



VERGABEUNTERLAGEN

2026KHI000005

RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Nichtoffenes Verfahren (EU) (VgV)

Teilnahmewettbewerb

AUFTRAGGEBER

Freistaat Bayern vertreten durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft,
Landesentwicklung und Energie

Prinzregentenstraße 28, 80538 München, Deutschland

Inhaltsverzeichnis

Teilnahmeunterlagen.....	1
Veröffentlichungstexte Teilnahmewettbewerb.....	1
Vertragsbedingungen/Formulare.....	4
Teilnahmeaufforderung	4
Teilnahmebedingungen EU StMWi	5
1. Abgabe des Teilnahmeantrags	5
1.1. Fristen	5
1.2. Form und Übermittlung.....	5
1.2.1. Textform	6
1.2.2. Elektronische Signatur	6
1.3. Weitere Vorgaben	6
1.3.1. Teilnahmeantrag	6
1.3.2. Nachweise.....	8
2. Hinweise zu den Vergabeunterlagen	8
3. Besondere Beteiligungsformen	9
3.1. Unterauftragnehmer	9
3.2. Bewerbungsgemeinschaften.....	10
3.3. Wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen	10
4. Nachprüfungsverfahren.....	11
5. Kommunikation im Vergabeverfahren	12
Eigenerklärung	13
Eigenerklärung	13
Eigenerklärung RUS.....	15
Eigenerklärung russische Unternehmen	15
Artikel 5k der Verordnung (EU) Nr. 833/2014 in der Fassung des Art. 1 Ziff. 23 der Verordnung (EU) 2	17
Eigenerklärung für Unterauftragnehmer und Eignungsverleiher	18
Eigenerklärung	18
Struktur Bewerber	21
1. Angaben zur Struktur	21
2. Angaben zu Unterauftragnehmern	21
3. Angaben zur Eignungsleihe	22
4. Angaben zur Bewerbungsgemeinschaft	22
4.1. Mitglieder der Bewerbungsgemeinschaft.....	22
4.2. Bevollmächtigter Vertreter.....	22
Verpflichtungserklärung anderer Unternehmen	23
Unternehmensangaben für Registerauskunft.....	24
Informationen zu statistischen Angaben	26
ScientologySchutzerklärung StMWi	27
1. Erklärung zum Vergabeverfahren	27

2. Erklärung für den Fall der Zuschlagserteilung.....	27
3. Hinweis nach Art. 16 Abs. 3 des Bayerischen Datenschutzgesetzes:	27
Leistungsbeschreibung	29
Online-Styleguide (Stand 2023)	45
Online-Styleguide	45
1 Einleitung.....	49
2 Raster und Seitenaufteilung.....	50
2.1 Raster (1600 _ 1360)	51
2.2 Raster (1440 _ 960)	52
2.3 Raster (1024 _ 960)	53
2.4 Raster (768 _ 720)	54
2.5 Raster (420)	55
2.6 Seitenaufteilung.....	56
2.7 Header.....	58
2.8 Seitenabschluss und Footer.....	59
3 Farben	60
3.1 Farbpalette	61
3.2 Textfarben	63
3.3 Linienfarben.....	64
4 Typografie	65
5 Rauten.....	67
6 Icons.....	69
7 Bildformate	70
7.1 Bildverhältnisse	71
7.2 Mediaformate	72
8 Komponenten und Zustände	73
8.1 Komponenten und Zustände (1600 - 1440)	74
8.2 Komponenten und Zustände (>1024)	82
8.3 Formularfelder	85
8.4 Rich Text Formatierung.....	89
9 Animationen	94
9.1 Image Hover Animation.....	95
9.2 Parallax-Effekt	96
10 Module.....	97
10.1 Teaser	98
10.2 Farbboxen	106
10.3 Listen.....	107
10.4 Social Media.....	111
10.5 Header.....	112
10.6 Hinweisbanner	113
10.7 Startseite – Bühne.....	114
10.8 Breadcrumb.....	115

10.9 Startseite – Section Title	116
10.10 Hero-Element	117
10.11 Footer	119
10.12 Daten & Fakten Modul.....	120
10.13 Terminhinweis	121
10.14 Zitatmodul.....	122
10.15 Seiteneinstieg – Themenseite	123
10.16 Seiteneinstieg mit Video	124
10.17 Buttons und Kontaktmodul	125
10.18 Cookie-Hinweis	126
10.19 Suche	127
10.20 Mediathek.....	128
10.21 Video-Vorschaubild mit Datenschutzhinweis	129
10.22 Sprungmarken.....	130
11 Container.....	131
11.1 Container 12 Spalten.....	132
11.2 Container 6+6 Spalten	133
11.3 Container 6+3+3 Spalten	138
11.4 Container 3+3+3+3 Spalten	143
11.5 Container 4+4+4 Spalten	148
11.6 Container 1+10+1.....	153
11.7 Container 2+8+2.....	155
Corporate Design Manual (Stand 2021).....	160
Corporate Design Manual	160
1. Einführung.....	163
1.1 Über das Corporate Design.....	164
1.2 Abkürzungen	165
2. Basiselemente.....	166
2.1 Der ŒWinkel•.....	167
2.2 Das Große Bayerische Staatswappen	169
2.2.1 Heraldische Elemente	169
2.2.2 Farben	170
2.2.3 Farbversion	171
2.2.4 Farbversion ohne Schraffur.....	172
2.2.5 Schwarzversion	173
2.2.6 Schwarzversion, wenig Schraffur	173
2.2.7 Schwarzversion ohne Schraffur	173
2.2.8 Weißversion	174
2.2.9 Weißversion, wenig Schraffur	174
2.2.10 Weißversion ohne Schraffur.....	174
2.3 Das Kleine Bayerische Staatswappen	175
2.3.1 Farbversion	175

2.3.2 Schwarzversion	175
2.3.3 Weiß-Blaue Version	176
2.3.4 Weißversion	176
2.4 Hausschrift	177
2.4.1 Printmedien	177
2.4.2 Office- und Webanwendungen.....	178
2.5 Die Wort-Bildmarke	179
2.5.1 Die Wortmarke	179
2.5.2 Konstruktion und Abmessung	180
2.5.3 Platzierung mehrerer Wortmarken	185
2.5.4 Wortmarken der Bayerischen Staatsregierung	186
2.5.5 Verwendung als Förderer, Sponsor, Initiator.....	187
2.5.6 Sonderfälle	188
2.5.7 Raum für weitere Logos	188
3. Printmedien	190
3.1 Geschäftsausstattung.....	191
3.1.1 Briefbogen / Fax	191
3.1.2 Visitenkarten.....	193
3.1.3 E-Mail Signatur.....	196
3.1.4 Powerpoint-Präsentation	197
3.1.5 Empfehlungskarten	198
3.1.6 Freistempler	198
3.2 Broschüren	199
3.2.1 Titelseite	199
3.2.2 Rückseite.....	203
3.3 Flyer	204
3.3.1 DIN lang quadratisch	204
3.3.2 Falzarten	205
3.4 Impressum.....	206
3.5 Kleine Zeitungsanzeigen	209
4. Werbeartikel	210
5. Außenwerbung.....	212
5.1 City-Light-Poster.....	213
5.2 Billboard (Plakatwand)	214
5.3 Flaggen, Banner, Roll-ups.....	215
5.4 Elektronische Außenwerbung	216
5.4.1 OC Station.....	216
5.4.2 Infoscreen.....	217
6. Digitale Medien.....	218
6.1 Online Auftritt.....	219
6.2 Bannerwerbung	221
Anhang	223

Impressum.....	225
Websitenarchitektur (Stand 2026)	228
Webseitenarchitektur.....	228
Rahmenvereinbarung.....	229
AGB VOL B	239
Hinweis zur Auftragsverarbeitung	257
Auftragsverarbeitungsvertrag	258
Ergänzende Darstellung der Auswahlkriterien im Teilnahmewettbewerb	267
Ergänzende Darstellung der Zuschlagskriterien	272
Formular Übersicht_Projektteam.....	286
Formular Nachweis Personal	288
Rechte an den im Vergabeverfahren zur Verfügung gestellten Unterlagen.....	292
Eignungskriterien.....	293
Anlagen	297

Verfahren: 2026KHI000005 - RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

INFORMATIONEN ZUM TEILNAHMEWETTBEWERB



Auftragsnummer	2026KHI000005
Maßnahme	
Auftragsbezeichnung	RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)
Auftragsbeschreibung	<p>Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (StMWi) verfügt über ein umfangreiches Online-Angebot zu einer Vielzahl von Themen mit großer inhaltlicher Tiefe. Die Webseite stmwi.bayern.de ist die Hauptseite des Ministeriums. Sie stellt die Visitenkarte des Bayerischen Wirtschaftsministeriums dar und bündelt sämtliche Aktivitäten und Informationen zu den wirtschaftspolitischen Kernthemen. Zusätzlich betreibt das StMWi zahlreiche Satellitenseiten wie z.B. Image- und Kampagnenseiten oder Fach- und Themenportale (vgl. Webseitenarchitektur des StMWi, abrufbar unter https://www.stmwi.bayern.de/impressum/). Das Portfolio umfasst Online-Auftritte zu (wirtschafts-)politischen Schwerpunktthemen wie Außenwirtschaft, Existenz- und Gründungsförderung, Energiewende, Landesentwicklung, Aus- und Weiterbildung, zu Förderprogrammen (z.B. Digitalbonus Bayern, Mobilfunk Bayern) und Wettbewerben (z.B. Innovationspreis Bayern) sowie zu Veranstaltungen. Neben Webseiten betreibt das StMWi Social-Media-Kanäle (z.B. Instagram, Facebook, X, LinkedIn, TikTok und YouTube). Daneben setzt das StMWi weitere Instrumente der On-line-Kommunikation wie E-Mail- und Newsletter-Marketing (z.B. Gründerland Bayern, Pressenewsletter), Suchmaschinenmarketing (SEO/GEO und SEA), Content-Marketing (z.B. Erfolgreich-handeln-Kampagne) und Influencer-Kampagnen ein. Die Dachmarkenstrategie des StMWi präsentiert die Aktivitäten der Online-Kommunikation als Einheit mit deutlichem Wiedererkennungswert. Die Ministeriumswebseite stmwi.bayern.de ist grafisch, technisch und inhaltlich gemäß dem Online-Styleguide des StMWi und den Corporate Design-Vorgaben der Bayerischen Staatsregierung gestaltet (vgl. Online-Styleguide des StMWi und Corporate Design Manual, abrufbar unter https://www.stmwi.bayern.de/design/). Im Sinne einer ganzheitlichen Markenführung basieren sämtliche Satellitenseiten des StMWi auf den Online-Designvorgaben des Ministeriums. Die Online-Kommunikation des StMWi ist integraler Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit des Ministeriums. Um dem Informationsauftrag staatlicher Öffentlichkeitsarbeit gerecht zu werden, müssen die Aktivitäten und Kompetenzen des StMWi zielgruppen- und themenspezifisch kommuniziert werden. Im Sinne einer modernen User Experience müssen die Inhalte der Online-Kommunikation visuell ansprechend, interaktiv und ganzheitlich aufbereitet werden. Daher müssen die Webseiten und weiteren Instrumente der Online-Kommunikation des StMWi permanent weiterentwickelt werden. Hierfür wird ein externer Dienstleister benötigt. Details zum Leistungsumfang sind der Leistungsbeschreibung zu entnehmen.</p>

ALLGEMEINES

VERFAHREN

Auftraggeber	Freistaat Bayern vertreten durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
Weitere Auftraggeber	
Liefer-/Ausführungsort	80525 München
Leistungsart	Dienstleistung
Vertragsart	Rahmenvertrag
Vergabeart	Nichtoffenes Verfahren (EU) (VgV)

VERFAHRENSEIGENSCHAFTEN

Losweise Vergabe	Nein												
Art der losweisen Vergabe													
Zuschlagskriterium	Wirtschaftlichstes Angebot Berechnungsmethode: UfAB 2018: Einfache Richtwertmethode												
Klassifizierungen	<table> <tr> <th>Code</th><th>Bezeichnung</th></tr> <tr> <td>72413000-8</td><td>Website-Gestaltung</td></tr> <tr> <td>79340000-9</td><td>Werbe- und Marketingdienstleistungen</td></tr> <tr> <td>79342100-4</td><td>Direktmarketing</td></tr> <tr> <td>79413000-2</td><td>Marketing-Beratung</td></tr> <tr> <td>79822500-7</td><td>Dienstleistungen im Grafik-Design</td></tr> </table>	Code	Bezeichnung	72413000-8	Website-Gestaltung	79340000-9	Werbe- und Marketingdienstleistungen	79342100-4	Direktmarketing	79413000-2	Marketing-Beratung	79822500-7	Dienstleistungen im Grafik-Design
Code	Bezeichnung												
72413000-8	Website-Gestaltung												
79340000-9	Werbe- und Marketingdienstleistungen												
79342100-4	Direktmarketing												
79413000-2	Marketing-Beratung												
79822500-7	Dienstleistungen im Grafik-Design												

ANTRÄGE

Verwendung elektronischer Mittel	Die Einreichung der Angebote/Teilnahmeanträge darf nur elektronisch erfolgen
URL für elektronische Angebote	https://www.auftraege.bayern.de

TERMINE

ALLGEMEIN

Vorausgegangene Vorinformation	Nein
Besondere Dringlichkeit	Nein

BEKANNTMACHUNG

Bekanntmachung	27.05.2026
Vorinformation	

ANTRÄGE UND BEWERTUNG

Frist Bewerberfragen	15.06.2026 12:00
Teilnahmefrist	29.06.2026 10:00:00

AUFTRAGSDAUER

Beginn	
Ende	
Anmerkungen	Die Rahmenvereinbarung tritt mit Zuschlagserteilung, frühestens jedoch zum 1. Dezember 2026 in Kraft. Die Rahmenvereinbarung hat eine Laufzeit von zwei Jahren. Sie verlängert sich zweimal automatisch um weitere 12 Monate, wenn der Auftraggeber nicht spätestens zwei Monate vor Ablauf der jeweiligen Vertragslaufzeit schriftlich kündigt. Die maximale Gesamtlaufzeit der Rahmenvereinbarung beträgt damit vier Jahre.

DATENSCHUTZ

DATENSCHUTZBEAUFTRAGTE/R

Name	Behördliche/r Datenschutzbeauftragte/r des BayStMWi
Anschrift	Prinzregentenstraße 28, 80538 München
Telefon	+49 8921622395
E-Mail	datenschutz@stmwi.bayern.de

DATENERHEBUNGSVERANTWORTLICHE/R

Name	Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
Anschrift	Prinzregentenstraße 28, 80538 München
Telefon	+49 8921620
E-Mail	zentralevergabestelle@stmwi.bayern.de

ELEKTRONISCHE TEILNAHME

BROWSEREINSTELLUNGEN

Verwenden Sie zur Navigation in eVergabe nur die Menüpunkte der Anwendung. Wenn Sie über die Browser-Schaltflächen navigieren, werden die Informationen nicht zum Anwendungs-Server übertragen und eVergabe zeigt ggf. eine falsche Seite an.

Sicherheitseinstellungen an Ihrem Browser:

- JavaScript muss aktiviert sein
- Cookies müssen erlaubt sein; Cookies von Drittanbietern sollten erlaubt sein (empfohlen)
- Pop-Up-Fenster müssen erlaubt sein

PDF-Plugins:

- Die integrierte PDF-Ansicht sollte deaktiviert sein; ein PDF-Reader wird empfohlen

Empfohlene Browser:

- Aktuelle Versionen des Microsoft Edge, Google Chrome, Opera oder Mozilla Firefox

KOMMUNIKATION

Die Kommunikation mit der Vergabestelle, insbesondere zu Nachforderungen, sowie das Stellen von Bewerberfragen erfolgt grundsätzlich im jeweiligen Verfahren über den Bieterassistenten unter "Nachrichten". Bei Nachrichten der Vergabestelle erhalten Sie unmittelbar eine Benachrichtigung per E-Mail. Bitte prüfen Sie in diesem Fall Ihren Posteingang unter "Nachrichten" und bestätigen dort die Kenntnisnahme.

Projekt-Nr.: 2026KHI000005

Aktenzeichen: 5853-6/21

Projektname: RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Firmenbezeichnung und Anschrift

Angaben zu Fristen und Ansprechpartner

Ablauf der Einreichungsfrist: 29.06.2026 10:00:00

E-Mail: zentralevergabestelle@stmwi.bayern.de

Datum: 27.05.2026

Aufforderung zur Abgabe eines Teilnahmeantrags

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Vergabestelle beabsichtigt, einen öffentlichen Auftrag zu vergeben. Die Auftragsbekanntmachung und die Vergabeunterlagen sind unter www.auftraege.bayern.de hinterlegt.

Falls Sie an diesem Auftrag interessiert sind, bitten wir Sie, einen Teilnahmeantrag zu stellen.

Soweit in den Vergabeunterlagen nicht anders vorgegeben, ist der Teilnahmeantrag in elektronischer Form und deutscher Sprache über das Portal www.auftraege.bayern.de einzureichen.

Wir würden uns über einen Teilnahmeantrag Ihrerseits sehr freuen.

Freundliche Grüße

Kathleen Hillmann

Projekt-Nr.: 2026KHI000005

Aktenzeichen: 5853-6/21

Projektname: RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Teilnahmebedingungen

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

1. Abgabe des Teilnahmeantrags

1.1. Fristen

Die **Einreichungsfrist** endet am 29.06.2026 um 10:00:00 Uhr.

Eine Änderung oder Rücknahme eines bereits eingereichten Teilnahmeantrags durch den Bewerber ist nur bis zum Ablauf dieser Einreichungsfrist zulässig.

Die **Frist für Bewerberfragen** endet am 15.06.2026 12:00 Uhr.

1.2. Form und Übermittlung

Die Abgabe des Teilnahmeantrags hat **unter Verwendung elektronischer Mittel** zu erfolgen.

Nicht mittels elektronischer Datenübermittlung abgegebene Teilnahmeanträge werden nicht berücksichtigt.

Die wirksame Antragsabgabe hat vollumfänglich und ausschließlich über die Vergabepattform zu erfolgen.

Die zur Erstellung eines elektronischen Teilnahmeantrags erforderlichen Arbeitsschritte können Sie dem Bieter-Handbuch entnehmen.

Die online-Bearbeitung der Antragserstellung kann jederzeit unterbrochen werden. Zur Fortsetzung einer unterbrochenen Antragserstellung bedarf es der nochmaligen Einwahl über die Vergabeplattform in den Bieterassistenten (durch Auswahl des entsprechenden Verfahrens im Menüpunkt „meine Projekte“, Unterpunkt „Angebotsphase“).

Zur rechtsgültigen Abgabe des Teilnahmeantrags bedarf es neben der Verwendung elektronischer Mittel der Einhaltung der **verfahrensspezifisch vorgegebenen Formerfordernisse**. Diese werden Ihnen im Schritt „Teilnahmeantrag einreichen“ zur Auswahl angeboten:

1.2.1. Textform

Dem Erfordernis der Textform nach § 126b BGB genügt die Angabe des Antragserstellers im dafür vorgesehenen Feld und die anschließende Bestätigung über den Button „Antrag einreichen“.

1.3. Weitere Vorgaben

Die Teilnahmeanträge werden hinsichtlich

- Form und Vollständigkeit sowie
- Eignung der Bewerber und des Nichtvorliegens von Ausschlussgründen

geprüft und bewertet.

