaillierte und nachvollziehbare Kostenkalkulation, getrennt nach Personal- und Sachkosten. Falls notwendig: AfA in Jahresscheiben zu den Sachkosten. Bitte stellen Sie im Angebot schon die jährlichen Folgekosten für mögliche Updates und Support-Leistungen transparent und nachvollziehbar dar.

(3) Aufgrund der Bieterangaben wird geprüft, ob das Unternehmen für die Durchführung der Leistungen geeignet ist. Können die entsprechenden Fachkenntnisse oder die Berufserfahrung nicht ausreichend nachgewiesen werden, wird das Angebot bei der Vergabe nicht berücksichtigt.

Dafür sind erforderlich:

- Erläuterung des organisatorischen Aufbaus des Unternehmens mit Firmensitz und gegebenenfalls weiteren Niederlassungen
- Anzahl der Mitarbeitenden, in dem für die ausgeschriebene Leistung relevanten Bereich, in den letzten 3 Geschäftsjahren (jüngere Unternehmen: Angaben soweit möglich)
- Angabe der Schwerpunktbereiche des Unternehmens und Nachweis folgender Erfahrungen (jeweils dargestellt an fünf Referenzprojekten aus den letzten fünf Jahren):
  - Kundenberatung und praktische Umsetzungen zielgruppenorientierter Konzeptentwicklung (bspw. User-/Customer Journey)
  - Softwareentwicklung von Webanwendungen/Webservices/Websites (Frontend- und Backend-Entwicklung)
  - Grafikdesign/Webdesign/Screendesign sowie Datenvisualisierung
  - User Experience (UX/ UI Design)
  - Kartenlösungen/Mapping-Funktionen

- Hosting und technische Betreuung/Support
- Barrierefreie bzw. -arme Gestaltung von Webanwendungen

Wenn die Kriterien nicht mit Referenzen belegt werden können, ist eine Stellungnahme erforderlich, die die Eignung beschreibt.

- Benennung von Projektleitung und Stellvertretung unter Angabe der beruflichen Erfahrungen und Qualifikationen

### Wertungskriterien

Referenzen und Qualität des Konzeptes (60 Punkte) und Preis (40 Punkte).

Referenzen und Qualität des Konzeptes werden wie folgt bewertet

Los 2: Bewertung Beratung: 15 Punkte

Bewertung Konzept: 15 Punkte

Bewertung Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit: 15 Punkte

Bewertung fachliche Eignung/Referenzen: 15 Punkte

Die Bewertungsskala reicht von 15 = Kriterium ist in sehr gutem Umfang erfüllt; 12 = Kriterium ist in gutem Umfang erfüllt; 9 = Kriterium ist hinreichend, aber mit Mängeln erfüllt; 6 = Kriterium ist unzureichend und nur mit erheblichen Mängeln erfüllt bis 3 = Kriterium ist nicht erfüllt.

Das Zuschlagskriterium Preis wird für beide Lose wie folgt ermittelt: Der geringste Angebotspreis wird mit 40 Punkten gewertet. Die übrige Punkteverteilung erfolgt nach folgender Skala: 15% Preisunterschied entsprechen 1 Wertungspunkt.