

Leistungsbeschreibung UMR-2026-0007

Hessisches Kulturgutportal

Vorbemerkungen.....	2
1. Teilnahmewettbewerb (Stufe 1).....	3
1.1 Agenturpräsentation und Referenzen.....	3
1.2 Bewertungskriterien Stufe 1	3
2. Entwurfswettbewerb und Kostenangebot (Stufe 2)	4
2.1 Entwurfswettbewerb.....	4
2.2 Kostenangebot.....	4
2.3 Leistungskatalog	5
Markenentwicklung und Corporate Identity.....	5
Frontend-Konzeption & UI/UX-Design	5
Projektmanagement & Kollaboration	5
UX & Informationsarchitektur.....	6
Designsystem & Component Library	6
Seitentypen & Storytelling	6
Barrierefreiheit im Design	7
Betreuung & Qualitätssicherung	7
2.4 Bewertungskriterien (Stufe 2).....	7

Vorbemerkungen

Zielsetzung

Das Land Hessen hat die Philipps-Universität Marburg mit dem Aufbau eines zentralen hessischen Kulturgutportals beauftragt, das eine digitale Plattform bieten soll, um das kulturelle Erbe des Landes gebündelt für eine breite Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen. Das Portal führt Sammlungen und Objekte aus hessischen Museen, Archiven und Bibliotheken zusammen und bereitet diese für ein breites Publikum zugänglich und erlebbar auf.

Die Entwicklung findet in enger Zusammenarbeit mit dem Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst statt und wird mit den hessischen Landeseinrichtungen abgestimmt (Museen, Bibliothek, Archive etc.).

Ziel dieser Ausschreibung ist die Entwicklung einer klar erkennbaren Marke inkl. der Entwicklung eines Namens sowie eines Corporate Designs für das Kulturgutportal und weiterer Materialien. Darauf aufbauend soll die Webseite des Kulturgutportals konzipiert und gestaltet werden. Die Plattform soll eine moderne, barrierefreie Website sein, die den gegenwärtigen gesetzlichen und technischen Anforderungen gerecht wird.

Den vielfältigen Charakter des hessischen Kulturerbes möchten wir in einer attraktiven Gestaltung zum Ausdruck bringen und ein Corporate Design entwickeln, das Offenheit, kulturelle Vielfalt und digitale Innovation vereint. Die Gestaltung sollte transportieren, dass im Portal eindrucksvolle Objekte und Wissen in unterhaltsamer (aber seriöser Weise) vermittelt werden und das Portal mehr als eine statische Datenbank ist.

Das Gesamtpaket umfasst folgende Leistungen:

1. Entwicklung eines Namens und Corporate Designs inkl. Logo, Farbschema, Typografie und Styleguide als Grundlage für alle weiteren Kommunikations- und Designleistungen.
2. Konzeption einer Website, die ein innovatives Webangebot für Sammlungsdaten, redaktionelle Inhalte und interaktive Formate (u. a. Scrollytelling, Karten, 3D-Objekte) ermöglicht.
3. Unterstützung bei der Umsetzung von nutzungsfreundlichen und barrierefreien Designelementen für die Webseite auf Basis des zu entwickelnden Corporate Designs, das unterschiedliche Zielgruppen – Forschende, Schulen, allgemeines Publikum, etc. – gleichermaßen anspricht.

Zeitraahmen

Die Kernmarke des Kulturgutportals mit dem Namen und einem Logo soll im November 2026 im Rahmen einer Kickoff-Veranstaltung präsentiert werden. Die Beta-Version der Website soll im Februar 2027 für eine ausgewählte Testgruppe zugänglich sein und die allgemeine Veröffentlichung der Seite ist zum 1.1.2028 geplant. Bitte fügen Sie Ihrem Angebot eine detaillierte Zeitachse bei, die alle Projektphasen, von der Konzeption über Corporate Design und Entwicklung bis zum Launch, abbildet.