Soweit sich aus den übrigen Vergabeunterlagen nicht etwas anderes ergibt, wird für die Antragsabgabe auf Folgendes hingewiesen:

1.3.1. Teilnahmeantrag

Der Teilnahmeantrag und dessen Anlagen sind in deutscher Sprache abzufassen.

Für die Erstellung des Teilnahmeantrags und aller übermittelten Unterlagen wird keine Vergütung gewährt.

Dem Teilnahmeantrag beigefügte Unterlagen, Muster usw. gehen mit Übermittlung in das Eigentum des Auftraggebers über.

Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse sind kenntlich zu machen.

Im Teilnahmeantrag ist anzugeben, ob gewerbliche Schutzrechte bestehen oder vom Bewerber oder anderen beantragt sind.

Die Bewerber haben auf erkannte Widersprüche und Fehler in den Vergabeunterlagen hinzuweisen. Die Rügeobliegenheit nach § 160 Abs. 3 GWB bleibt davon unberührt.

Antworten des Auftraggebers auf Bewerberfragen werden Bestandteil der Vergabeunterlagen. Maßgeblich ist jeweils die jüngste Antwort des Auftraggebers.

Falls während der Teilnahmeantragsphase die Vergabeunterlagen durch den Auftraggeber geändert werden sollten (sog. Korrekturzyklus), verlieren alle bis dahin abgegebenen Teilnahmeanträge automatisch ihre Gültigkeit.

Für den Fall, dass ein bereits abgegebener Teilnahmeantrag aufrechterhalten werden soll, muss er über den Bieterassistenten erneut abgegeben werden. Hierzu kann eine automatisch angelegte Kopie des bisherigen Teilnahmeantrags als gültiger Teilnahmeantrag bestätigt werden.

Es werden nur Teilnahmeanträge fachkundiger und leistungsfähiger (geeigneter) Bewerber berücksichtigt, welche die festgelegten Kriterien zur ordnungsgemäßen Auftragsausführung erfüllen.

Die Eignung der Bewerber wird anhand der geforderten Erklärungen und Nachweise beurteilt. Sofern geforderte Erklärungen und Nachweise bereits bei der Eintragung in ein amtliches Verzeichnis oder einer Zertifizierung im Sinn des § 48 Abs. 8 VgV abgegeben wurden, kann ersatzweise die Bescheinigung der aktuellen Eintragung oder Zertifizierung vorgelegt werden. Darüber hinaus gehende Anforderungen müssen gesondert nachgewiesen werden.

Im Falle der Bildung einer Bewerbergemeinschaft, der Unterbeauftragung oder sonstigen Berufung auf die Leistungsfähigkeit eines Dritten (sog. Eignungsleihe) können sich die Angaben und Erklärungen der einzelnen Unternehmen ergänzen, um die erforderliche Leistungsfähigkeit des Bewerbers insgesamt nachzuweisen.

1.3.2. Nachweise

Bei Beauftragung eines Dritten ist nachzuweisen, dass die für den Auftrag erforderliche Fachkunde und Leistungsfähigkeit bei der Ausführung des Auftrags tatsächlich zur Verfügung gestellt werden kann. Dieser Nachweis kann z.B. durch eine entsprechende unterschriebene Verpflichtungserklärung des Dritten erfolgen.

Zum Nachweis der Eignung sind entsprechende Erklärungen von dem jeweils vorgesehenen Dritten zu unterschreiben. Das gilt auch dann, wenn in den betreffenden Erklärungen keine Unterschriftenzeile vorgesehen ist.

Nachweise, die bei Abgabe des Teilnahmeantrags zu erbringen sind, müssen im Arbeitsschritt „Eigene Anlagen“ hochgeladen und elektronisch beigelegt werden. Dateien unterliegen hinsichtlich Größe und Benennung technischen Beschränkungen, auf die gesondert hingewiesen wird.

Der Auftraggeber behält sich Nachforderungen nach Maßgabe des § 56 VgV vor.

Sofern Nachweise oder Erklärungen gefordert sind, die ein Bewerber eines europäischen Mitgliedstaates objektiv nicht beibringen kann, werden vergleichbare Nachweise oder Erklärungen nach dem Recht des Sitzes des Bewerbers anerkannt. Hierfür sind Übersetzungen vorzulegen, die durch einen amtlich vereidigten Übersetzer gefertigt wurden.

Bitte beachten Sie, dass Verweise auf Datenträger, Literatur, Broschüren usw. die geforderten Antworten und Erklärungen nicht ersetzen. Sie werden nicht bewertet.

2. Hinweise zu den Vergabeunterlagen

Soweit sich aus den übrigen Vergabeunterlagen nicht etwas anderes ergibt, wird auf Folgendes hingewiesen:

Die Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B) in der derzeit gültigen Fassung gelten nachrangig zu den Regelungen in den Vergabeunterlagen.

Änderungen und Ergänzungen an den Vergabeunterlagen sind unzulässig.

Bitte bedenken Sie, dass dies insbesondere von Ihnen beigefügte Allgemeine Geschäftsbedingungen, Begleitschreiben oder Konzepte betrifft.

Die Vergabeunterlagen dürfen ausschließlich zur Antragserstellung verwendet werden. Jede über diese Verwendung hinausgehende Nutzung, insbesondere Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Auftraggebers, ist unzulässig. Bei Verzicht auf eine Antragsabgabe oder für den Fall, dass der Teilnahmeantrag den Zuschlag nicht erhält, sind alle Vergabeunterlagen zu vernichten.

Der Bewerber hat auch nach Beendigung des Verfahrens über die ihm bekannt gewordenen vertraulichen Informationen des Auftraggebers Verschwiegenheit zu wahren.

3. Besondere Beteiligungsformen

Soweit sich aus den übrigen Vergabeunterlagen nicht etwas anderes ergibt, wird auf Folgendes hingewiesen:

3.1. Unterauftragnehmer

Die Einschaltung von Unterauftragnehmern ist grundsätzlich zulässig.

Unterauftragnehmer ist derjenige, der von einem Bieter beauftragt wird, eine oder mehrere Aufgaben von diesem zu übernehmen.

Der Bewerber / die Bewerbergemeinschaft führt die Leistung nicht selbstständig aus, sondern bedient sich ganz (sog. Generalübernehmer) oder teilweise (sog. Generalunternehmer) dem Einsatz von Unterauftragnehmern.

Grundsätzlich haftet der Generalübernehmer/-unternehmer für die ordnungsgemäße Vertragsabwicklung. Der Unterauftragnehmer steht in der Regel in keiner Vertragsbeziehung zum öffentlichen Auftraggeber.

Die Namen der Unterauftragnehmer und die jeweils zu erbringenden Leistungen sind im Teilnahmeantrag zu benennen.

Der Auftragnehmer bemüht sich bei Beteiligung von Unterauftragnehmern regelmäßig Kleinst-, kleine und mittlere Unternehmen sowie Existenzgründungen angemessen zu berücksichtigen.

Er verpflichtet sich bei Weitergabe von Leistungen die VOL/B zum Vertragsbestandteil zu machen.

Der Auftragnehmer verpflichtet sich außerdem den Unterauftragnehmern – insbesondere hinsichtlich Gewährleistung, Vertragsstrafe, Zahlungsweise und Sicherheitsleistungen – keine ungünstigeren Bedingungen aufzuerlegen, als zwischen ihm und dem Auftraggeber vereinbart sind.

Zur Bekämpfung der Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs hat der Bewerber auf Verlangen des Auftraggebers Auskunft darüber zu geben, ob und auf welche Art er wirtschaftlich und rechtlich mit Unternehmen verbunden ist.

3.2. Bewerbergemeinschaften

Die Bildung einer Bewerbergemeinschaft ist grundsätzlich zulässig.

Eine **Bewerbergemeinschaft** liegt vor, wenn sich mindestens zwei Einzelbewerber zusammenschließen und im Rahmen eines Vergabeverfahrens einen gemeinsamen Teilnahmeantrag mit dem Ziel abgeben den Zuschlag zu erhalten.

Die Beteiligung in dieser Form ist möglich, soweit die Bildung der Bewerbergemeinschaft kartell- und wettbewerbsrechtlich zulässig ist. Das Vorliegen der kartell- und wettbewerbsrechtlichen Voraussetzungen ist dem Auftraggeber auf Verlangen nachzuweisen.

Eine Bewerbergemeinschaft hat mit ihrem Teilnahmeantrag eine von allen Mitgliedern unterschriebene, Erklärung abzugeben, in welcher

- die Bildung einer Arbeitsgemeinschaft für den Fall der Zuschlagserteilung erklärt ist,
- alle Mitglieder mit postalischer Anschrift aufgeführt sind,
- ein Mitglied für den Abschluss und die Durchführung des Vertrages als bevollmächtigter Vertreter bezeichnet ist,
- alle Mitglieder die Haftung für die Erfüllung sämtlicher vertraglichen Verpflichtungen als Gesamtschuldner übernehmen,
- eine Kontonummer bei einem näher bezeichneten Kreditinstitut angegeben ist, auf die sämtliche Zahlungen des Auftraggebers mit befreiender Wirkung geleistet werden können.

3.3. Verbundene Unternehmen

Die Abgabe des Teilnahmeantrags durch verbundene Unternehmen ist grundsätzlich zulässig.

Verbundene Unternehmen sind rechtlich selbstständige Unternehmen, die durch Kapitalbeteiligung, durch Unternehmensverträge oder durch personelle Verflechtungen miteinander verbunden sind.

Geben verbundene Unternehmen einen gemeinsamen Teilnahmeantrag ab, nehmen sie als Bewerbergemeinschaft am Vergabeverfahren teil.

Demzufolge finden die Bestimmungen zu den Bewerbergemeinschaften Anwendung.

Der Name der verbundenen Unternehmen und die jeweils zu erbringenden Leistungen sind im Teilnahmeantrag zu benennen.

Zur Bekämpfung der Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs hat der Bewerber auf Verlangen des Auftraggebers Auskunft darüber zu geben, ob und auf welche Art er wirtschaftlich und rechtlich mit Unternehmen verbunden ist.

3.4. Wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen

Wettbewerbsbeschränkende Absprachen gem. § 1 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) sind unzulässig und führen zwingend zum Ausschluss der Beteiligten.

Wenn der Auftragnehmer aus Anlass der Vergabe nachweislich eine Abrede getroffen hat, die eine unzulässige Wettbewerbsbeschränkung darstellt, hat er 5 % der Auftragssumme an den Auftraggeber zu zahlen, es sei denn, dass ein Schaden in anderer Höhe nachgewiesen wird. Dies gilt auch, wenn der Vertrag gekündigt wird oder bereits erfüllt ist.

4. Nachprüfungsverfahren

Das Vergabeverfahren unterliegt der Nachprüfung durch die Vergabekammern.

Ein Antrag auf Nachprüfung nach §§ 160 ff. GWB ist schriftlich zu stellen und an die

Regierung von Oberbayern - Vergabekammer Südbayern
Maximilianstr. 39 80539 München

zu richten.

Die Fristen für die Einlegung eines Nachprüfungsantrags richten sich nach § 160 Abs. 3 GWB. Dieser lautet:

¹Der Antrag ist unzulässig, soweit

1. der Antragsteller den geltend gemachten Verstoß gegen Vergabevorschriften vor Einreichen des Nachprüfungsantrags erkannt und gegenüber dem Auftraggeber nicht innerhalb einer Frist von zehn Kalendertagen gerügt hat; der Ablauf der Frist nach § 134 Absatz 2 bleibt unberührt,
2. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Auftraggeber gerügt werden,
3. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die erst in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Auftraggeber gerügt werden,
4. mehr als 15 Kalendertage nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind.

²Satz 1 gilt nicht bei einem Antrag auf Feststellung der Unwirksamkeit des Vertrags nach § 135 Absatz 1 Nummer 2. § 134 Absatz 1 Satz 2 bleibt unberührt.

Für Amtshandlungen der Vergabekammern werden Kosten (Gebühren und Auslagen) zur Deckung des Verwaltungsaufwandes erhoben (§ 182 Abs. 1 GWB).

Für das Vergabeverfahren gilt deutsches Recht.

5. Kommunikation im Vergabeverfahren

Die Vergabestelle übermittelt Nachrichten aus dem Verfahren grundsätzlich nur auf elektronischem Weg. Hierzu erhalten Sie jeweils eine E-Mail-Nachricht an die in Ihrem Profil hinterlegte E-Mail-Adresse.

Direkte Rückantworten auf diese E-Mail-Nachrichten oder Anfragen über die dort verwendete System-E-Mail-Adresse sind nicht möglich. Verwenden Sie für die Kommunikation mit der Vergabestelle bitte die Nachrichtenfunktion im Bieterassistenten.

Bitte sorgen Sie dafür, dass Sie während des Vergabeverfahrens unter den in Ihrem Firmen- bzw. Mitarbeiterprofil hinterlegten Kontaktdaten (insbesondere E-Mail-Adressen) auch tatsächlich erreichbar sind.

Das gilt auch, wenn über automatisch generierte Antworten (z.B. Abwesenheitsassistenten) andere Kontaktdaten mitgeteilt werden.

Projekt-Nr.: 2026KHI000005

Aktenzeichen: 5853-6/21

Projektname: RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Firmenbezeichnung und -anschrift

Eigenerklärung

mit Angebotsabgabe erklärt der Angebotsersteller oder bei Bewerber- / Bietergemeinschaften deren bevollmächtigter Vertreter für die beteiligten Unternehmen Folgendes:

- Es ist keine Person, deren Verhalten dem Unternehmen zuzurechnen ist, wegen einer der in § 123 Abs. 1 GWB genannten Straftaten (z.B. §§ 129 - 129b, 89c, 261, 263, 264, 299 - 299b, 108e, 108f, 333 - 335a, 232 - 233a StGB, Art. 2 § 2 IntBestG) oder vergleichbarer Vorschriften anderer Staaten verurteilt worden und es ist auch nicht aus denselben Gründen eine Geldbuße nach § 30 OWiG gegen das Unternehmen festgesetzt worden.
- Das Unternehmen hat seine Verpflichtungen zur Zahlung von Steuern, Abgaben und Beiträgen zur Sozialversicherung ordnungsgemäß erfüllt.
- Das Unternehmen hat bei der Ausführung öffentlicher Aufträge nicht gegen geltende menschen-, umwelt-, sozial- oder arbeitsrechtliche Verpflichtungen verstoßen. Insbesondere
 - wird gem. § 7 Abs. 1 AGG, § 3 Abs. 1 EntgTranspG und § 2 Nr. 7 AEntG Frauen und Männern für gleiche oder gleichwertige Arbeit gleiches Entgelt gewährt.
 - werden gem. § 3 Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten die in Abschnitt 2 dieses Gesetzes festgelegten menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten in angemessener Weise beachtet.

- werden den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern wenigstens diejenigen Mindestarbeitsbedingungen einschließlich des Mindestentgelts gewährt, die nach dem Mindestlohngesetz (MiLoG), einem nach dem Tarifvertragsgesetz mit den Wirkungen des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes (AEntG) für allgemein verbindlich erklärten Tarifvertrag, oder einer nach den §§ 7, 7a oder 11 AEntG oder § 3a des AÜG erlassenen Rechtsverordnung für die betreffende Leistung verbindlich vorgegeben werden.
- Das Unternehmen ist nicht zahlungsunfähig, es ist über das Vermögen des Unternehmens kein Insolvenzverfahren oder vergleichbares Verfahren beantragt oder eröffnet oder mangels Masse abgelehnt worden, und es befindet sich auch nicht in Liquidation oder hat seine Tätigkeit eingestellt.
- Das Unternehmen hat keine schweren Verfehlungen begangen, die seine Integrität als Auftragnehmer für öffentliche Aufträge in Frage stellen. Dies gilt auch für Personen, deren Verhalten dem Unternehmen zuzurechnen ist.
- Das Unternehmen hat im Vergabeverfahren keine vorsätzlich unzutreffenden Erklärungen abgegeben, keine irreführenden Informationen übermittelt und mit anderen Unternehmen keine Vereinbarungen getroffen, die eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken.
- Es liegt kein Ausschlussgrund nach § 21 AEntG, § 98c AufenthG, § 19 MiloG, § 21 SchwarzArbG und § 22 LkSG vor. Insbesondere wurde gegen das Unternehmen keine Geldbuße von mindestens 2.500 € wegen eines Verstoßes nach § 23 AEntG oder § 21 MiloG verhängt. Auch wurde gegen das Unternehmen oder einen Vertretungsberechtigten keine Freiheitsstrafe von mehr als drei Monaten und keine Geldstrafe von mehr als 90 Tagessätzen oder Geldbuße von mindestens 2.500 € wegen Verstoßes gegen eine in § 21 SchwarzArbG aufgeführte Vorschrift verhängt.

Tritt bei den vorgenannten Umständen zu einem späteren Zeitpunkt eine Änderung ein, so ist dies dem Auftraggeber unverzüglich mitzuteilen. Wesentlich falsche Erklärungen können den Ausschluss von diesem und weiteren Verfahren zur Folge haben. Werden diese Umstände nach Auftragserteilung bekannt, steht dem Auftraggeber ein außerordentliches Kündigungsrecht zu. Mögliche Schadensersatzforderungen bleiben davon unberührt.

Sollten für Sie bzw. Ihr Unternehmen fakultative Ausschlussgründe nach § 124 GWB vorliegen, schildern Sie bitte im Arbeitsschritt Eignungskriterien, weshalb diese nicht zu einem Ausschluss vom Verfahren führen sollen.

Der Auftraggeber entscheidet im Rahmen der Angebotsprüfung über den Ausschluss.

Projekt-Nr.: 2026KHI000005

Aktenzeichen: 5853-6/21

Projektname: RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Firmenbezeichnung und -anschrift

Eigenerklärung russische Unternehmen

mit Angebots- / Teilnahmeantragsabgabe erklärt der Angebotsersteller, bei Bewerber- / Bietergemeinschaften deren bevollmächtigter Vertreter Folgendes:

1. Der / die **Bewerber / Bieter** gehört / gehören nicht zu den in Artikel 5 k) Absatz 1 der Verordnung (EU) Nr. 833/2014 in der Fassung des Art. 1 Ziff. 23 der Verordnung (EU) 2022/576 des Rates vom 8. April 2022 über restriktive Maßnahmen angesichts der Handlungen Russlands, die die Lage in der Ukraine destabilisieren, genannten Personen oder Unternehmen, die einen **Bezug zu Russland** im Sinne der Vorschrift aufweisen,
 - a. durch die russische Staatsangehörigkeit des Bewerbers/Bieters oder die Niederlassung des Bewerbers / Bieters in Russland,
 - b. durch die Beteiligung einer natürlichen Person oder eines Unternehmens, auf die eines der Kriterien nach Buchstabe a zutrifft, am Bewerber / Bieter über das Halten von Anteilen im Umfang von mehr als 50 %,
 - c. durch das Handeln der Bewerber / Bieter im Namen oder auf Anweisung von Personen oder Unternehmen, auf die die Kriterien der Buchstaben a und / oder b zutrifft.

2. Es wird bestätigt, dass die am Auftrag beteiligten **Unterauftragnehmer, Lieferanten oder Unternehmen, deren Kapazitäten im Zusammenhang mit der Erbringung des Eignungsnachweises in Anspruch genommen werden**, auf die mehr als 10 % des Auftragswerts entfällt, ebenfalls nicht zu dem in der Vorschrift genannten Personenkreis mit einem Bezug zu Russland im Sinne der Vorschrift gehören.
3. Es wird bestätigt und sichergestellt, dass auch während der Vertragslaufzeit keine als **Unterauftragnehmer, Lieferanten oder Unternehmen, deren Kapazitäten im Zusammenhang mit der Erbringung des Eignungsnachweises in Anspruch genommen werden**, beteiligten Unternehmen eingesetzt werden, die zu dem in der Vorschrift genannten Personenkreis mit einem Bezug zu Russland im Sinne der Vorschrift gehören und auf die mehr als 10 % des Auftragswerts entfällt.