Die Umsetzung soll im engen Austausch mit dem Projektteam erfolgen. Zwischenstände, Prototypen und Designentwürfe werden regelmäßig gemeinsam abgestimmt. Alle Leistungen werden abgesehen von ein bis zwei Vor-Ort-Terminen (zusätzlich zum Vor-Ort-Termin für die Präsentation der Entwürfe) digital erbracht.

- Max. zur Verfügung stehendes Budget für die Pos. 1 und 2: 120.000 € netto

1. Teilnahmewettbewerb (Stufe 1)

1.1 Agenturpräsentation und Referenzen

Interessierte Agenturen bitten wir um die Abgabe eines Teilnahmeantrags inkl. folgender Unterlagen:

- Präsentation der Agentur (oder Bietergemeinschaft): Selbstvorstellung, Leistungsspektrum, Mitarbeiter*innen, Agenturstruktur sowie Darstellung einer Vorgehensweise und konkreter Prozessschritte für Corporate-Identity-Entwicklung und Website-Erstellung des geplanten Kulturgutportals.
- Darstellung von max. drei Referenzen aus den letzten fünf Jahren, die folgende Leistungsbereiche abdecken:
 - Mindestens eine Referenz im Bereich Corporate Design / Markenentwicklung
 - Mindestens eine Referenz im Bereich Website-Erstellung, bei der die gesetzlichen Anforderungen an Barrierefreiheit (WCAG 2.1, EN 301549 in den jeweils geltenden Fassungen) umgesetzt wurden
 - Die Referenzen sollen jeweils aus dem Bereich Kulturportale, digitale Sammlungen oder öffentliche Institutionen stammen

Für teilnehmende Agenturen stellen wir auf Anforderung zwei Dokumente mit ausführlichen Hintergrundinformationen zum Hessischen Kulturgutportal, zu den beteiligten Institutionen und zu den inhaltlichen Zielen des Projekts zur Verfügung. Beim Abruf dieses Dokuments mittels Nachricht über DTVP bitten wir um eine Bestätigung, dass die Informationen vertraulich behandelt, nicht an Dritte weitergegeben und nach Beendigung des Vergabeverfahrens bzw. des Auftrags gelöscht werden.

Allgemeine Eignungskriterien sind:

- Wir suchen eine Agentur (oder Bietergemeinschaft), die über ausgewiesene Kompetenz in den Bereichen Corporate-Identity- und Website-Entwicklung im öffentlichen Sektor oder im Kulturbereich verfügt.
- Die Agentur verfügt über die Kompetenz, die Website und alle ihre Bestandteile unter Berücksichtigung der aktuell geltenden gesetzlichen Vorgaben für Barrierefreiheit (WCAG 2.1, EN 301 549) zu entwickeln.
- Wir suchen einen Kooperationspartner für eine vertrauensvolle, konstruktive, faire, sich gegenseitig bereichernde und respektvolle Zusammenarbeit auf Augenhöhe.
- Für uns sind feste Ansprechpartner*innen in der Agentur wichtig, mindestens eine Person davon auf Senior-Level, mit Vertretungsoptionen bei Urlaub oder Krankheit.
- Die Ansprechpartner*innen beherrschen fließend Deutsch in Wort und Schrift.
- Die Agentur muss über mindestens 10 festangestellte Mitarbeiter*innen verfügen.

1.2 Bewertungskriterien Stufe 1

Auf Basis der genannten Anforderungen erfolgt die Eignungsprüfung der sich bewerbenden Agenturen nach den folgenden Kriterien:

1. Die generelle Expertise in der Markenentwicklung wird anhand der Präsentation bewertet.
2. Die eingereichten Referenzen werden wie folgt bewertet:

- a. Methodik & Kollaboration: Die Agentur weist nachvollziehbare Erfahrung in der Anwendung agiler Methoden, der Nutzung moderner Kollaborationstools und der Erstellung strukturierter Design-Übergaben für interne Entwicklerteams auf.
- b. Nutzer:innenzentrierung & Designsysteme: Die entwickelten Referenzen sind herausragend in Bezug auf User Experience und Interface Design. Es ist erkennbar, dass ganzheitliche Designsysteme konzipiert wurden. Idealerweise folgten diese bereits den Paradigmen von TailwindCSS und React.
- c. Barrierefreiheit: Die Referenzen belegen, dass die gesetzlichen Vorgaben für Barrierefreiheit (WCAG 2.1, EN 301 549) bereits in der Design- und Konzeptionsphase umfassend berücksichtigt wurden.