**Artikel 5k der Verordnung (EU) Nr. 833/2014 in der Fassung des Art. 1 Ziff. 23
der Verordnung (EU) 2022/576 des Rates vom 8. April 2022 lautet wie folgt:**

- (1) Es ist verboten, öffentliche Aufträge oder Konzessionen, die in den Anwendungsbereich der Richtlinien über die öffentliche Auftragsvergabe sowie unter Artikel 10 Absatz 1, Absatz 3, Absatz 6 Buchstaben a bis e, Absatz 8, Absatz 9 und Absatz 10 und die Artikel 11, 12, 13 und 14 der Richtlinie 2014/23/EU, unter die Artikel 7 und 8, Artikel 10 Buchstaben b bis f und h bis j der Richtlinie 2014/24/EU, unter Artikel 18, Artikel 21 Buchstaben b bis e und g bis i, Artikel 29 und Artikel 30 der Richtlinie 2014/25/EU und unter Artikel 13 Buchstaben a bis d, f bis h und j der Richtlinie 2009/81/EG fallen, an folgende Personen, Organisationen oder Einrichtungen zu vergeben bzw. Verträge mit solchen Personen, Organisationen oder Einrichtungen weiterhin zu erfüllen:
- a) russische Staatsangehörige oder in Russland niedergelassene natürliche oder juristische Personen, Organisationen oder Einrichtungen,
 - b) juristische Personen, Organisationen oder Einrichtungen, deren Anteile zu über 50 % unmittelbar oder mittelbar von einer der unter Buchstabe a genannten Organisationen gehalten werden, oder
 - c) natürliche oder juristische Personen, Organisationen oder Einrichtungen, die im Namen oder auf Anweisung einer der unter Buchstabe a oder b genannten Organisationen handeln,
- auch solche, auf die mehr als 10 % des Auftragswerts entfällt, Unterauftragnehmer, Lieferanten oder Unternehmen, deren Kapazitäten im Sinne der Richtlinien über die öffentliche Auftragsvergabe in Anspruch genommen werden.
- (2) Abweichend von Absatz 1 können die zuständigen Behörden die Vergabe oder die Fortsetzung der Erfüllung von Verträgen genehmigen, die bestimmt sind für
- a) den Betrieb ziviler nuklearer Kapazitäten, ihre Instandhaltung, ihre Stilllegung, die Entsorgung ihrer radioaktiven Abfälle, ihre Versorgung mit und die Wiederaufbereitung von Brennelementen und die Weiterführung der Planung, des Baus und die Abnahmetests für die Indienststellung ziviler Atomanlagen und ihre Sicherheit sowie die Lieferung von Ausgangsstoffen zur Herstellung medizinischer Radioisotope und ähnlicher medizinischer Anwendungen, kritischer Technologien zur radiologischen Umweltüberwachung sowie für die zivile nukleare Zusammenarbeit, insbesondere im Bereich Forschung und Entwicklung,
 - b) die zwischenstaatliche Zusammenarbeit bei Raumfahrtprogrammen,
 - c) die Bereitstellung unbedingt notwendiger Güter oder Dienstleistungen, wenn sie ausschließlich oder nur in ausreichender Menge von den in Absatz 1 genannten Personen bereitgestellt werden können,
 - d) die Tätigkeit der diplomatischen und konsularischen Vertretungen der Union und der Mitgliedstaaten in Russland, einschließlich Delegationen, Botschaften und Missionen, oder internationaler Organisationen in Russland, die nach dem Völkerrecht Immunität genießen.
 - e) den Kauf, die Einfuhr oder die Beförderung von Erdgas und Erdöl, einschließlich raffinierter Erdölerzeugnisse, sowie von Titan, Aluminium, Kupfer, Nickel, Palladium und Eisenerz aus oder durch Russland in die Union, oder
 - f) den Kauf, die Einfuhr oder die Beförderung von Kohle und anderen festen fossile Brennstoffen, die in Anhang XXII aufgeführt sind, bis 10. August 2022.
- (3) Der betreffende Mitgliedstaat unterrichtet die anderen Mitgliedstaaten und die Kommission über jede nach diesem Artikel erteilte Genehmigung innerhalb von zwei Wochen nach deren Erteilung.
- (4) Die Verbote gemäß Absatz 1 gelten nicht für die Erfüllung — bis zum 10. Oktober 2022 — von Verträgen, die vor dem 9. April 2022 geschlossen wurden.

Projekt-Nr.: 2026KHI000005

Aktenzeichen: 5853-6/21

Projektname: RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Firmenbezeichnung und –anschrift
des Unterauftragnehmers oder Eignungsverleiher

Eigenerklärung

Als Unterauftragnehmer oder Eignungsverleiher für

erkläre ich **für mein Unternehmen** Folgendes:

- Es ist keine Person, deren Verhalten dem Unternehmen zuzurechnen ist, wegen einer der in § 123 Abs. 1 GWB genannten Straftaten (z.B. §§ 129 - 129b, 89c, 261, 263, 264, 299 - 299b, 108e, 108f, 333 - 335a, 232 - 233a StGB, Art. 2 § 2 IntBestG) oder vergleichbarer Vorschriften anderer Staaten verurteilt worden und es ist auch nicht aus denselben Gründen eine Geldbuße nach § 30 OWiG gegen das Unternehmen festgesetzt worden.
- Das Unternehmen hat seine Verpflichtungen zur Zahlung von Steuern, Abgaben und Beiträgen zur Sozialversicherung ordnungsgemäß erfüllt.
- Das Unternehmen hat bei der Ausführung öffentlicher Aufträge nicht gegen geltende umwelt-, sozial- oder arbeitsrechtliche Verpflichtungen verstoßen. Insbesondere
 - wird gem. § 7 Abs. 1 AGG, § 3 Abs. 1 EntgTranspG und § 2 Nr. 7 AEntG Frauen und Männern für gleiche oder gleichwertige Arbeit gleiches Entgelt gewährt.

- werden gem. § 3 Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten die in Abschnitt 2 dieses Gesetzes festgelegten menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten in angemessener Weise beachtet.
 - werden den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern wenigstens diejenigen Mindestarbeitsbedingungen einschließlich des Mindestentgelts gewährt, die nach dem Mindestlohngesetz (MiLoG), einem nach dem Tarifvertragsgesetz mit den Wirkungen des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes (AEntG) für allgemein verbindlich erklärten Tarifvertrag, oder einer nach den §§ 7, 7a oder 11 AEntG oder § 3a des AÜG erlassenen Rechtsverordnung für die betreffende Leistung verbindlich vorgegeben werden.
- Das Unternehmen ist nicht zahlungsunfähig, es ist über das Vermögen des Unternehmens kein Insolvenzverfahren oder vergleichbares Verfahren beantragt oder eröffnet oder mangels Masse abgelehnt worden, und es befindet sich auch nicht in Liquidation oder hat seine Tätigkeit eingestellt.
 - Das Unternehmen hat keine schweren Verfehlungen begangen, die seine Integrität als Auftragnehmer für öffentliche Aufträge in Frage stellen. Dies gilt auch für Personen, deren Verhalten dem Unternehmen zuzurechnen ist.
 - Das Unternehmen hat im Vergabeverfahren keine vorsätzlich unzutreffenden Erklärungen abgegeben, keine irreführenden Informationen übermittelt und mit anderen Unternehmen keine Vereinbarungen getroffen, die eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken.
 - Es liegt kein Ausschlussgrund nach § 21 AEntG, § 98c AufenthG, § 19 MiloG, § 21 SchwarzArbG und § 22 LkSG vor. Insbesondere wurde gegen das Unternehmen keine Geldbuße von mindestens 2.500 € wegen eines Verstoßes nach § 23 AEntG oder § 21 MiloG verhängt. Auch wurde gegen das Unternehmen oder einen Vertretungsberechtigten keine Freiheitsstrafe von mehr als drei Monaten und keine Geldstrafe von mehr als 90 Tagessätzen oder Geldbuße von mindestens 2.500 € wegen Verstoßes gegen eine in § 21 SchwarzArbG aufgeführte Vorschrift verhängt.

Tritt bei den vorgenannten Umständen zu einem späteren Zeitpunkt eine Änderung ein, so ist dies dem Auftraggeber unverzüglich mitzuteilen. Wissentlich falsche Erklärungen können den Ausschluss von diesem und weiteren Verfahren zur Folge haben. Werden diese Umstände nach Auftragserteilung bekannt, steht dem Auftraggeber ein außerordentliches Kündigungsrecht zu. Mögliche Schadensersatzforderungen bleiben davon unberührt.

Sollten für Sie bzw. Ihr Unternehmen fakultative Ausschlussgründe nach § 124 GWB vorliegen, schildern Sie bitte in einem gesonderten Dokument, weshalb diese nicht zu einem Ausschluss vom Verfahren führen sollen.

Der Auftraggeber entscheidet im Rahmen der Angebotsprüfung über den Ausschluss.

Ort, Datum

Unterschrift

Projekt-Nr.: 2026KHI000005

Aktenzeichen: 5853-6/21

Projektname: RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Darstellung der Struktur des Bewerbers

1. Angaben zur Struktur

Name des Bewerbers / der Bewerbergemeinschaft:

Die Beteiligung erfolgt

- ☐ als Einzelbewerber
- ☐ als Bewerbergemeinschaft
- ☐ unter Einbeziehung von Unterauftragnehmern

Auf die Ausführungen zu den besonderen Beteiligungsformen und zur Eignungsleihe in den Bewerbungsbedingungen wird ausdrücklich hingewiesen.

2. Angaben zu Unterauftragnehmern

Name, Vorname bzw. Firmenbezeichnung	Anschrift bzw. Firmensitz	Vorgesehene Aufgaben im Rahmen des Projekts
---	------------------------------	---

3. Angaben zur Eignungsleihe

Folgende Kapazitäten anderer Unternehmen sollen zum Nachweis der wirtschaftlichen und finanziellen bzw. technischen und beruflichen Leistungsfähigkeit in Anspruch genommen werden:

Name, Vorname bzw. Firmenbezeichnung	Anschrift bzw. Firmensitz	Kapazitäten des Unternehmens, die für die Eignungsleihe in Anspruch genommen werden
--------------------------------------	---------------------------	---

Entsprechend unterschriebene **Verpflichtungserklärungen** der Eignungsverleiher sind dem Angebot beizufügen.

4. Angaben zur Bewerbergemeinschaft

4.1. Mitglieder der Bewerbergemeinschaft

Name, Vorname bzw. Firmenbezeichnung	Anschrift bzw. Firmensitz	Vorgesehene Aufgaben im Rahmen des Projekts
--------------------------------------	---------------------------	---

4.2. Bevollmächtigter Vertreter

Angabe des von allen Mitgliedern für die Durchführung des Vergabeverfahrens und Vertrages gegenüber dem Auftraggeber bevollmächtigten Vertreters:

--

Projekt-Nr.: 2026KHI000005

Aktenzeichen: 5853-6/21

Projektname: RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Firmenbezeichnung und -anschrift

Verpflichtungserklärung anderer Unternehmen

Name des sich verpflichtenden Unternehmens

Ich/Wir verpflichte/n mich/uns, im Falle der Auftragsvergabe an den o.g. Bieter diesem mit den Fähigkeiten bzw. Mitteln und Kapazitäten meines/unseres Unternehmens für die nachfolgenden Leistungsbereiche zur Verfügung zu stehen.

Leistungsbereich

Beschreibung der Teilleistung

Ort, Datum, Unterschrift

Unternehmensangaben für Registerauskünfte

KMU-Eigenschaft

Erfüllt Ihr Unternehmen die Eigenschaft als Kleinst-, kleines oder mittleres Unternehmen (KMU)*?

☐

Ja

☐

Nein

*Definition: Kleinstunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen (KMU) werden in der EU-Empfehlung 2003/361 definiert. Danach zählt ein Unternehmen zu den KMU, wenn es nicht mehr als 249 Beschäftigte hat und einen Jahresumsatz von höchstens 50 Millionen € erwirtschaftet oder eine Bilanzsumme von maximal 43 Millionen € aufweist.

Auskunft aus dem Wettbewerbsregister gem. § 6 WRegG

Öffentliche Auftraggeber sind nach § 6 des Gesetzes zur Einrichtung und zum Betrieb eines Registers zum Schutz des Wettbewerbs um öffentliche Aufträge und Konzessionen (WRegG) bei Aufträgen ab einer Höhe von 30.000 € verpflichtet, für die Bewerberin oder den Bewerber, die oder der den Zuschlag erhalten soll, vor der Zuschlagserteilung eine Auskunft aus dem Wettbewerbsregister anzufordern.

Hierzu werden folgende Angaben benötigt:

1. Name des Unternehmens

2. Unternehmensform

☐

Juristische Person/Personenvereinigung (z.B. OHG, KG, GmbH, GmbH & Co KG)
(bitte weiter bei Punkt 3)

☐

Natürliche Person / GbR (bitte weiter bei Punkt 4)

3. Juristische Personen/Personenvereinigungen

Sitz der Firma

Anschrift der Firma

Straße und Hausnummer

PLZ und Ort

Handelsregisternummer

Registergericht

4. Natürliche Person / GbR

Die Angaben werden für jeden Gesellschafter benötigt. Bei mehr als zwei Gesellschaftern machen Sie die erforderlichen Angaben bitte auf einer gesonderten Anlage und fügen diese Ihrem Angebot bei.

1. Gesellschafter

Geburtsname

Familienname Vorname

Geburtsdatum

Geburtsort

Staatsangehörigkeit

Anschrift

2. Gesellschafter

Geburtsname

Familienname Vorname

Geburtsdatum

Geburtsort

Staatsangehörigkeit

Anschrift

Projekt-Nr.: 2026KHI000005

Aktenzeichen: 5853-6/21

Projektname: RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Firmenbezeichnung und Anschrift

Informationen zu statistischen Angaben

Zur Kontrolle der öffentlichen Vergabeverfahren und zur Überprüfung ihrer Mittelstandsförderungsmaßnahmen erhebt die Europäische Union (EU) bei allen ausschreibenden Stellen verschiedene Daten zum Ergebnis von Vergabeverfahren. Bitte geben Sie hierzu in den Abfragen im Arbeitsschritt Eignungs- bzw. Leistungskriterien an,

- ob Ihr Unternehmen die Eigenschaft als Kleinst-, kleines oder mittleres Unternehmen im Sinn der Empfehlung 2003/351/EG erfüllt.

Nähere Informationen zu den hierfür maßgebenden Kriterien finden Sie in dem vom Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union herausgegebenen [Benutzerleitfaden zur Definition von KMU](#).

- bei EU-weiten Vergaben welcher NUTS-Code dem Sitz Ihres Unternehmens entspricht. Die Europäische Union bietet eine [Suchhilfe](#) hierzu an.

Es handelt sich jeweils um rein statistische Werte, d.h. die Angaben zu diesen Punkten hat keinerlei Auswirkung auf die Zulässigkeit Ihres Angebots oder die Bewertung der Wirtschaftlichkeit.

Projekt-Nr.: 2026KHI000005

Aktenzeichen: 5853-6/21

Projektname: RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Scientology-Schutzerklärung

1. Erklärung zum Vergabeverfahren

Der Bewerber/Bieter nimmt zur Kenntnis, dass die Nichtabgabe der Erklärung nach Nummer 2 oder die Abgabe einer wesentlich falschen Erklärung den Ausschluss von diesem Vergabeverfahren zur Folge hat.

2. Erklärung für den Fall der Zuschlagserteilung

Der Bewerber/Bieter versichert,

2.1. dass nach seiner Kenntnis keine der zur Erfüllung des Vertrags eingesetzten Personen die Technologie von L. Ron Hubbard anwendet, lehrt oder in sonstiger Weise verbreitet oder Kurse oder Seminare nach dieser Technologie besucht.

2.2. Der Bewerber/Bieter verpflichtet sich, solche zur Erfüllung des Vertrags eingesetzte Personen von der weiteren Durchführung des Vertrags unverzüglich auszuschließen, die während der Vertragsdauer die Technologie von L. Ron Hubbard anwenden, lehren, in sonstiger Weise verbreiten oder Kurse oder Seminare nach dieser Technologie besuchen.

2.3. Die Abgabe einer wesentlich falschen Erklärung nach Nummer 2.1 sowie ein Verstoß gegen die Verpflichtung nach Nummer 2.2 berechtigen den Auftraggeber zur Kündigung aus wichtigem Grund ohne Einhaltung einer Frist. Weitergehende Rechte des Auftraggebers bleiben unberührt.

3. Hinweis nach Art. 16 Abs. 3 des Bayerischen Datenschutzgesetzes:

Hinsichtlich des Zwecks der Schutzerklärung wird auf die [Bekanntmachung](#) der Bayerischen Staatsregierung vom 29. Oktober 1996 verwiesen.

Scientology-Organisation

Verwendung von Schutzzerklärungen bei der Vergabe öffentlicher Aufträge

Bekanntmachung der Bayerischen Staatsregierung vom 29. Oktober 1996 Nr. 476-2-151 (AIIIMBI. S.701, StAnz. Nr. 44):

Die Scientology-Organisation in allen ihren Erscheinungsformen ist eine Vereinigung, die unter dem Deckmantel einer Religionsgemeinschaft wirtschaftliche Ziele verfolgt und den einzelnen mittels rücksichtslos eingesetzter psycho- und sozial-technologischer Methoden einer totalen inneren und äußeren Kontrolle unterwirft, um ihn für ihre Ziele zu instrumentalisieren.

Auf Grund der jetzigen Erkenntnislage ist davon auszugehen, dass ein nach der Technologie von L. Ron Hubbard geführtes Unternehmen als Bestandteil der Gesamtorganisation Scientology zu betrachten ist. Ein derartiges Unternehmen übernimmt die Verpflichtung, die Technologie von L. Ron Hubbard und die Ideologie von Scientology zu verbreiten, ihren Bestand zu sichern und in der Gesellschaft als allgemeines Gedankengut zu etablieren. Dadurch droht auch öffentlichen Stellen bei Geschäftskontakten eine Infiltration und Ausforschung durch Scientology.

Um dieser Gefahr wirksam begegnen zu können, wird bestimmt:

1. Von Auftragnehmern ist bei der Vergabe öffentlicher Dienstleistungsaufträge in den nachfolgenden Fällen bei der Auftragsvergabe eine Schutzzerklärung gemäß Anlage zu verlangen, die bei Annahme des Angebots Vertragsbestandteil wird. Schutzzerklärungen sind zulässig und notwendig, um bei solchen Vertragsverhältnissen die Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit des Auftragnehmers abzuklären, die
 - Möglichkeiten zur Einflussnahme auf die Organisation des Vertragspartners oder seine Beschäftigten eröffnen
 - ein besonderes Vertrauensverhältnis voraussetzen oder
 - die Offenlegung von wesentlichen internen Vorgängen und Daten gegenüber dem Vertragspartner erfordern.

Schutzzerklärungen kommen demnach regelmäßig in folgenden Vertragsverhältnissen in Betracht:

Unternehmensberatung, Personal- und Managementschulung, Fortbildungs- und Vortragsveranstaltungen, Softwareberatung, -entwicklung und -pflege, Projektentwicklung und -steuerung, Forschungs- und Untersuchungsaufträge.

2. Die Nichtabgabe der Erklärung oder die Abgabe einer wissenschaftlich falschen Erklärung hat den Ausschluss von dem laufenden Vergabeverfahren zur Folge.
3. Erweist sich nach Vertragsschluss, dass eine wissentlich falsche Erklärung abgegeben oder gegen die mit der Erklärung eingegangenen Verpflichtungen verstoßen wurde, so ist der Vertrag aus wichtigem Grund ohne Einhaltung einer Frist zu kündigen.
4. Den kommunalen Auftraggebern und den sonstigen der Aufsicht des Freistaates Bayern unterliegenden juristischen Personen des öffentlichen Rechts wird empfohlen, entsprechend zu verfahren. Das gleiche gilt für die Empfänger von Zuwendungen des Freistaates Bayern, wenn die Zuwendungen für Maßnahmen nach Nummer 1 gegeben werden.
5. Diese Bekanntmachung tritt am 1. November 1996 in Kraft.

StMWi

Leistungsbeschreibung

für

**eine Rahmenvereinbarung über Beratungs-,
Konzeptions-, Design-, Marketing- und
Redaktionsleistungen für die Online-Kommunikation
des StMWi**

I. Hintergrund

Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (StMWi) verfügt über ein umfangreiches Online-Angebot zu einer Vielzahl von Themen mit großer inhaltlicher Tiefe. Die Webseite [stmwi.bayern.de](https://www.stmwi.bayern.de) ist die Hauptseite des Ministeriums. Sie stellt die Visitenkarte des Bayerischen Wirtschaftsministeriums dar und bündelt sämtliche Aktivitäten und Informationen zu den wirtschaftspolitischen Kernthemen. Zusätzlich betreibt das StMWi zahlreiche Satellitenseiten wie z.B. Image- und Kampagnenseiten oder Fach- und Themenportale (vgl. Webseitenarchitektur des StMWi, abrufbar unter <https://www.stmwi.bayern.de/impressum/>). Das Portfolio umfasst Online-Auftritte zu (wirtschafts-)politischen Schwerpunktthemen wie Außenwirtschaft, Existenz- und Gründungsförderung, Energiewende, Landesentwicklung, Aus- und Weiterbildung, zu Förderprogrammen (z.B. Digitalbonus Bayern) und Wettbewerben (z.B. Innovationspreis Bayern) sowie zu Veranstaltungen. Neben Webseiten betreibt das StMWi Social-Media-Kanäle (z.B. Instagram, Facebook, X, LinkedIn, TikTok und YouTube). Daneben setzt das StMWi weitere Instrumente der Online-Kommunikation wie E-Mail- und Newsletter-Marketing (z.B. Gründerland Bayern, Pressenewsletter), Suchmaschinenmarketing (SEO/GEO und SEA), Content-Marketing (z.B. Podcasts, Erfolgreich-handeln-Kampagne) und Influencer-Kampagnen ein.

Die Dachmarkenstrategie des StMWi präsentiert die Aktivitäten der Online-Kommunikation als Einheit mit deutlichem Wiedererkennungswert. Die Ministeriumswebseite [stmwi.bayern.de](https://www.stmwi.bayern.de) ist grafisch, technisch und inhaltlich gemäß dem Online-Styleguide des StMWi und den Corporate Design-Vorgaben der Bayerischen Staatsregierung gestaltet (vgl. Online-Styleguide des StMWi und Corporate Design Manual, abrufbar unter <https://www.stmwi.bayern.de/design/>). Im Sinne einer ganzheitlichen Markenführung basieren sämtliche Satellitenseiten des StMWi auf den Online-Designvorgaben des Ministeriums.

Die Online-Kommunikation des StMWi ist integraler Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit des Ministeriums. Um dem Informationsauftrag staatlicher Öffentlichkeitsarbeit gerecht zu werden, müssen die Aktivitäten und Kompetenzen des StMWi zielgruppen- und themenspezifisch kommuniziert werden. Im Sinne einer modernen User Experience müssen die Inhalte der Online-Kommunikation visuell ansprechend, interaktiv und ganzheitlich aufbereitet werden. Daher müssen die Webseiten und weiteren Instrumente der Online-Kommunikation des StMWi permanent weiterentwickelt werden. Hierfür wird ein externer Dienstleister benötigt.

II. Art und Umfang der Leistung

Das StMWi – nachfolgend als Auftraggeber (AG) bezeichnet – schreibt die Rahmenvereinbarung für Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen für die Online-Kommunikation aus. Ziel ist es, die Zielgruppen des AG – Unternehmen, Multiplikatoren, Pressevertreter, Bürger und politische Organe – im Rahmen der Online-Kommunikation umfassend und zuverlässig über die Themen und Aktivitäten des Bayerischen Wirtschaftsministeriums zu informieren.

Das bestehende Webangebot des AG muss laufend aktualisiert, überarbeitet, neugestaltet und ausgebaut werden. Dies kann neben der Entwicklung neuer Webseiten und der Implementierung von Instrumenten des Online-Marketings auch die Weiterentwicklung bestehender Kommunikationsmaßnahmen umfassen.

Die vom Auftragnehmer (AN) durchzuführenden Leistungen betreffen die strategische Beratung und Konzeption zur Online-Kommunikation sowie im Einzelnen zu Maßnahmen des Online- und Influencer-Marketings. Leistungen im Bereich Webdesign und der Layoutgestaltung sowie die Erzeugung von Content in textlicher, bildlicher oder multimedialer bzw. redaktioneller Form für bestehende und neue Online-Kommunikationsmaßnahmen des AG sind ebenfalls Bestandteil des Auftrags.

Zu erbringende Leistungen werden in Form von Einzelbeauftragungen abgerufen. Das Leistungsportfolio umfasst die gesamte Bandbreite der Beratung mit Planung, Briefing sowie Projektkoordination, Zielgruppenanalysen sowie Strategie- und Konzeptentwicklung, Erstellung und Abstimmung von Wireframes/Mockups/Demos sowie visueller und redaktioneller Inhalte mit dem AG und ggf. weiteren involvierten Parteien wie auch die Überarbeitung auf Basis von Feedbackschleifen bis hin zur Bereitstellung und Abnahme des Materials nach den Maßgaben des AG. Auch die Einholung und Abklärung von Verwertungs- und Nutzungsrechten bei Fremdmaterial oder die Recherche und der Zukauf von Drittlizenzen für Bild-, Ton- oder Videomaterial können notwendig werden und müssen vom AN als Dienstleister erbracht werden. Bei einem Verstoß gegen etwaige Verwertungs-, Nutzungs- oder Lizenzrechte ist der AG unverzüglich zu informieren. Die Rechtskonformität muss umgehend durch den AN wiederhergestellt werden. Bei umfangreichen Projekten sind zudem die Erstellung von Kommunikations- und Redaktionsplänen, Leitfäden sowie Vor-Ort-Termine im StMWi für Brainstormings, Besprechungen, Schulungen oder Präsentationen erforderlich. Bei Influencer-Kampagnen oder anderen Partner-Maßnahmen soll die Ansprache, Abwicklung und Betreuung durch den AN erfolgen. Im Detail umfasst die Rahmenvereinbarung folgende Leistungen:

1. Beratung & Konzeption zu Online-Kommunikation und Online-Marketing

Der AN muss den AG im Bereich der Online-Kommunikation und des Online-Marketings strategisch beraten, neue Online-Kommunikationsmaßnahmen konzipieren sowie bestehende Maßnahmen weiterentwickeln und optimieren.

Die zu erbringenden Beratungs- und Konzeptionsleistungen betreffen die Online-Kommunikation des AG allgemein, aber auch themenspezifische einzelne politische Schwerpunkte oder Maßnahmen wie Förderprogramme und Wettbewerbe des Ministeriums. Die Leistungen umfassen die Weiterentwicklung bestehender Webseiten oder Seitenelemente sowie die Entwicklung neuer Webseiten (Tochterseite, Microsite, Onepager, etc.) oder Webseiten-Elemente. Die Entwicklung von Designvorlagen (UI-, UX-Design) für verschiedene Seitentypen sowie Webseiten soll ebenfalls übernommen werden können. Daneben können auch Beratungs- und Konzeptionsleistungen für

Kommunikationsmaßnahmen (z.B. Social-Media-Auftritte oder Newsletter) und Einzelmaßnahmen des Online-Marketings zur Steigerung der Zugriffszahlen (z.B. SEO/Suchmaschinen-Optimierung oder GEO/Generative Engine Optimization), zur langfristigen Bindung der jeweiligen Zielgruppen sowie zur laufenden Optimierung der Seiten erforderlich werden. SEO-Audits, sowie die Durchführung von Analysen zur technischen und inhaltlichen Optimierung inkl. der Ausformulierung von Handlungsempfehlungen müssen ebenfalls durch den AN abgedeckt werden. Darunter fallen auch die Erarbeitung und Umsetzung von Strategien und Konzepten zur KI-Nutzung im SEO- und Content-Marketing-Bereich sowie in der Online-Kommunikation.

Auf Anforderung des AG erbringt der AN Beratungs- und Konzeptionsleistungen zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in der Online-Kommunikation. Dies umfasst die Identifikation, Bewertung und strategisch-konzeptionelle Integration aktueller und künftiger KI-Anwendungsfälle in der Online-Kommunikation. Die konzeptionelle Beratung hat unter Einhaltung jeweils aktuell geltender datenschutzrechtlicher und gesetzlicher Rahmenbedingungen (insbesondere DSGVO und AI Act) zu erfolgen.

Leistungen im Bereich Beratung und Konzeption umfassen außerdem die strategische Begleitung der Online-Kommunikation des AG, beispielsweise durch die Entwicklung von Kommunikationsstrategien, Content-Strategien oder Redaktionsleitfäden. Auch die Erarbeitung und Erweiterung von Gestaltungsrichtlinien wie dem Online-Styleguide sowie die Prüfung von Webseiten oder Seitenelementen auf Konformität mit dem Online-Styleguide des AG sind Teil des Auftrags.

Alle Leistungen sind unter Berücksichtigung der Online-Dachmarkenstrategie des Ministeriums in enger Abstimmung mit dem AG und dem externen Programmierungsdienstleister sowie unter Berücksichtigung zeitgemäßer Gestaltungsrichtlinien, mobiler Endgeräte (Responsive Webdesign im Sinne des Mobile First Ansatzes) sowie Vorgaben der Barrierefreiheit zu konzipieren. Die Einhaltung der Vorgaben des Corporate Designs sowie die Weiterentwicklung

und Neu-Konzeption der Online-Dachmarkenstrategie sind ebenfalls Teil des Auftrags.

Daneben können Schulungs- und Beratungstermine oder die Erstellung von Monitoring-, Trend- oder Reporting-Berichten notwendig sein. Zudem wird eine Beratung zur optimalen Umsetzung eines barrierefreien Internetauftritts gefordert.

2. Webdesign und Layoutgestaltung

Die Online-Auftritte des AG werden auf Basis des Open Source Content Management Frameworks TYPO3 CMS betrieben. Aktuell ist die Version 13.4.28 auf einer Multi-Domain Instanz im Einsatz. Für die Programmierung und den Betrieb der Instanz besteht ein Vertrag mit einem externen Dienstleister.

Die Hauptsprache der Webseiten ist Deutsch. Einzelne Seiten weisen darüber hinaus Angebote in englischer, tschechischer und weiteren Sprachen auf.

Unter Leistungen im Bereich Webdesign und Layoutgestaltung versteht der AG die Layoutentwicklung und die Erstellung von Designs für neue oder bestehende Webseiten, Webseitenelemente und für Social Media gemäß Dachmarkenstrategie, Corporate Design und Online-Styleguide des AG. Neue Seiten können Onepager, Microsites oder auch umfangreiche Webseitenprojekte wie die Ministeriumsseite betreffen. Der AN erbringt zudem Leistungen für die Entwicklung nutzerzentrierter Apps. Der Bereich App-Design umfasst die Erstellung markenkonformer, zwingend barrierefreier und intuitiver Benutzeroberflächen. Der AN muss sicherstellen, dass die Gestaltung konsequent nach aktuellen App-Usability-Standards sowie den spezifischen Plattform-Guidelines erfolgt.

Die Leistungserbringung hat über Wireframes, Mockups bzw. Demo-Material in enger Abstimmung mit dem AG sowie den technischen Vorgaben des externen Programmierungsdienstleisters unter Berücksichtigung moderner Gestaltungsrichtlinien und Trends, Zielgruppenanalysen, responsiver

Seitengestaltung sowie den zum Zeitpunkt der Leistungserbringung aktuell geltenden Vorgaben der Barrierefreiheit gemäß BITV zu erfolgen.

Die vom AN zugelieferten Inhalte bei „Webdesign und Layoutgestaltung“ müssen im Sinne der kollaborativen Projektarbeit in einem modernen Austauschsystem (z.B. Figma) des AN dem AG zur Verfügung gestellt werden, auf das der AG zugreifen kann. Sofern es einer Einweisung des AG in das Austauschsystem bedarf, ist dies durch den AN durchzuführen.

3. Erzeugung von Content in textlicher, bildlicher, multimedialer bzw. redaktioneller Form

Der AN erzeugt für den AG Inhalte (Content) für die Online-Kommunikation. Dies kann die Erstellung von Texten, Bildern und multimedialen Inhalten umfassen. Die redaktionellen Inhalte, üblicherweise mit wirtschaftspolitischem Schwerpunkt, müssen crossmedial oder kanalbezogen (z.B. Webseite, Blog, Social-Media-Post, etc.), zielgruppen- und suchmaschinenoptimiert für die Ministeriumswebseite des AG, die Tochterseiten sowie Social-Media-Kanäle, Blogs oder Newsletter einsetzbar sein. Bei der Erzeugung von Content (insbesondere visuelle Inhalte) berücksichtigt der AN die Einhaltung der Corporate Design Vorgaben des AG. Alle durch den AN erstellten textlichen und redaktionellen Inhalte unterliegen vor der Übermittlung an den AG einem internen Qualitätssicherungsprozess auf Seiten des AN.

Im Rahmen der Content-Erzeugung kann der Zukauf von Drittlizenzen für Bild-, Ton- oder Videomaterial durch den AN notwendig sein. Der AN muss beim Zukauf von Drittlizenzen sicherstellen, dass die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte beim AG liegen.

Text

Die Erstellung von Texten kann die Recherche passender Themen, Inhalte und Kontakte, Abstimmung, Koordinierung und Kontaktaufnahme mit Gesprächspartnern, (Telefon-)Interviews, Aufbereitung bestehender oder Erstellung neuer Texte, Keyword-Recherchen, Potenzialanalysen sowie Abstimmungsschleifen mit dem AG und ggf. weiteren involvierten Parteien mit

anschließender Übermittlung an den AG umfassen. Das Erstellen von Texten gemäß den Richtlinien für „Leichte Sprache“ kann ebenfalls gefordert sein.

Bei der Zulieferung von auf einer Webseite zu veröffentlichenden PDF-Dokumenten berücksichtigt der AN die aktuell geltenden Vorgaben für barrierefreie Dokumente.

Daneben muss der AN Redaktions- und Übersetzungsleistungen, insbesondere auch in englischer Sprache leisten können.

Bild

Der AN muss zudem (Bewegt-)Bildmaterial z.B. für Header, Teaser und Posts zuliefern. Dies kann entweder durch Recherche und Zukauf von Drittlizenzen für Bildmaterial oder mittels Eigenproduktionen.

Multimedia

Multimediale Inhalte umfassen die Erstellung von Animationen, Animationselementen oder Bewegtbild-Inhalten (z.B. Erklärfilme, 360 Grad Kamera-Ansichten, etc.) zur Einbindung in die Online-Kommunikation des AG. Dies kann auch den Zukauf von Drittlizenzen für Bild-, Ton- oder Videomaterial erfordern.

Zur Gewährleistung der digitalen Barrierefreiheit gehört hierzu auch die Produktion von Gebärdensprachvideos für den AG. Der AN kann für diese spezifische Leistung bei Bedarf auf qualifizierte Nachunternehmer zurückgreifen. Der Einsatz von Nachunternehmern zur Erstellung von Gebärdensprachvideos ist mit dem AG abzustimmen.

Daneben muss der AN auch interaktive Sonder-Elemente wie z.B. Diagramm-Darstellungen, Kartenlösungen, 3D-Darstellungen, Scrollytelling-Formate, etc. in

Zusammenarbeit mit dem Programmierungsdienstleister zur Einbindung in das Content-Management System (CMS) TYPO3 erbringen.

Redaktion

Der AN unterstützt den AG bei Bedarf bei der Aktualisierung und Weiterentwicklung von Seiteninhalten jeglicher Art. Hierzu zählt auch die Einpflege und/oder die Migration größerer Inhaltsmengen. Der AG kann dem AN zu diesem Zweck einen Zugang zum TYPO3-Backend einrichten.

4. Performance-Marketing-Kampagnen

Im Rahmen der Online-Kommunikation übernimmt der AN auf Anforderung des AG die Konzeption, Einrichtung und operative Aussteuerung von SEA-Kampagnen im Rahmen eines kennzahlenbasierten Performance-Marketings. Der AN entwickelt dabei Kampagnenkonzepte mit Zeit-, Maßnahmen- und Budgetplan. Dies umfasst die zielgruppengenaue Ausrichtung, die kontinuierliche (datengestützte) Auswertung und Optimierung laufender Kampagnen zur Sicherstellung der Kosteneffizienz und Reichweite sowie ein transparentes Monitoring und Reporting. Bei der gesamten Kampagnenplanung und -durchführung sind die geltenden Datenschutzbestimmungen (insbesondere DSGVO und Vorgaben an das Consent-Management) sowie die Einhaltung von Kommunikationsrichtlinien des AG zwingend zu gewährleisten. Die Gestaltung und Aussteuerung von Kampagnen sind mit dem AG abzustimmen. Nach Beendigung einer Kampagnenschaltung erstellt der AN eine Gesamt-Evaluation, aufgeschlüsselt nach den einzelnen Kanälen und Maßnahmen mit Handlungsempfehlungen zur Optimierung.

5. Social Media Marketing mit Influencer Management

Im Rahmen der Konzeption und Durchführung von Kampagnen mit sogenannten Influencern übernimmt der AN neben der Konzeption, (Content-) Planung, dem Kampagnen-Management und der Evaluation insbesondere auch die Recherche, Prüfung und Vorauswahl von geeigneten Influencern. Auf dieser Basis präsentiert der AN dem AG eine Auswahl passender Influencer zur Abstimmung und

übernimmt im Anschluss deren Ansprache. Der AN übernimmt die Erstellung und den Versand von Anfragen, Briefings und die Koordinierung sowie Abstimmung von Inhalten, Formaten und Nutzungsrechten in Abstimmung mit dem AG. Zudem übernimmt der AN die Kommunikation, das Vertragsmanagement und die laufende Betreuung der Influencer. Hierzu unterbreitet der AN dem AG entsprechend mit dem jeweiligen Influencer abgestimmte Vertragsangebote auf Grundlage eines mit dem AG abgestimmten oder eines vom Influencer vorgelegten Vertragswerks. Der Vertragsschluss erfolgt zwischen dem Influencer und dem AG. Der AN erhält eine Kopie dieses Vertrags. Ein direktes Vertragsverhältnis besteht nur zwischen dem AG und dem Influencer, der AN koordiniert dieses Vertragsverhältnis. Die Höhe der Vergütung richtet sich nach dem jeweiligen Vertragsverhältnis zwischen AG und Influencer. Die Vergütung wird zwischen dem Influencer und dem AN direkt abgewickelt. Hierzu überweist der AG dem AN den erforderlichen Betrag nach erfolgter Leistung mit Vorlage einer Rechnung des Influencers.