Die drei Agenturen mit der besten Gesamtbewertung werden zur Teilnahme an Stufe 2 des Verfahrens eingeladen. Sofern eine aufgeforderte Agentur sich nicht weiter beteiligen möchte, wird die in der Rangfolge nächste Agentur aufgefordert.

2. Entwurfswettbewerb und Kostenangebot (Stufe 2)

Wir wählen drei Agenturen aus, die wir zur Abgabe eines Angebots inkl. eines ersten Entwurfs auffordern. Der Entwurf soll einen ersten konzeptionellen Ansatz für das Corporate Design sowie die Website des Hessischen Kulturgutportals skizzieren. Die Teilnahme an Stufe 2 wird mit 2.500 Euro (zzgl. USt.) je Agentur vergütet, sofern ein zuschlagsfähiges Angebot vorliegt (d. h. keine zwingenden Ausschlussgründe bestehen). Die Rechte für die Entwürfe verbleiben bei der Agentur.

2.1 Entwurfswettbewerb

Für den Entwurfswettbewerb bitten wir um die Vorstellung erster Ideen für Corporate Design und Website des Hessischen Kulturgutportals. Bitte beachten Sie bereits bei der Entwicklung, dass die Prinzipien des barrierefreien bzw. -armen Webdesigns gemäß den gesetzlichen Vorgaben (WCAG 2.1, EN 301 549) angewendet werden müssen. Die Entwürfe müssen in einem Präsentationstermin vorgestellt werden, der in den Räumen der Uni Marburg stattfindet (voraussichtlich in den KW 33 und 34 – die konkreten Termine werden mit den Bietern abgestimmt).

Aufgabe:

- Wir bitten um erste Entwürfe zum Corporate Design: Namensvorschläge, Markenstory, erste Ideen zu Logo, Farbwelt und Typografie.
- Wir bitten um erste Entwürfe zur Landing Page, die die Basiselemente des Corporate Designs kreativ nutzt und den Charakter des Hessischen Kulturgutportals zum Ausdruck bringen.
- Wir bitten um erste Ideen zur Umsetzung zentraler Seitentypen (Sammlungsseite, Objektseite, Storytelling-Seite) und zur gestalterischen Einbindung interaktiver Formate (Karten, Scrollytelling, 3D-Objekte). Dabei ist eine responsive Gestaltung zu berücksichtigen.

2.2 Kostenangebot

Da die technische Umsetzung primär intern durch die Auftraggeberin erfolgt, bezieht sich das Kostenangebot der Agentur auf Konzeption, UI/UX-Design, die Erstellung, kontinuierliche Weiterentwicklung und Dokumentation des Design-Systems sowie die anschließende Betreuung inkl. ggf. anfallender Aufgaben aus dem Bereich der Qualitätssicherung. Dabei geht es vor allem darum, dass die Agentur ggf. für uns mit validiert, ob eine Komponente so

funktioniert, wie sie konzipiert wurde. Beispiel: Für das Storytelling wurde Bildergalerie xy als Konzept erarbeitet und durch das Dev-Team implementiert. Im nächsten Schritt könnte die Agentur an der "Endabnahme" der Komponente beteiligt werden.

Entwicklung Marke und Corporate Design (Festpreis):

Für die Entwicklung einer Marke für das hessische Kulturgutportal inkl. eines Logos sowie für die Entwicklung eines Corporate Designs ist ein Festpreis anzugeben. Der angebotene Preis beinhaltet sämtliche Leistungen inkl. aller Nebenkosten.