6. Sonstige Anforderungen

6.1 Projekteinarbeitung

Zu Vertragsbeginn stimmen der AN und AG Zugangs- und Kontaktdaten sowie alle notwendigen Informationen zur Einrichtung der Berechtigungen (E-Mail-Adressen der Projektbeteiligten für Token, IP-Adressen, etc.) ab. Daneben arbeitet sich der AN schnellstmöglich, maximal aber innerhalb von vier Wochen umfassend in alle Projekte ein, nimmt an Online- und Präsenzterminen mit dem AG oder dem bisherigen Vertragspartner teil. In Abstimmung mit dem AG übernimmt der AN schrittweise eigene Projekte.

6.2 Projektmanagement

Abstimmungen können vor Ort im StMWi, via E-Mail und/oder digital (z.B. via WebEx) stattfinden. Die Nutzung weiterer Software-Plattformen für die digitale Kommunikation und Zusammenarbeit ist mit dem AG im Einzelfall abzustimmen.

Im Anschluss an Besprechungen ist vom AN ein kurzes Ergebnisprotokoll zu erstellen, das dem AG zugeleitet wird.

Regelmäßige Status Calls (wöchentlich oder 14-tägig) zum Sachstand der aktuellen Projekte sind einzuplanen und mit dem AG abzustimmen.

Das Erstellen von Projektplänen mit fest definierten Zulieferungsterminen durch den AN ist mit dem AG im Einzelfall abzustimmen.

Der AN muss je nach Einzelprojekt auch agil mit dem externen Programmierungsdienstleister und weiteren Parteien zusammenarbeiten. Da der AN zur Leistungserbringung bei Bedarf mit dem externen Programmierungsdienstleister des AG kooperieren muss, ist vom AN ein klares Schnittstellenmanagement zu etablieren. Dies beinhaltet die Definition fester Ansprechpartner und Lösungswege bei Problemen, Verzögerungen oder Unklarheiten in der Umsetzbarkeit, um Projektfortschritte zu gewährleisten.

6.3 Termin- und Leistungsflexibilität

Da die Anforderungen wegen politischer Dringlichkeit oft kurzfristig und parallel auftreten (unter anderem zur möglichen Unterstützung bei unvorhersehbaren Ereignissen oder im Rahmen einer Krisenkommunikation), erfordern die Angebotserstellung des Einzelauftrags, Projektplanung und Leistungserbringung in der Regel ein hohes Maß an Termin- und Leistungsflexibilität seitens des AN, im

Einzelfall auch außerhalb der üblichen Büro-Kernzeiten oder am Wochenende. Das muss der Dienstleister abbilden können.

Der AN muss auch sehr kurzfristig anberaumte Besprechungstermine mit dem AG, zum Teil am gleichen Tag, wahrnehmen können, im Einzelfall auch vor Ort im StMWi.

6.4 Kommunikationssprache

Die Kommunikation (Auftragssprache) mit dem AG sowie die Kommunikation vor Ort erfolgt in deutscher Sprache.

6.5 Besonderheiten der Barrierefreiheit

Bei der Leistungserbringung müssen die Besonderheiten der Vorgaben zur Barrierefreiheit für oberste Landesbehörden gemäß den rechtlichen Anforderungen (u. a. nach BITV 2.0 bzw. WCAG 2.1, BayEGovV, BayBGG) unaufgefordert bei der Entwicklung aller Maßnahmen berücksichtigt werden, z.B. Möglichkeit zur Schriftgrößen- und Kontraständerung, Berücksichtigung von Vorlesesoftware, Inhalte in Leichter Sprache, etc.

6.6 Technische Spezifikation

Die Übergabe der beauftragten Wireframes und Designs hat in gängigen Dateiformaten aktueller Bildbearbeitungs-, Vektorgrafik- und Desktop-Publishing-Programme üblicherweise in Form von Photoshop-, Illustrator- oder InDesign-Dateien zu erfolgen. Texte sind als Word-Datei zu übermitteln. Bilder sind üblicherweise als JPG, PNG, WebP oder PSD zu übermitteln. Projektbezogen kann die Notwendigkeit bestehen, Bildmaterial im Format SVG, TIFF oder RAW zu übermitteln. Bewegtbild-Dateien sind grundsätzlich als mp4 zu liefern. Eine Zulieferung von Bewegtbild-Dateien in WebM auf Anfrage des AG muss gewährleistet werden. Der AN beachtet bei visuellen Inhalten, dass die Dateigrößen optimiert sind, um eine reibungslose Verarbeitung und Nutzung zu gewährleisten. Materialien zur Programmierung neuer Internetseiten müssen durch Übermittlung internetoptimierter Dateien vor der Abnahme durch den AG so

aufbereitet werden, dass der Programmierungsdienstleister unverzüglich mit den Arbeiten beginnen kann.

Der AN ist verpflichtet, dem AG Dateien per sicherer Cloud-Lösung (mit Passwort) zu übermitteln. Der Weg der Übermittlung ist mit dem AG vorab abzustimmen. Eine Cloud kann durch den AG zur Verfügung gestellt werden.

Die Übermittlung von sensiblen und vertraulichen Inhalten muss über sichere und verschlüsselte Kommunikationswege (verschlüsselte Datenübertragungen) erfolgen. Der AN bietet dem AG eine entsprechende Datenübertragung an, sofern diese benötigt wird. Sofern Clouddienste vom AN oder von einem seiner Nachunternehmer in Anspruch genommen werden, ist insbesondere der Mindeststandard des [Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik \(BSI\)](#) zur Nutzung externer Cloud-Dienste anzuwenden.

Die technischen Spezifikationen sind mit dem AG abzustimmen. Der AG kann die Vorgaben jederzeit anpassen.

6.7 Datenschutz

Der AN verpflichtet sich als Auftragsdaten-Verarbeiter des AG nach Art. 28 Abs. 1 DSGVO, geeignete technische und organisatorische Maßnahmen zur datenschutzrechtskonformen Auftragsdatenverarbeitung vorzuhalten. Der AN berücksichtigt insbesondere die für den AG geltenden Vorgaben und Richtlinien des Datenschutzes (u. a. nach BayDSG und DSGVO). Der AN trifft geeignete technische und organisatorische Maßnahmen, um die Sicherheit der verarbeiteten Daten sicherzustellen. Der AN schult das eingesetzte Personal eigenständig und für den AG unentgeltlich in den erforderlichen Bereichen. Der AN stellt sicher, dass keine personenbezogenen Daten ohne entsprechende rechtliche Grundlage verarbeitet oder veröffentlicht werden. Bei Zweifeln bezüglich der datenschutzrechtlichen Zulässigkeit ist vorab Rücksprache mit einem Datenschutzverantwortlichen oder dem AG zu halten.

6.8 Archivierung

Der AN muss alle Daten, die im Zusammenhang mit der Erstellung von Leistungen für den AG stehen, selbständig auf eigenen Festplatten bis zum Ende der

Rahmenvereinbarung archivieren. Der AG kann die Übermittlung der Daten jederzeit kurzfristig anfordern, spätestens zum Ablauf der Rahmenvereinbarung.

6.9 Übergabe zum Vertragsende

Zum Ende der Laufzeit der Rahmenvereinbarung muss der AN eine Übergabe aller Projektdaten an den AG und den zukünftigen Vertragspartner des AG durchführen, um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten. Der AN verpflichtet sich, mit dem neuen Vertragspartner kooperativ zusammenzuarbeiten und ihm wissentlich keine Informationen vorzuenthalten.

Die Übergabe umfasst die Einarbeitung in alle laufenden Projekte und die Vorstellung abgeschlossener Projekte, die Einarbeitung in das Corporate Design und die Online-Dachmarkenstrategie des AG sowie die Teilnahme an Abstimmungsterminen mit dem AG und dem neuen Vertragspartner.

III. Mindestanforderung an das mit der Ausführung des Auftrags betrauten Personals (Projektteam)

Das Projektteam umfasst alle Personen, die mit der inhaltlichen Ausführung der geforderten Leistung (Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion für die Online-Kommunikation des StMWi) im Wesentlichen betraut sind. Bei der Angabe der Personen im Projektteam ist es nicht zulässig, dass eine Person mehrere Rollen gleichzeitig einnimmt (keine Personalunion). Es ist je Position eine reale Person anzugeben. Folgende Mindestanforderungen müssen dabei erfüllt werden.

1. Größe des Projektteams

Für die Leistungserbringung „Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion für die Online-Kommunikation des StMWi“ muss das Projektteam mindestens fünf Personen umfassen, davon mindestens eine Projektleitung, eine stellvertretende Projektleitung, einen Art Director, einen Creative Designer und einen Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager.

2. Erfahrung der Projektleitung und stellvertretenden Projektleitung

- a) Die Projektleitung muss mindestens 4 Jahre Berufserfahrung als Projektleitung oder stellvertretende Projektleitung im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation haben.
- b) Die stellvertretende Projektleitung muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung als Projektleitung oder stellvertretende Projektleitung im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation haben.

3. Erfahrung im Bereich Grafikdesign & Layout, Online-Marketing & Social-Media-Marketing

- a) Der Art Director muss mindestens 4 Jahre Berufserfahrung im Bereich Grafikdesign und Layout haben.
- b) Der Creative Designer muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung im Bereich Grafikdesign und Layout haben.
- c) Der Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung im Bereich Online-Marketing und Social-Media-Marketing haben.

IV. Zeitliche Vorgaben

Beginn: mit Zuschlagserteilung, frühestens jedoch ab 01.12.2026

Ende: 30.11.2028

Einarbeitungsphase: maximal 4 Wochen

2 – fache Verlängerungsoption um jeweils weitere 12 Monate

Zu Vertragsbeginn arbeitet sich der AN umgehend vollumfänglich in alle Leistungsbereiche (vgl. Kap. II. 1. - 6.) ein und übernimmt in Abstimmung mit dem AG schrittweise eigene Projekte. Die Einarbeitungsphase soll maximal vier Wochen dauern.

V. Höchstwert

Für die zu erbringenden vertragsgegenständlichen Leistungen wird eine Preisobergrenze (Höchstwert) in Höhe von 760.000 Euro (netto) bezogen auf den gesamten Vertragszeitraum (inkl. Verlängerungsoptionen) festgelegt.

VI. Weitere Pflichten des AN

1. Der AN stellt sicher, dass er und das jeweils eingesetzte Personal stets über alle für die Durchführung der Einzelleistungen erforderlichen gesetzlichen Genehmigungen und Erlaubnisse verfügen.
2. Der AN verpflichtet sich, die anerkannten Regeln der Technik, insbesondere die vom Gesetzgeber, den Aufsichtsbehörden sowie den Berufsgenossenschaften erlassenen Vorschriften, Richtlinien und Anordnungen einzuhalten.
3. Die Unternehmerische Eigenverantwortung für das vom AN eingesetzte Personal obliegt dem AN selbst. Er hat das alleinige Weisungsrecht.
4. Soweit zur Leistungserbringung besondere fachliche betriebliche Zulassungen erforderlich sind, ist der AN verpflichtet, diese Zulassungen zu erwerben und auf Verlangen nachzuweisen.



Online-Styleguide

zur Dachmarkenstrategie des Bayerischen Staatsministeriums
für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

1	Einleitung	5	7	Bildformate	26
			7.1	Bildverhältnisse	27
			7.2	Mediaformate	28
2	Raster und Seitenaufteilung	6	8	Komponenten und Zustände	29
2.1	Raster (1600 _ 1360)	7	8.1	Komponenten und Zustände (1600 - 1440)	30
2.2	Raster (1440 _ 960)	8	8.2	Komponenten und Zustände (>1024)	38
2.3	Raster (1024 _ 960)	9	8.3	Formularfelder	41
2.4	Raster (768 _ 720)	10	8.4	Rich Text Formatierung	45
2.5	Raster (420)	11			
2.6	Seitenaufteilung	12	9	Animationen	50
2.7	Header	14	9.1	Image Hover Animation	51
2.8	Seitenabschluss und Footer	15	9.2	Parallax-Effekt	52
3	Farben	16	10	Module	53
3.1	Farbpalette	17	10.1	Teaser	54
3.2	Textfarben	19	10.2	Farbboxen	62
3.3	Linienfarben	20	10.3	Listen	63
4	Typografie	21	10.4	Social Media	67
5	Rauten	23	10.5	Header	68
6	Icons	25	10.6	Hinweisbanner	69
			10.7	Startseite – Bühne	70

10.8	Breadcrumb	71
10.9	Startseite – Section Title	72
10.10	Hero-Element	73
10.11	Footer	75
10.12	Daten & Fakten Modul	76
10.13	Terminhinweis	77
10.14	Zitatmodul	78
10.15	Seiteneinstieg – Themenseite	79
10.16	Seiteneinstieg mit Video	80
10.17	Buttons und Kontaktmodul	81
10.18	Cookie-Hinweis	82
10.19	Suche	83
10.20	Mediathek	84
10.21	Video-Vorschaubild mit Datenschutzhinweis	85
10.22	Sprungmarken	86

11	Container	87
11.1	Container 12 Spalten	88
11.2	Container 6+6 Spalten	89
11.3	Container 6+3+3 Spalten	94
11.4	Container 3+3+3+3 Spalten	99
11.5	Container 4+4+4 Spalten	104
11.6	Container 1+10+1	109
11.7	Container 2+8+2	111

1 Einleitung

Der Online-Styleguide legt fest, welche Grundmerkmale die Corporate Website des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie auszeichnen und wie diese auf Fach- und Themenseiten sowie Image- und Kampagnenseiten übertragen werden können. Neben dem Einfluss aktueller Benchmarks und Standards sowie der Ausrichtung auf die Zielgruppen sind die Vorgaben durch das Corporate Design der Bayerischen Staatsregierung die Basis des vorliegenden Styleguides.

Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie verfügt über ein umfangreiches Online-Angebot zu einer Vielzahl von Themen mit großer inhaltlicher Tiefe. Die Website stmwi.bayern.de ist die Hauptseite des Ministeriums. Sie stellt die Visitenkarte des Bayerischen Wirtschaftsministeriums dar und bündelt Aktivitäten und Informationen zu den wirtschaftspolitischen Kernthemen.

Die Dachmarkenstrategie des Bayerischen Wirtschaftsministeriums präsentiert in der Online-Kommunikation die Aktivitäten und Kompetenzen des Ministeriums als Einheit mit deutlichem Wiedererkennungseffekt im Rahmen einer modularen Web-Architektur.

Das Webdesign des Dachmarkenkonzepts ist durch klare Strukturen und Übersichtlichkeit gekennzeichnet. Das modulare, flexible Baukastensystem ermöglicht es, jederzeit weitere Websites des Ministeriums wirtschaftlich, effizient und qualitativ hochwertig zu entwickeln.

Durch die flexibel einzusetzenden Module können die einzelnen Websites individuell mit einheitlichen visuellen Elementen gestaltet werden, die den Kriterien des Corporate Designs entsprechen.

Die Responsivität der Websites ist aufgrund der immer stärker auf mobile Geräte verlagerten Nutzung des Internets eine wichtige Grundvoraussetzung für das Webdesign. Dabei werden zudem die Vorgaben zur Barrierefreiheit (gemäß BayBITV) erfüllt.

Im Sinne einer inkrementellen, iterativen Fortentwicklung wird der Styleguide mit jedem neu entstehenden Online-Angebot des Bayerischen Wirtschaftsministeriums erweitert und fortgeschrieben.

2 Raster und Seitenaufteilung

Der Aufbau aller Seitentypen der Websites unter der Dachmarke orientiert sich an einem Rastersystem mit einer Breite von 8 x 8 px. Diese Einheiten sind die Basis für die Anordnung und Ausrichtung der Inhaltsmodule und -segmente. Alle Konstanten des Design-Systems, die innerhalb des Content-Containers genutzt werden, basieren auf dem Wert 8 oder einem Vielfachen von 8.

Als Grundraster für Desktop-Formate wird ein 12er-Grid verwendet, das im responsiven Verhalten adaptiv zu einem 12er-Grid bei Tablet Hochformat und Smartphones umbricht. Dieses System hat sich für die Entwicklung moderner Websites bewährt und bietet höchstmöglichen Gestaltungsspielraum, da sowohl 3-spaltig, als auch 4-spaltig oder 6-spaltig gearbeitet werden kann.

Des Weiteren ermöglicht die Aufteilung in 12 Spalten, weiterführende Informationen links und rechts des Contents zu platzieren. Diese Informationen werden bei mobilen Anwendungen vor oder nach dem Content angeordnet.

Alle Seitentypen sind in die Abschnitte Kopfbereich, Contentbereich und Seitenabschluss aufgeteilt. In jedem dieser Abschnitte gibt es Unterbereiche für die Darstellung der Inhalte. Inhalte und Funktionen können dadurch in einer Art Baukastensystem modular und individuell miteinander kombiniert werden.

Diese zeitgemäße und zukunftsgerichtete Konzeption bietet die Möglichkeit, flexibel Website-Satelliten zu erstellen, die sich einerseits von der Hauptwebsite des Bayerischen Wirtschaftsministeriums abheben, sich andererseits erkennbar auf das Erscheinungsbild der Dachmarke beziehen.

2.1 Raster (1600 _ 1360)

Für den Seitenaufbau wird ein 12-spaltiges Grundraster verwendet. Die Breite einer Spalte beträgt 84 px, der Abstand zwischen den Spalten 32 px.

Der Seitenaufbau ist visualisiert für eine Bildschirmgröße von 1600 px Breite, sodass sich jeweils 120 px Abstände zu den Seitenrändern ergeben.

Um die Benutzerfreundlichkeit zu gewährleisten, wird die Website je nach Bildschirmgröße anders dargestellt (Responsive Design). Strukturen, Texte und Medien passen sich flexibel der jeweiligen Bildschirmgröße an. Inhalte, die bei kleineren Auflösungen nicht mehr in eine Zeile passen, werden in die nächste Zeile verschoben.



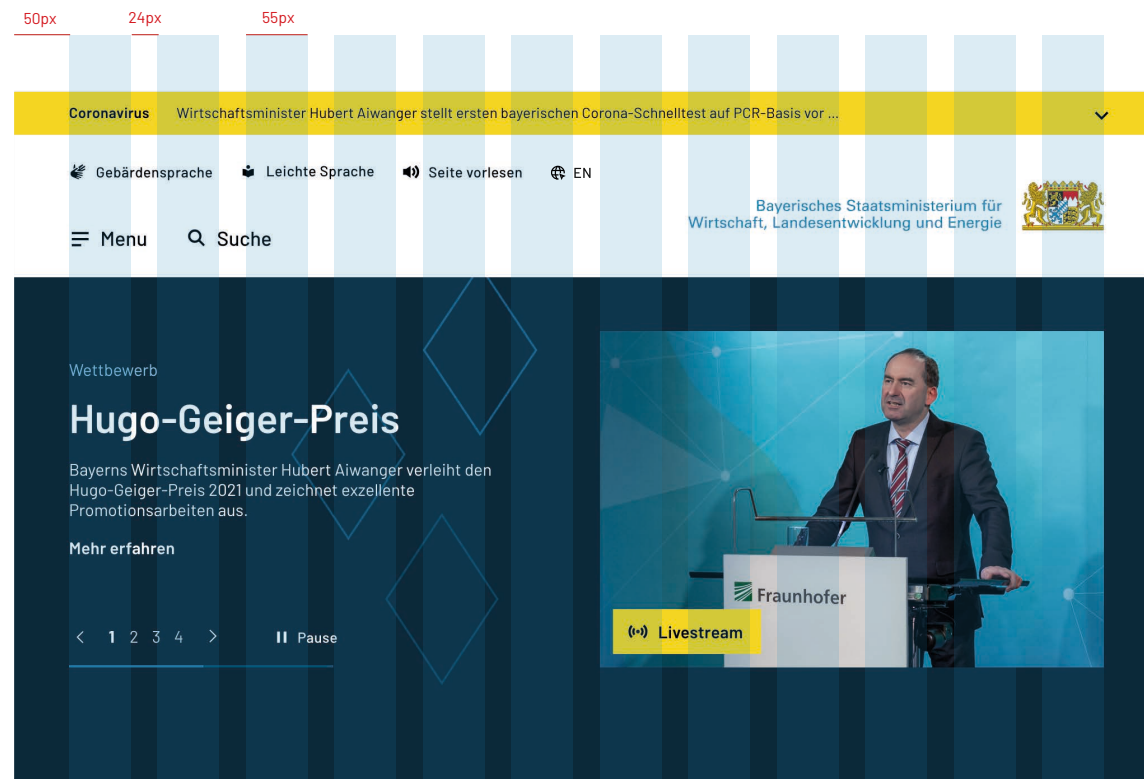
2.2 Raster (1440 _ 960)

Ab 1440 px Breite bleiben Raster, Schriftgrößen und Anordnung identisch. Lediglich vollflächige Bilder und Farbflächen (z.B. das Opener-Bild) verlängern sich zu den Monitorrändern.



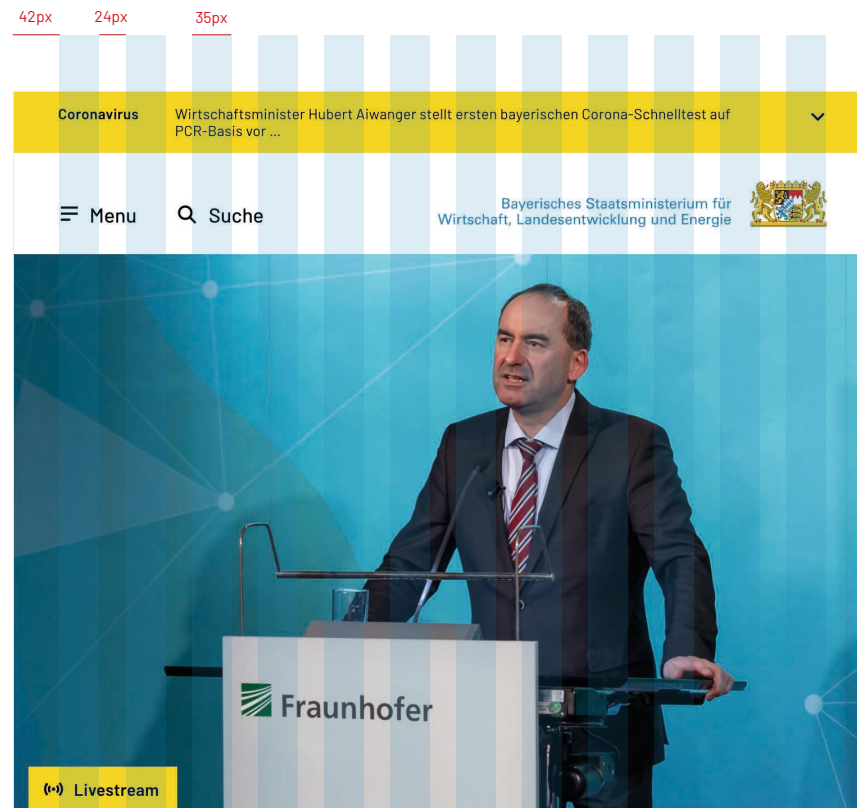
2.3 Raster (1024 _ 960)

Zwischen 1024 px und 960 px Breite verkleinern sich Raster, Schriftgrößen und Abstände proportional.



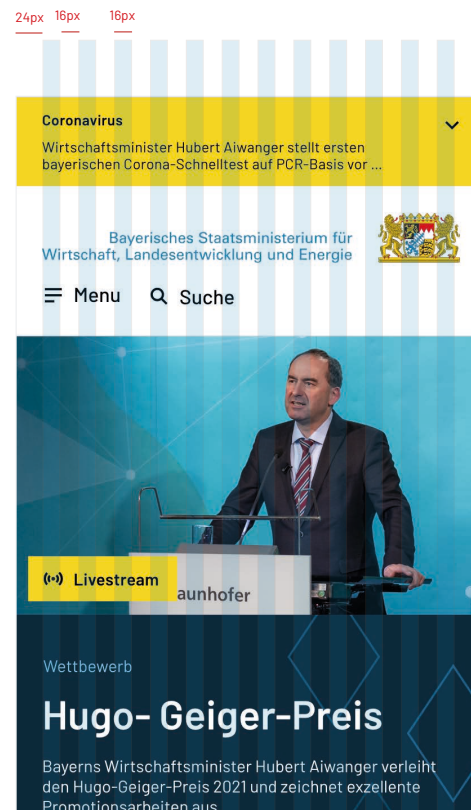
2.4 Raster (768 _ 720)

Zwischen 768 px und 720 px Breite verkleinern sich Raster, Schriftgrößen und Abstände proportional.



2.5 Raster (420)

Bei 420 px Breite (Mobilgeräte) bleibt das Raster 12-spaltig. Schriftgrößen und Abstände verkleinern sich proportional.



2.6 Seitenaufteilung

Der Inhalt kann aus verschiedenen Unterbereichen bestehen. Er kann frei nach konzeptionellen Anforderungen bestückt werden.

12+ Spalten

12

6

6

8

4

Fortsetzung...

Die grün markierten Spalten werden für zentrierte Module verwendet und zeigen die leeren Spalten.

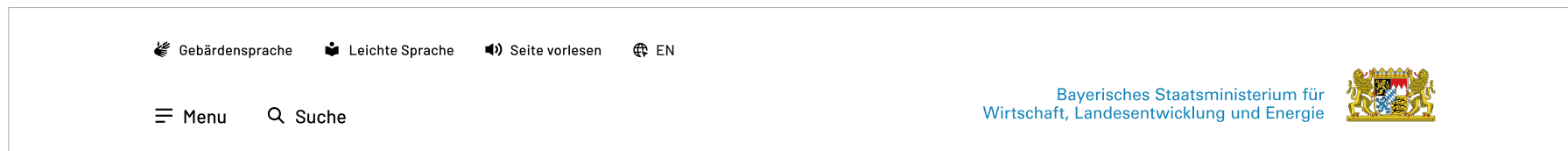
6			3			3	
4			4			4	
3			3			3	
1	10						1
3			6			3	

2.7 Header

In der Kopfzeile finden sich Verlinkungen zur barrierefreien Verwendung der Seite, das ausklappbare Menü und die Suchfunktion. Für ein einheitliches Erscheinungsbild sollen Satellitenseiten dieselbe Struktur verwenden.

Wenn die Nutzer am unteren Rand des Bildschirms vorbeiscrollen, wird der Kopfbereich auf eine schlanke Version minimiert, die Barrierefreiheits-Links werden ausgeblendet und das Große Bayerische Staatswappen wird ohne Wortmarke angezeigt.

Das Menü ebnet den Weg, den ein Nutzer durch die Website nimmt. Es lässt sich am oberen Bildschirmrand öffnen und ist nach Themenbereichen sortiert. Der aktive Menüpunkt ist blau markiert und dient durch die farbliche Hinterlegung als Ankerpunkt. Über das Menü lassen sich sämtliche Unterseiten ansteuern.



2.8 Seitenabschluss und Footer

Im unteren Bereich einer jeden Seite, der als „Footer“ bezeichnet wird, sind die wichtigsten Angebote der Website für den Nutzer zusammengefasst. Der Klick auf einen Link führt zu der entsprechenden Themenseite. Ebenso finden sich hier die Links zum Impressum, zum Datenschutz, zu Benutzerhinweisen und zur Erklärung der Barrierefreiheit sowie Verweise auf unsere Social Media Kanäle.

Um zu vermeiden, dass die Seiten auf mobilen Bildschirmen zu lang werden, werden die Links dort ausgeblendet.



3 Farben

Die Farbpalette der Websites des Bayerischen Wirtschaftsministeriums speist sich aus dem Farbspektrum des Staatswappens und folgt der Leitlinie „Weiß-Blau“. Die Primärfarben sind Blau, Gelb, Schwarz, Rot und Weiß. Möglich sind auch Abstufungen dieser Farbpalette.

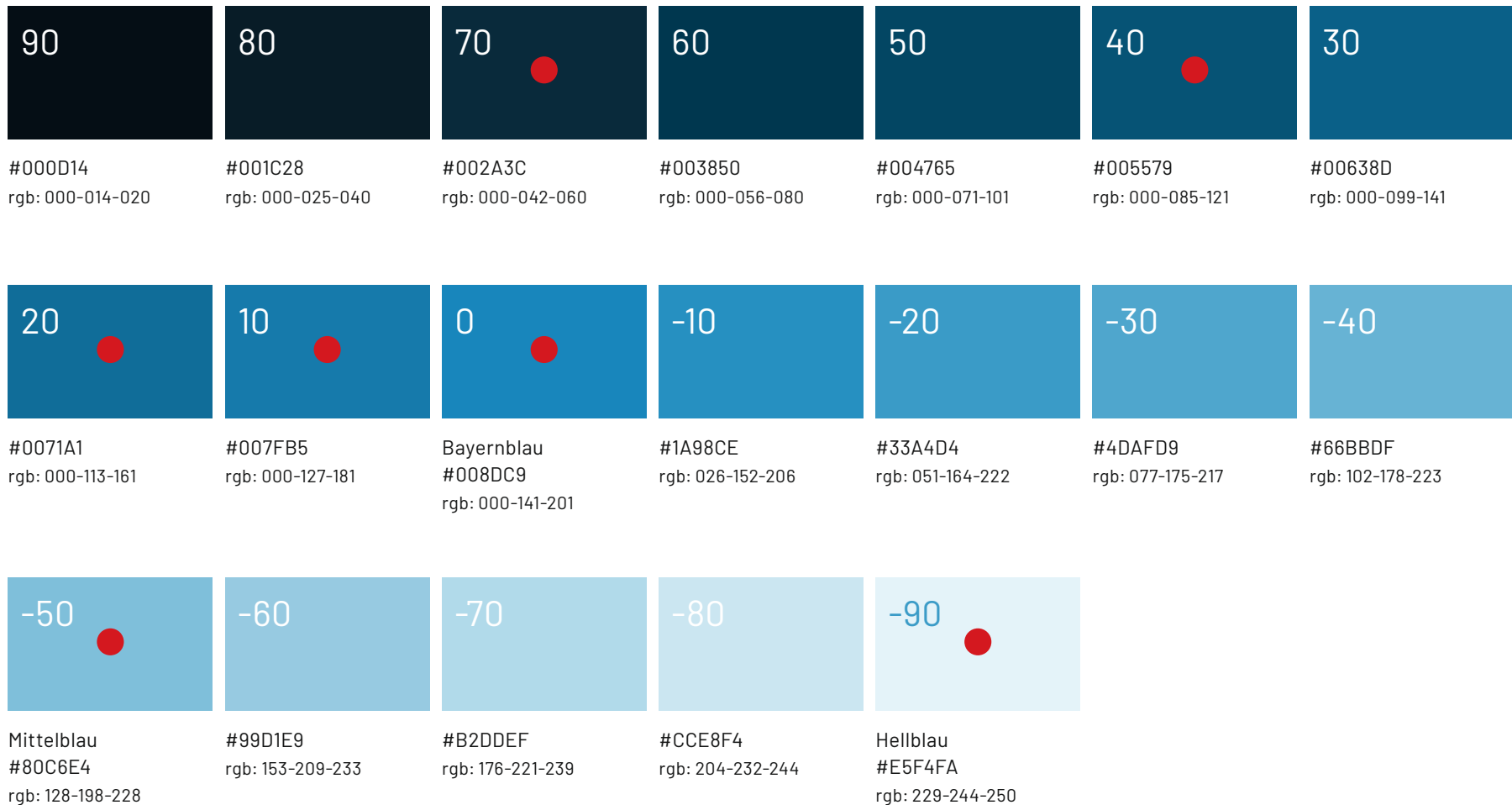
Die Auszeichnungsfarben Gelb und Blau in verschiedenen Abstufungen finden ihren Einsatz in der Gestaltung von Schaltflächen, Grafiken, Links und Icons. In ihren Abstufungen kommen sie vor allem bei der Gestaltung der Hintergründe vor, wobei dort zudem ein dezentes Grau eingesetzt wird, um einen modernen Look zu vermitteln.

Schwarz oder Weiß werden für den Fließtext verwendet. Rot kommt typografisch ausschließlich als Warnfarbe zum Einsatz und kann als gestalterisches Mittel zudem bei Störern (grafisches Element zur Hervorhebung) genutzt werden.

Das Zusammenspiel der Farben lässt die Seite insgesamt frisch und aufgelockert erscheinen. Der harmonische Bezug zum Staatswappen ist immer gegeben. Außerdem besitzen die Farben der verschiedenen Elemente einen ausreichenden Kontrast zueinander. Dadurch wirken die Websites klar und strukturiert und die einzelnen Gestaltungselemente erzielen einen hohen Aufmerksamkeitsgrad bei den Nutzern.

3.1 Farbpalette

Die rot markierten Farben werden für die Hauptseite verwendet.



3.1 Farbpalette

Die rot markierten Farben werden für die Hauptseite verwendet.

						
Schwarz #000000 rgb: 000-000-000	Grau 1 #5D6668 rgb: 093-102-104	Grau 2 #81888A rgb: 129-136-138	Grau 3 #A5AAAB rgb: 165-170-171	Grau 4 #C8CBCC rgb: 200-203-204	Grau 5 #ECEDEE rgb: 236-237-238	Weiß #FFFFFF rgb: 255-255-255
						
Akzent #FFDD00 rgb: 255-221-000	Warnung #FFDD00(10%) rgb: 255-221-000	Error #E2001A rgb: 226-000-026	Error #E2001A(5%) rgb: 226-000-026	Success #1A936F rgb: 026-147-111		

3.2 Textfarben

Je nach Hintergrundfarbe, passen sich die Schriftfarben an.

<div>Hintergrund #000000 Text #FFFFFF *Strichwort #008DC9</div>	<div>Hintergrund #002A3C (B70) Text #FFFFFF Text #80C6E4</div>	<div>Hintergrund #005579 (B40) Text #FFFFFF</div>	<div>Hintergrund #0071A1 (B20) Text #FFFFFF</div>
<div>Hintergrund #E5F4FA (B-90) Text #000000 *Strichwort #0071A1</div>	<div>Hintergrund #ECEDEE (G5) Text #000000 *Strichwort #0071A1</div>	<div>Hintergrund #FFFFFF Text #000000 *Strichwort #0071A1 *Metadaten #5D6668</div>	
<div>Hintergrund #FFDD00 Text #000000</div>	<div>Hintergrund #FFDD00 (10%) Text #000000</div>	<div>Hintergrund #E2001A (5%) Text #000000</div>	

3.3 Linienfarben

Je nach Hintergrundfarbe, passen sich die Linienfarben an.

Hintergrund	#000000
Formularfeld	#81888A
Bilderrahmen	#5D6668

Hintergrund	#E5F4FA (B-90)
Formularfeld	#E5F4FA
Trennlinie Stark	#5D6668
Bilderrahmen	#81888A

Hintergrund	#FFFFFF
Formularfeld	#81888A
Bilderrahmen	#ECEDEE
Trennlinie Stark	#A5AAAB
Trennlinie	#ECEDEE

4 Typografie

Als Schriftart für die Online-Kommunikation des Bayerischen Wirtschaftsministeriums wird die Barlow verwendet. Es handelt sich bei dieser Schriftfamilie um eine leicht abgerundete und kontrastarme Groteskschrift. Sie ist als kostenlose Open-Source-Software bei Google Fonts erhältlich und unterstützt mehr als 200 Sprachen.

Das Erscheinungsbild der Barlow ist angelehnt an den visuellen Stil kalifornischer Leitsysteme in Bussen und Zügen sowie bei Auto-kennzeichen und Autobahnschildern. Sie wurde speziell für die digitale Anwendung konzipiert.

Charakteristisch auffallend sind die verkürzte Schleife beim kleinen g und die leicht abgerundeten Ecken der einzelnen Lettern. Die verkürzten Ober- und Unterlängen ermöglichen das Setzen der Schrift bei geringem Zeilenabstand und verleihen Texten einen angenehmen Grauwert.

Die Barlow sorgt für eine gute und barrierefreie Lesbarkeit.

4 Typografie

Die Barlow ist in zahlreichen Schriftschnitten vorhanden. Neben den regulären Schriftschnitten Regular, Bold und Italic liegt die Schrift in Semibold, Semibold Italic, Bold Italic und weiteren Schnitten vor. Diese Schnitte ermöglichen vielfältige Kombinationsmöglichkeiten und garantieren dem Bayerischen Wirtschaftsministerium dadurch ein individuelles Erscheinungsbild.