Konzeption & Erstellung des Design-Systems (Festpreis):

Für die Erstellung des kompletten UI/UX-Konzepts, des Design-Systems sowie aller im Leistungskatalog genannten konzeptionellen Vorarbeiten und Design-Artefakte (Figma-Prototypen, Hand-Off, etc.) ist ein Festpreis anzugeben. Der angebotene Preis beinhaltet sämtliche Leistungen in der Konzeptionsphase.

Betreuung, Qualitätssicherung, Design-Pflege und -erweiterung (Stundensatz / Kontingent):

Für die Betreuung des internen Entwicklerteams, die Qualitätssicherung der Implementierung (Design-Testing) sowie die kontinuierliche Pflege des Design-Systems während der Projektlaufzeit ist ein Stundensatz bzw. ein monatliches Beratungskontingent anzugeben. Die Abrechnung erfolgt nach tatsächlichem Aufwand.

2.3 Leistungskatalog

Markenentwicklung und Corporate Identity

Für das hessische Kulturgutportal soll eine klar erkennbare Marke entwickelt werden inkl. eines geeigneten Namens, eines Logos (inkl. digitaler Varianten wie Favicon, Social-Media- und App-Icon) sowie eines digitalen Farb- und Typografiekonzepts. Der Styleguide wird als Figma-File ausgeliefert (kein Print-Manual).

Frontend-Konzeption & UI/UX-Design

Das Kulturgutportal soll das hessische Kulturerbe digital zugänglich, durchsuchbar und als Einzelobjekte sowie im Rahmen aufgearbeiteter Inhalte zugänglich und erlebbar machen. Die Agentur verantwortet das visuelle und nutzer:innenzentrierte Konzept. Die eigentliche Entwicklung findet intern statt. Eine enge, iterative Abstimmung mit dem internen Entwicklerteam in definierten Sprint-Rhythmen ist essenziell. Während der Konzeptionsphase findet ein verbindlicher wöchentlicher Sync mit dem internen Frontend-Entwicklungsteam statt.

Projektmanagement & Kollaboration

- Agile Methoden: Anwendung agiler Methoden für das Designmanagement, inkl. gemeinsamem Planning und definierten Abnahmekriterien.
- Tools: Verbindliche Nutzung von Figma (Designentwicklung, Prototyping & Dev-Mode) mit vollem Zugriff für das interne Entwicklerteam. Designentscheidungen werden in Figma-Kommentaren festgehalten; bei der Übergabe wird eine finale Dokumentation erstellt (anstelle einer kontinuierlichen schriftlichen Mitschrift).
- Risikomanagement: Benennung und Entwicklung von Strategien für den Umgang mit Design-Risiken. Hierzu zählen z.B. Performanceprobleme durch aufwendige Animationen oder Schwachstellen in der Barrierefreiheit.

UX & Informationsarchitektur

- Sitemap & User Journeys: Gemeinsame Erarbeitung bzw. Entwicklung von User Journeys und Use Cases (z.B. Recherche, Stöbern, Veranstaltungssuche, etc.). Entwicklung einer logischen Sitemap und eines verständlichen Navigationskonzepts.
- Datenmodell zu UX: Übersetzung der Daten aus dem Backend in eine übersichtliche, barrierearme Oberfläche in enger Abstimmung mit dem Backend-Team.
- Such- & Filterkonzept: Konzeption von Such-, Discovery- und Filterfunktionen (Darstellung, Optionen, Platzierung, Bedienbarkeit) in voller Tiefe als Herzstück des Portals.