The quick brown fox jumps over the lazy dogs	Barlow Web Regular font-weight: 400
The quick brown fox jumps over the lazy dogs	Barlow Web Medium font-weight: 500
The quick brown fox jumps over the lazy dogs	Barlow Web Semibold font-weight: 600
<i>The quick brown fox jumps over the lazy dogs</i>	Barlow Web Italic font-weight: 400
<i>The quick brown fox jumps over the lazy dogs</i>	Barlow Web Medium Italic font-weight: 500
<i>The quick brown fox jumps over the lazy dogs</i>	Barlow Web Semibold Italic font-weight: 600

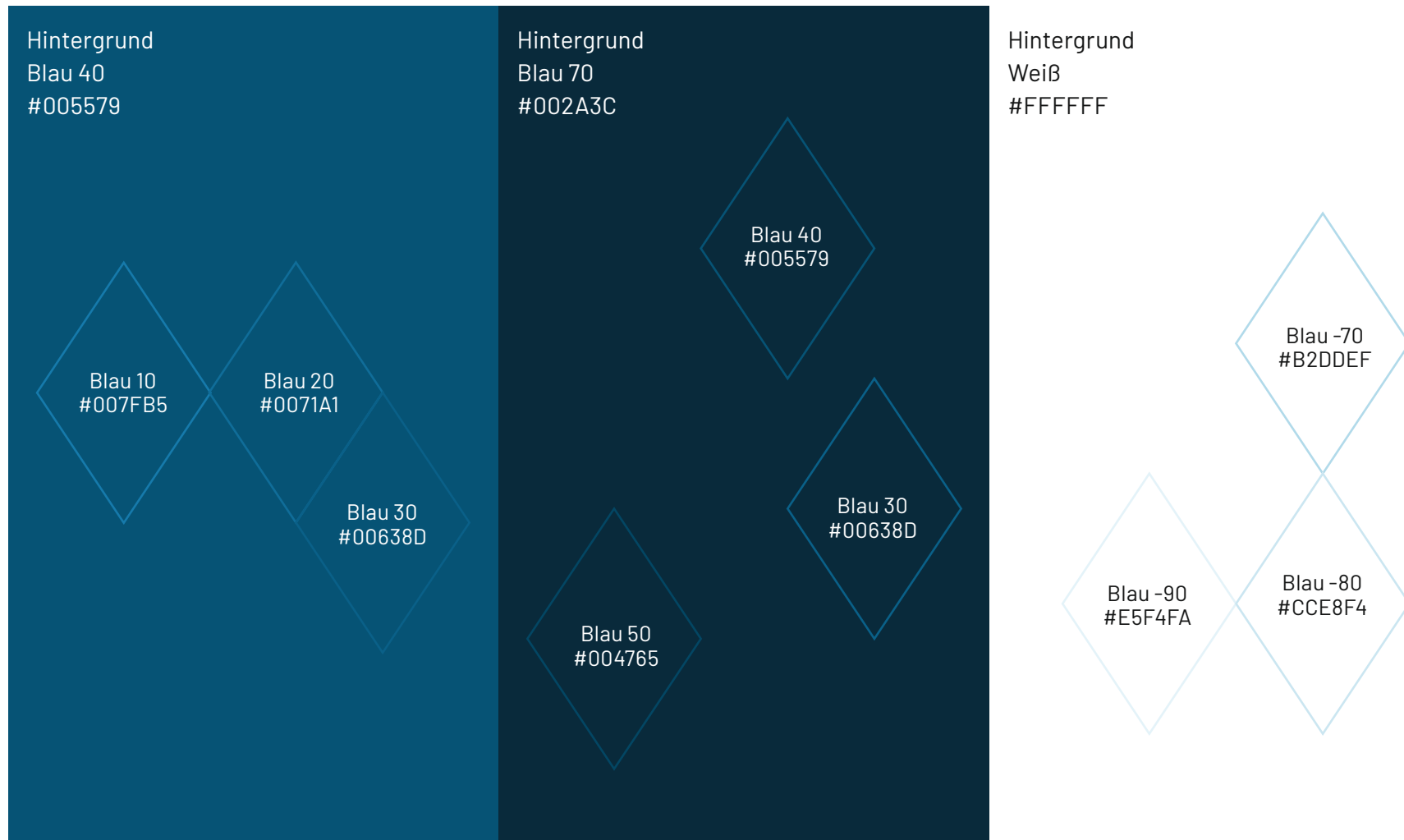
		font size in Pixel	line height in Pixel	font weight
H1	5XL	64	68	500
H1 Slider	4XL	48	52	600
H2	3XL	36	40	500
H3	2XL	28	32	600
H4	XL	24	28	600
Seiteneinstieg	L	20	32	400
Body	M	18	24	400
	S	15	18	400

5 Rauten

Das typische Rautenmuster steht wie kaum ein anderes Symbol für den Freistaat Bayern. Es schmückt das Bayerische Staatswappen und ist in abgewandelter Form ein wiederkehrendes Element in der Kommunikation des Bayerischen Wirtschaftsministeriums. Die Verwendung der Rauten wird deshalb zeitgemäß adaptiert und weitergeführt. Übertragen in ein neues, modernes Erscheinungsbild stellen sie einen weiteren Ankerpunkt im Design dar.

Das Rautenmuster ist eine vereinfachte Version der ursprünglichen Bayern-Raute und repräsentiert die drei Themenfelder des Ministeriums. Das Muster wird als dekoratives Element in unterschiedlichen Modulen auf der Website verwendet und ist in verschiedenen Farb- und Musterkombinationen verfügbar.

5 Rauten

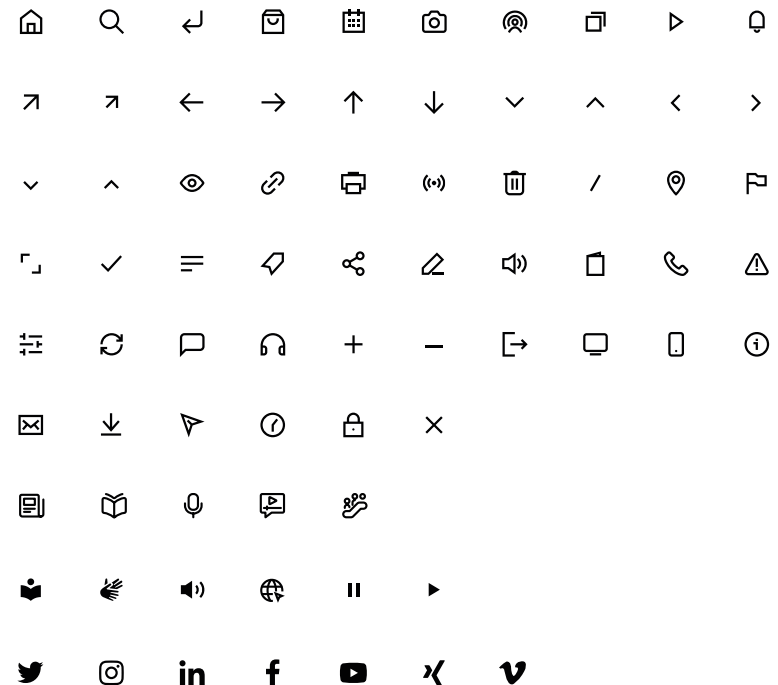


6 Icons

Icons werden verwendet, um Inhalte zu veranschaulichen und das Erfassen von Informationen zu erleichtern. Sie transportieren diese als grafische Symbole in stilisierter Form und können mit oder ohne Textinformation verwendet werden.

Icons sollen reduziert, minimalistisch und möglichst selbsterklärend sein. Die Symbole werden in Outlines dargestellt.

Die Darstellung von Icons ist als farbige Outline-Variante auf Weiß oder als weiße Variante auf dunklem Hintergrund möglich. Die Standardgröße ist 24 x 24 px mit einer Outline von 2 px. Der Aufbau der Icons basiert auf einer klaren Geometrie.



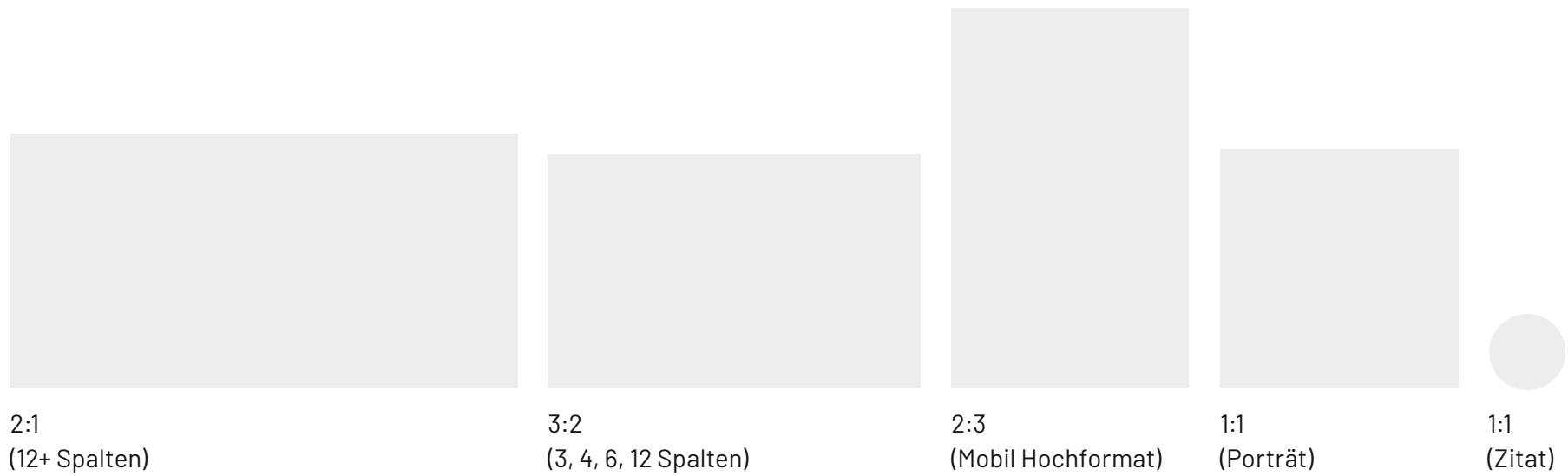
7 Bildformate

Auf der Website werden verschiedene Bildformate verwendet.

Bilder in voller Breite, die sich über den gesamten Bildschirm erstrecken, verwenden das Format 2:1. Auf Mobilgeräten zeigen diese Module ein Bild im Hochformat 2:3.

Teaser-Module haben auf allen Bildschirmgrößen das Bildverhältnis 3:2.

7.1 Bildverhältnisse



7.2 Mediaformate

Unterschiedliche Bildformate ermöglichen eine flexible Einbindung von Medieninhalten.

Mediatyp	Format	optimale Auflösung
Hintergrundbild	JPG / PNG	1920x800 px
Videoloop	GIF / MP4	1920x800 px
Teaserbild	JPG / PNG	780x524 px
Medienslider	JPG / PNG	min. 1580 px
Porträtbild	JPG / PNG	1000x1000 px
Porträtbild Zitat und Kontaktteaser	JPG / PNG	200x200 px

PNG: erzeugt Bilder mit höherer Qualität, hat aber auch eine größere Dateigröße.

JPEG: verlustbehaftete oder verlustfreie Optimierung. Die Qualitätsstufe kann angepasst werden, um ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Qualität und Dateigröße zu erzielen.

GIF: verwendet 256 Farben. Es ist die beste Wahl für kurze Animationen. Verlustfreie Komprimierung.

MP4: kann multimediale Inhalte in Form von Audio- und Videospuren sowie Untertiteln, 2D- und 3D-Grafiken enthalten.

8 Komponenten und Zustände

Buttons (verlinkte Schaltflächen) werden auf den Websites sowohl zum Zweck der Navigation als auch der Verlinkung eingesetzt.

Primäre Buttons werden mit blauer Fläche und weißer Schrift genutzt. Die sogenannten „Call-to-Action Buttons“ (CTA) werden gezielt eingesetzt, um die Nutzer zu einer gewünschten Handlung aufzufordern und Interaktionen auszulösen.

Sekundäre Schaltflächen sind mit blauem Text gekennzeichnet und Serviceschaltflächen, wie eine Bildergalerie oder eine Videowiedergabetaste, verwenden die Farbe Gelb oder Weiß mit schwarzem Text.

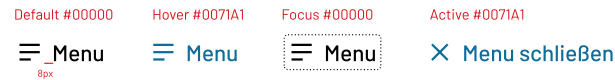
8.1 Komponenten und Zustände (1600 - 1440)

Im Folgenden werden die unterschiedlichen Zustände der Komponenten beim Mouseover und Klick dargestellt.

Meta



Navigation



Navigation Menü



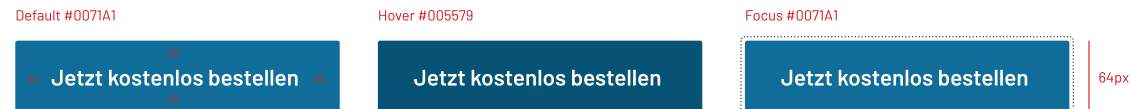
CTA Primär



CTA Sekundär



CTA Mega



8.1 Komponenten und Zustände (1600 - 1440)

Text Button

Default #000000 / #5D6668

Hover #000000 / #5D6668

Focus #000000 / #5D6668

↓ Button text Metadaten
8px

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

Text Button Alternative

↓ Herunterladen Metadaten

🔔 Termin speichern

📄 ePaper

↗ Extern

Text Button Hellblau

↓ Herunterladen Metadaten #000000

Text Button Hellgrau

↓ Herunterladen Metadaten #000000

Text Button Mediathek

↓ Herunterladen Metadaten #FFFFFF

Text Button Themenseiten

↓ Herunterladen Metadaten #FFFFFF

Section Link

Default #000000

Hover #000000

/ Section Link
8px

/ Section Link

8.1 Komponenten und Zustände (1600 - 1440)

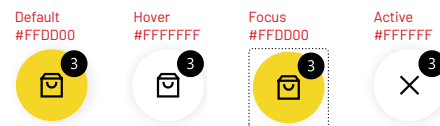
Media Add-on	<p>Default #FFDD00 Hover #FFFFFF Focus #FFDD00</p> <p>12px 48px</p>
Media Add-on Alternative	<p>Livestream Video Podcast Media Icon</p>
Veranstaltung Add-on	<p>Veranstaltung (Header) #FFFFFF / #0071A1 #FFFFFF / #0071A1 #E5F4FA / #0071A1</p> <p>180px 144px 16px 120px 96px 8px</p>
Button	<p>Default #E5F4FA Hover #0071A1 Focus #E5F4FA</p> <p>16px 48px</p>

8.1 Komponenten und Zustände (1600 - 1440)

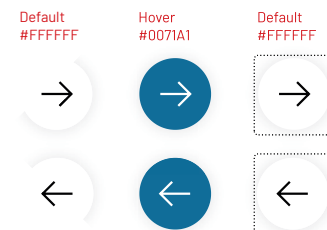
To Top



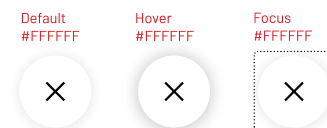
Cart



Slider



Schließen (Pop-up)



8.1 Komponenten und Zustände (1600 - 1440)

Icon Buttons



Bühne Play/Pause Weiß



Bühne Play/Pause Dunkelblau



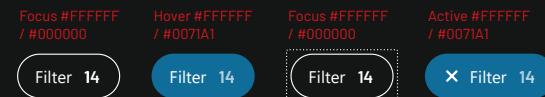
Filter



Filter Hellblau



Filter (Mediathek)



8.1 Komponenten und Zustände (1600 - 1440)

Hyperlink intern	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #0071A1
Hover	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #0071A1
Visited	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #005579
Hyperlink intern Hellblau	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #0071A1
Hover	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #0071A1
Visited	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #005579
Hyperlink intern Hellgrau	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #0071A1
Hover	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #0071A1
Visited	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #005579
Hyperlink intern Dunkelblau (Themenseite)	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #80C6E4
Hover	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #80C6E4
Visited	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #80C6E4
Hyperlink intern Schwarz (Mediathek)	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #80C6E4
Hover	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #80C6E4
Visited	Hier finden Sie weitere Informationen zur Elektromobilität der Bayerischen Staatsregierung. #80C6E4

8.1 Komponenten und Zustände (1600 - 1440)

Abkürzung

Eröffnungsvortrag zum Thema: „Potenzial von Wasserstoff in Bayern“ beim 28. C.A.R.M.E.N-Forum

Hover

Eröffnungsvortrag zum Thema: „Potenzial von Wasserstoff in Bayern“ beim 28. C.A.R.M.E.N-Forum



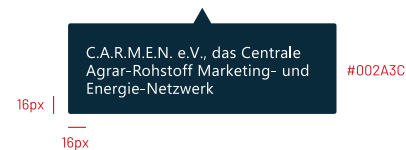
Info Tool-Tip

Default

C.A.R.M.E.N-Forum ⓘ

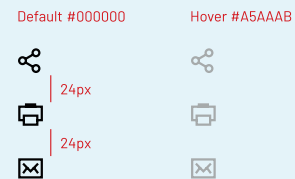
Hover / Active

C.A.R.M.E.N-Forum ⓘ

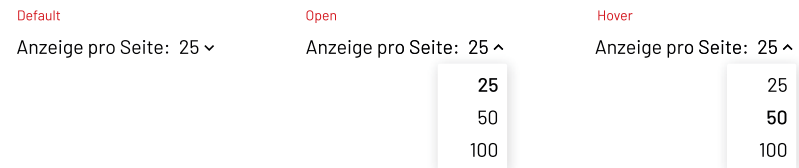


8.1 Komponenten und Zustände (1600 - 1440)

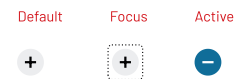
Teilen-Funktion



Anzeige pro Seite







Dropdown



8.2 Komponenten und Zustände (>1024)

Meta

 Gebärdensprache  Leichte Sprache  Seite vorlesen  EN

Navigation

Default #000000 Active #0071A1
 Menü  Menü schließen


Navigation Menü

Default #000000 Active #0071A1
Label  Label 






CTA Button

Default
 Button text 40px

CTA Button Mega

Default
 Jetzt kostenlos bestellen 56px

Text Button

 Herunterladen  Metadaten  Termin speichern  ePaper  Extern / Section Link
8px 24px 8px

Media Add-on

 Bilder  Livestream  Video  Podcast 40px
8px

8.2 Komponenten und Zustände (>1024)

Section Link Meta

Default #000000 Hover #000000
/ Section Link / Section Link

Tag Button

11
12 Tag Placeholder 12
11 40px

To Top

Default
↑ 48px

Cart

Default Active
3 3
48px

Icon Buttons

Default
×

Bühne Play/Pause Weiß

Default Active
|| ►

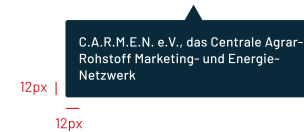
Radio

Default Selected
☐ Label ☒ Label

8.2 Komponenten und Zustände (>1024)

Tool-Tip

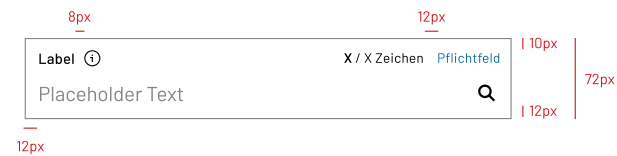
Eröffnungsvortrag zum Thema: „Potenzial von Wasserstoff in Bayern“ beim 28. C.A.R.M.E.N-Forum



Teilen-Funktion



Formularfelder



8.3 Formularfelder

Im Folgenden werden die Zustände von Formularfeldern beschrieben.

Input Maximalausprägung	<div><div>16px16px</div><div><div>Label ⓘ</div><div>X / X Zeichen</div><div>Pflichtfeld</div><div>Placeholder Text</div><div>Q</div></div><div>12px14px</div></div>	<div>Linie: #81888A 1px Pflichtfeld: #0071A1 1px Platzhalter: #81888A 1px</div>
Hover	<div><div>Label ⓘ</div><div>X / X Zeichen</div><div>Pflichtfeld</div><div>Placeholder Text</div><div>Q</div></div>	<div>Linie: #0071A1 1px</div>
Focus	<div><div>Label ⓘ</div><div>X / X Zeichen</div><div>Pflichtfeld</div><div>Placeholder Text</div><div>Q</div></div>	<div>Linie: #0071A1 1px</div>
Active	<div><div>Label ⓘ</div><div>X / X Zeichen</div><div>Pflichtfeld</div><div></div><div>Q</div></div>	<div>Linie: #0071A1 2px</div>
Disabled	<div><div>Label ⓘ</div><div>Placeholder Text</div></div>	<div>Linie: #81888A 1px Hintergrund: #ECEDEE</div>
Error	<div><div>Label ⓘ</div><div>X / X Zeichen</div><div>Pflichtfeld</div><div>Placeholder Text</div><div>Q</div></div> <div>Error text</div>	<div>Linie: #E2001A</div>

8.3 Formularfelder

Success

Label ⓘ X / X Zeichen Pflichtfeld
Placeholder Text ✓

Linie: #1A936F

Dropdown

Label ⓘ
Placeholder Text ▼

Open

Label ⓘ
Placeholder Text ^

- Antragsbearbeitung ☐
- Bewertung des Projektantrags ☐
- Rechtliche Mittelbindung & Änderungen #E5F4FA ☐
- Ausgabenprüfung und Auszahlung ☐
- Förderfähigkeit ☐
- Beihilfe ☐
- Sonstiges ☐


Freitext

Label ⓘ 16 / 240 Zeichen Pflichtfeld
Placeholder Text


8.3 Formularfelder

Date Picker Datum

Default

Datum ab ⓘ
TT / MM / JJJJ 


Offen

Datum ab ⓘ
16 / 01 / 2021 

← Januar 2021 →

MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

Datum bis ⓘ


31 / 01 / 2021 

← Januar 2021 →


MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

Date Picker Monat

Default

Monat ab ⓘ
August 

Offen

Monat bis ⓘ
Februar 

Januar	Juli
Februar	August
März	September
April	Oktober
Mai	November
Juni	Dezember

8.3 Formularfelder

Data Upload

Dateien hierhin ziehen oder [Datei auswählen](#)

LINK: #0071A1

Checkbox

Default	Focus	Selected	Disabled
<input type="checkbox"/> Label 12px	<input type="checkbox"/> Label	<input checked="" type="checkbox"/> Label	<input checked="" type="checkbox"/> Label

Radio

Default	Focus	Selected	Disabled
<input type="radio"/> Label	<input type="radio"/> Label	<input checked="" type="radio"/> Label	<input checked="" type="radio"/> Label

Error Meldung

Placeholder text

Warnmeldung

Placeholder text

24px

8.4 Rich Text Formatierung

Im Folgenden werden die vielfältigen Möglichkeiten zur Textgestaltung erläutert.