Designsystem & Component Library

- Tailwind- & React-Kompatibilität: Beachtung der Logiken von React und TailwindCSS bereits während der Konzeption. Die Erstellung der Tailwind-Config übernimmt das interne Frontend-Team selbst auf Basis der gelieferten Designvorgaben (Farben, Fonts, Spacing, Breakpoints, Responsiveness etc.).
- Design Tokens: Bereitstellung technologieagnostischer Design Tokens als Figma-Variables (Farben, Typografie, Spacing, Breakpoints) als Grundlage für die Implementierung.
- State Definitionen: Für alle Komponenten, die hiervon betroffen sind, liefert das Designsystem dokumentierte States aus, z.B. Default, Hover, Active, Focus, Disabled, Error.
- Typografie & Corporate Identity: Entwicklung eines Typografie- und Farbkonzepts mit speziellem Fokus auf optimierte Lesbarkeit und Datenschutz und unter Verwendung von Open Licence Fonts.
- Grafische Elemente: Bereitstellung aller im Prozess entwickelten grafischen Elemente wie Logos, Icons, Illustrationen, etc. im Original und ggf. in für das Web optimierten Formaten.

Seitentypen & Storytelling

Zu konzipieren sind Layouts und Komponentenvorlagen für die folgenden Kernbereiche des Portals:

- Home Page: Fokus auf niederschwellige Zugänge für u.a.: Hero-Section, Suchleiste, Einstiegspunkte für Sammlung, Thematische Touren, Interaktive Karten, Storytelling, Aktuelles; Objekt-Carousel (Highlights), Zahlen & Fakten, Angebote für verschiedene Zielgruppen (Schulen, Familien, Forschende).
- Storytelling-Seiten: Konzeption von Vorgaben zur immersiven Darstellung von Inhalten. Im Rahmen des Projekts wurden bereits folgende konkrete Formate und Komponenten entwickelt, die als Grundlage für die Konzeption dienen:
 - Interaktive Zeitleiste: chronologische Darstellung von Ereignissen mit Filterung nach Kategorie
 - Hotspots: klickbare Markierungen auf Bildern, Karten oder Objekten mit eingebetteten Zusatzinformationen (Text, Bild, Link) als Bestandteil / Komponente größerer Storytellingkomponenten
- Sammlungs- und Objektseite: Konzept als konsistentes Muster mit Varianten zur Darstellung und Verknüpfung verschiedener Datenbestände – Filterung und Sortierung der Sammlung (Grid / Liste / Karte), Objektansicht mit Metadaten, Verlinkungen, Standortkarte, ähnlichen Objekten und Lizenzangaben.

Barrierefreiheit im Design

Die Barrierefreiheit gemäß WCAG 2.1 Konformitätsstufe AA sowie EN 301 549 ist als verbindliche Zielmarke von Beginn an in der Design-Konzeption zu verankern. Konformitätsstufe AAA wird punktuell angestrebt, wo dies sinnvoll möglich ist (nicht flächendeckend).

- Visuelle Gestaltung: Strikte Einhaltung der Vorgaben bzgl. Farbkontrasten, Lesbarkeit, etc.
- Tastaturbedienbarkeit: Explizites Design von Focus-States für interaktive Komponenten.
- Screenreader-Konzept: Beratung und Dokumentation zur logischen Strukturierung für Screenreader (Aria-Roles, Platzierung)

Betreuung & Qualitätssicherung

- Prototyping: Erstellung eines Klick-Dummies in Figma für einen definierten Happy-Path (Suche → Objektseite, Storytelling) als Grundlage für einen Usability-Test und Revision vor der finalen technischen Umsetzung. Eine flächendeckende Erstellung von Klick-Dummies für alle Seitentypen ist nicht vorgesehen.
- Design-Testing: Begleitung und Design-Testing während der Implementation durch das interne Frontend-Team.
- Ad-Hoc-Support: Bereitstellung eines Beratungskontingents auf Abruf (max. 80 Stunden gesamt, max. 8 Stunden/Monat) für kurzfristige Anpassungen von Design und Komponenten ohne längere Planungsphasen.

2.4 Bewertungskriterien (Stufe 2)

Auf Basis des Angebots und der Präsentation erfolgt die Auswahl auf Basis der Kriterien des Wertungsschemas.