H1

Elektromobilität

Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge in Bayern

32px

Elektromobilität ist ein aktuelles Megathema unserer Zeit. Ressourcenverknappung, Klimaerwärmung und Veränderungen im Mobilitätsverhalten stellen insbesondere die Fahrzeughersteller, aber auch Energieerzeuger, Netzbetreiber und andere Branchen vor neue Herausforderungen.

64x

64x

Bild Inline

Bildtext

Byline

16x

Copyright: Martin Bildmacher

64x

16px

64x

64x

16x

Copyright: Martin Bildmacher

64x

16px

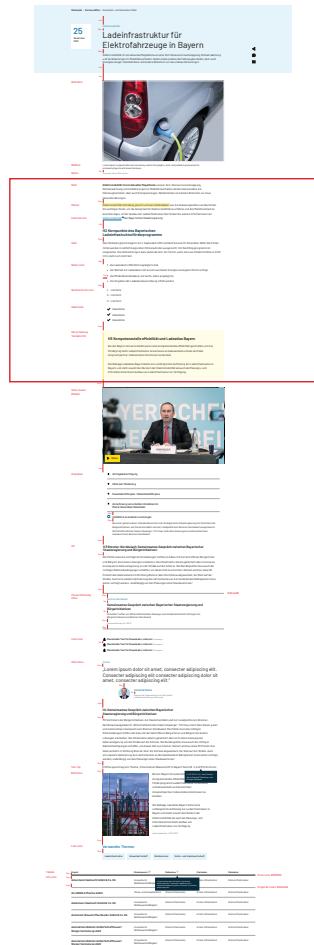
64x

64x

16x

Copyright: Martin Bildmacher

8.4 Rich Text Formatierung



Bold

Elektromobilität ist ein aktuelles Megathema unserer Zeit. Ressourcenverknappung, Klimaerwärmung und Veränderungen im Mobilitätsverhalten stellen insbesondere die Fahrzeughersteller, aber auch Energieerzeuger, Netzbetreiber und andere Branchen vor neue Herausforderungen.

Marker

Elektromobilität ist bislang jedoch noch kein Selbstläufer, wie die Zulassungszahlen verdeutlichen. Ein wichtiger Punkt, um die Akzeptanz für Elektromobilität zu erhöhen und den Markthochlauf zu beschleunigen, ist der Ausbau der Ladeinfrastruktur. Hier finden Sie weitere Informationen zur [Elektromobilität](#) der Bayerischen Staatsregierung.

External Link

H2

H2 Kernpunkte des Bayerischen Ladeinfrastrukturförderprogramms

Italic

Das Förderprogramm beginnt am 1. September 2017 und läuft bis zum 31. Dezember 2020. Die Fördermittel werden in zeitlich begrenzten Förderaufrufen ausgereicht. Ein Nachfolgeprogramm ist vorgesehen. Die Vorbereitungen dazu laufen derzeit. *Ein Termin, wann die neue Förderrichtlinie in Kraft tritt, steht noch nicht fest.*

Bullet Liste

- die Ladesäulen öffentlich zugänglich sind,
- der Betrieb der Ladesäulen mit aus erneuerbaren Energien erzeugtem Strom erfolgt,
- die Mindestbetriebsdauer auf sechs Jahre angelegt ist,
- die Vorgaben der Ladesäulenverordnung erfüllt werden.

Nummerierte Liste

1. List item
2. List item
3. List item

Hakenliste

- ✓ Hakenliste
- ✓ Hakenliste
- ✓ Hakenliste

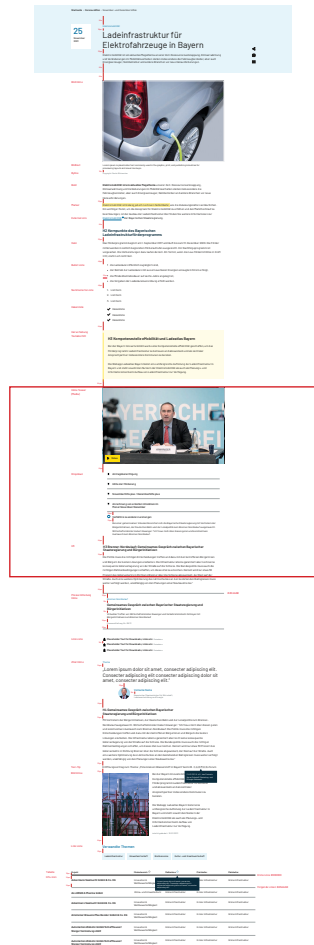
Hervorhebung Textabschnitt

H3 Kompetenzstelle eMobilität und Ladeatlas Bayern

Bei der Bayern Innovativ GmbH wurde eine Kompetenzstelle eMobilität geschaffen, um das Förderprogramm Ladeinfrastruktur zu betreuen und abzuwickeln und als zentraler Ansprechpartner insbesondere Kommunen zu beraten.

Die Webapp Ladeatlas Bayern bietet eine umfangreiche Auflistung der Ladeinfrastruktur in Bayern und steht sowohl den Nutzern der Elektromobilität als auch als Planungs- und Informationstool beim Aufbau von Ladeinfrastruktur zur Verfügung.

8.4 Rich Text Formatierung



Inline Teaser
(Media)

Dropdown

H3



+ Antragsberechtigung

+ Höhe der Förderung

+ Novemberhilfe plus / Dezemberhilfe plus

+ Anrechnung von erzielten Umsätzen im
Monat November/Dezember

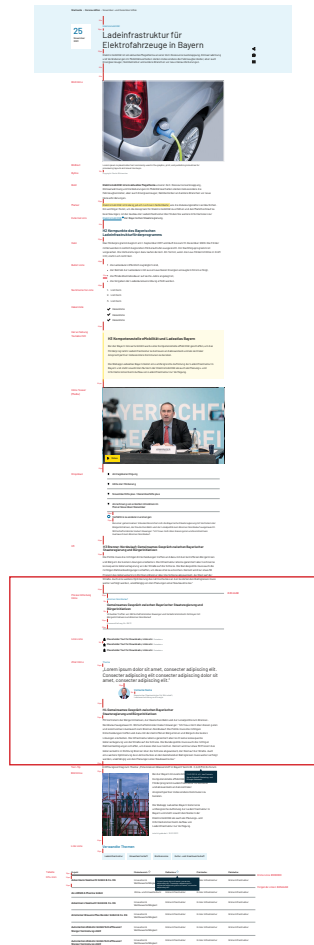
24px
- Verhältnis zu anderen Leistungen

Bei einer gemeinsamen Videokonferenz hat sich die Bayerische Staatsregierung mit Vertretern der Bürgerinitiativen, der Deutschen Bahn und der Lokalpolitik zum Brenner-Nordzulauf ausgetauscht. Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger: "Ich freue mich über diesen guten und konstruktiven Austausch zum Brenner-Nordzulauf."

H3 Gemeinsames Gespräch zwischen Bayerischer Staatsregierung und Bürgerinitiativen

Die Politik muss die richtigen Entscheidungen treffen und dazu mit den betroffenen Bürgerinnen und Bürgern die besten Lösungen erarbeiten. Die Infrastruktur alleine garantiert aber noch keine konsequente Güterverlagerung von der Straße auf die Schiene. Die Bundespolitik muss auch die richtigen Rahmenbedingungen schaffen, um dieses Ziel zu erreichen. Derzeit wird nur etwa 30 Prozent des Güterverkehrs in Richtung Brenner über die Schiene abgewickelt, der Rest auf der

8.4 Rich Text Formatierung



Pressemitteilung
Inline

Straße. Auch eine weitere Optimierung des Lärmschutzes an den bestehenden Bahngleisen muss weiter verfolgt werden, unabhängig von den Planungen einer Neubaustrecke.“

64px

32px

Brenner-Nordzulauf

16x

Gemeinsames Gespräch zwischen Bayerischer Staatsregierung und Bürgerinitiativen

16x

Virtuelles Treffen von Wirtschaftsminister Alwanger und Verkehrsministerin Schreyer mit Bürgerinitiativen zum Brenner-Nordzulauf

24px

Pressemitteilung-Nr. 89/21

32px

#A5AAAB

Link Liste

16x

Placeholder Text for Downloads, Links etc Metadaten

16x

Placeholder Text for Downloads, Links etc Metadaten

16x

Placeholder Text for Downloads, Links etc Metadaten

Zitat Inline

24px

Thema

„Lorem ipsum dolor sit amet, conseter adipiscing elit. Conseter adipiscing elit conseter adipiscing dolor sit amet, conseter adipiscing elit.“



32px

Vorname Name

16x

Bayerischer Staatsminister für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

64px

H4

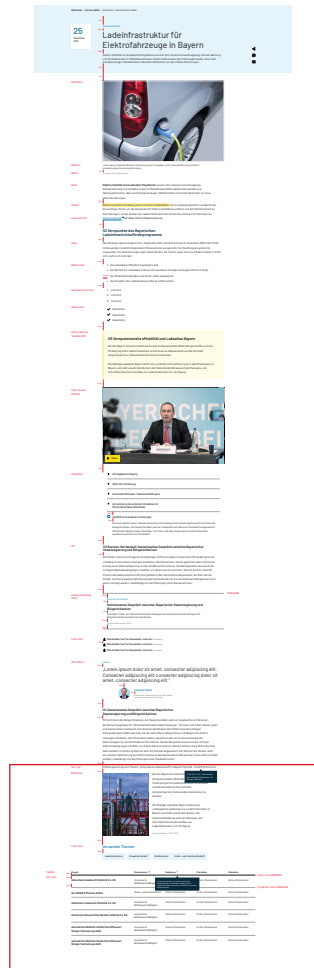
24px

H4 Gemeinsames Gespräch zwischen Bayerischer Staatsregierung und Bürgerinitiativen

Mit Vertretern der Bürgerinitiativen, der Deutschen Bahn und der Lokalpolitik zum Brenner-Nordzulauf ausgetauscht. Wirtschaftsminister Hubert Alwanger: "Ich freue mich über diesen guten und konstruktiven Austausch zum Brenner-Nordzulauf. Die Politik muss die richtigen Entscheidungen treffen und dazu mit den betroffenen Bürgerinnen und Bürgern die besten Lösungen erarbeiten. Die Infrastruktur alleine garantiert aber noch keine konsequente Güterverlagerung von der Straße auf die Schiene. Die Bundespolitik muss auch die richtigen Rahmenbedingungen schaffen, um dieses Ziel zu erreichen. Derzeit wird nur etwa 30 Prozent des Güterverkehrs in Richtung Brenner über die Schiene abgewickelt, der Rest auf der Straße. Auch eine weitere Optimierung des Lärmschutzes an den bestehenden Bahngleisen muss weiter verfolgt werden, unabhängig von den Planungen einer Neubaustrecke.“

32px

8.4 Rich Text Formatierung



Tool-Tip

Bild Inline

Eröffnungsvortrag zum Thema: „Potenzial von Wasserstoff in Bayern“ beim 28. C.A.R.M.E.N.-Forum



Bei der Bayern Innovativ GmbH, der C.A.R.M.E.N. e.V., das Centrale Agrar-Rohstoff Marketing- und Energie-Netzwerk Förderprogramm Ladeinfrastruktur zu betreiben und abzuwickeln und als zentraler Ansprechpartner insbesondere Kommunen zu beraten.

Die Webapp Ladeatlas Bayern bietet eine umfangreiche Auflistung der Ladeinfrastruktur in Bayern und steht sowohl den Nutzern der Elektromobilität als auch als Planungs- und Informationstool beim Aufbau von Ladeinfrastruktur zur Verfügung.

zuletzt geändert: 10.03.2021

Link Liste

Verwandte Themen

Ladeinfrastruktur Umweltwirtschaft Bioökonomie Kultur- und Kreativwirtschaft

Tabelle
Info-Icon

Projekt	Förderbereich	Maßnahme	Platzhalter	Platzhalter
Ackermann Saatzucht GmbH & Co. KG	Innovation & Wettbewerbsfähigkeit	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur
ALLERGIKA Pharma GmbH	Klima- und Umweltschutz	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur
Ackermann Saatzucht GmbH & Co. KG	Innovation & Wettbewerbsfähigkeit	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur
Arnsteiner Brauerei Max Bender GmbH & Co. KG	Innovation & Wettbewerbsfähigkeit	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur
AutomationsRobotic GmbH/Schaffhauser/Steiger Vermietungs GbR	Innovation & Wettbewerbsfähigkeit	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur
AutomationsRobotic GmbH/Schaffhauser/Steiger Vermietungs GbR	Innovation & Wettbewerbsfähigkeit	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur	Grüne Infrastruktur

Erste Linie #000000

Folgende Linien #A5AAAB

9 Animationen

Einige Content-Elemente werden mit einer Animation angezeigt, die durch Scrollen oder Mouseover ausgelöst wird. Dadurch wirkt die Website dynamisch und lebendig.

Animationen und multimediale Inhalte sorgen für ein zeitgemäßes, modernes Erscheinungsbild. Sogenannte „Hero-Elemente“ mit Überbreite bieten vielfältige Gestaltungs- und Formatierungsmöglichkeiten. So lassen sich etwa Bilder, Grafiken und Videoloops einbetten, die die gesamte Bildschirmbreite ausfüllen und einen Einblick in bestimmte Themen- und Arbeitsbereiche des Bayerischen Wirtschaftsministeriums geben.

9.1 Image Hover Animation

Beim Mouseover zeigen Bilder einen leichten Zoomeffekt. Die Animation ist auf eine Sekunde Verzögerung eingestellt (Ease-In/Ease-Out).

Default



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Hover (+8% Zoom)



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic

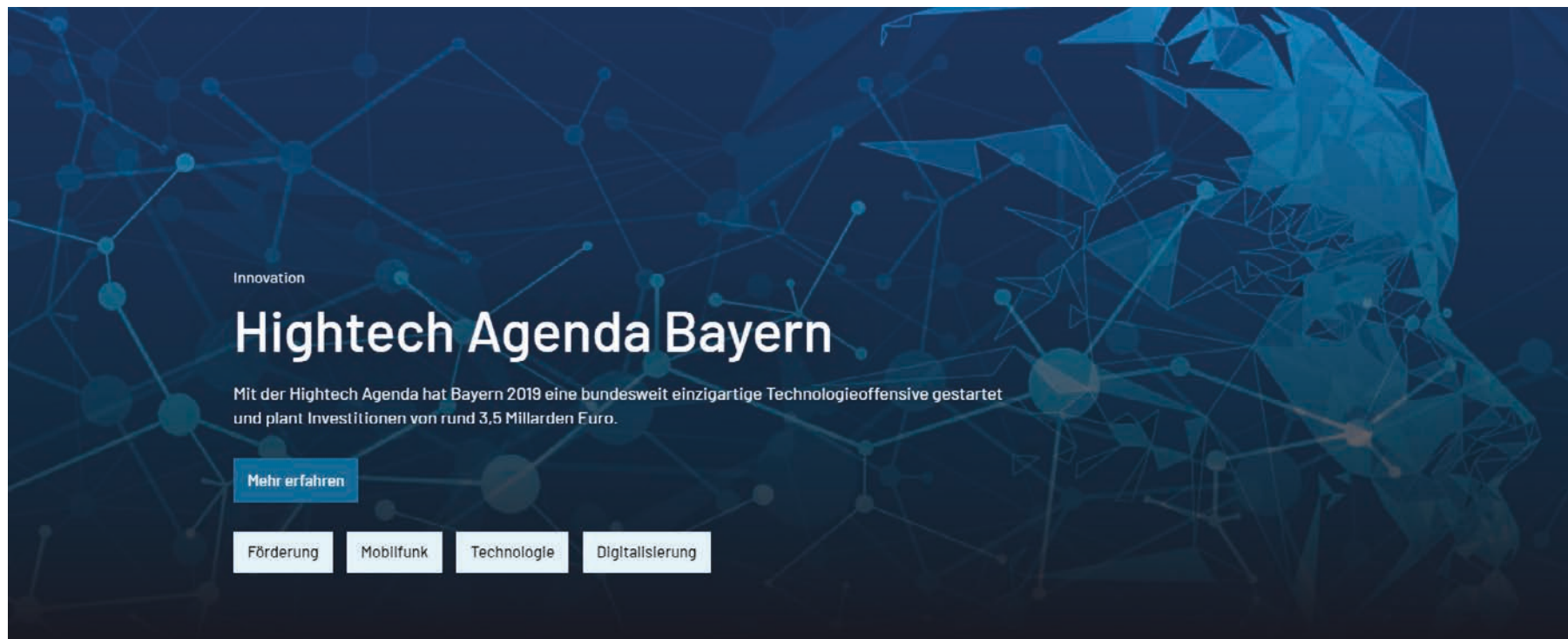
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

9.2 Parallax-Effekt

Parallax-Scrolling bezeichnet einen Effekt im Webdesign, der die Tiefenwahrnehmung von Bildern verstärkt.

Scrollt ein Nutzer über ein Bildelement mit Parallax-Effekt, bewegt sich dieses mit einer anderen Scrollgeschwindigkeit als der restliche Seiteninhalt.

Dadurch entsteht beim Nutzer ein Eindruck von Tiefe. Die Website erscheint wie eine dynamische 3D-Animation, die sich durch das Scrollen nach unten fortsetzt.



10 Module

Die Website ist modulbasiert aufgebaut. Eine Seite kann durch das Kombinieren verschiedener Bausteine erstellt werden. Jede Seite besteht aus flexiblen Modulen. Einige Module bieten unterschiedliche Farbvarianten, um für mehr Abwechslung auf der Website zu sorgen.

Die Module können bei Bedarf für Unterseiten angepasst und erweitert werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass jede Satellitenseite unterschiedliche Anforderungen hat. Weder inhaltlich noch formal gleicht eine Seite der anderen.

Im Folgenden werden die einzelnen Content-Elemente und Module anhand der unterschiedlichen Bildschirmgrößen (Desktop und Mobil) dargestellt.

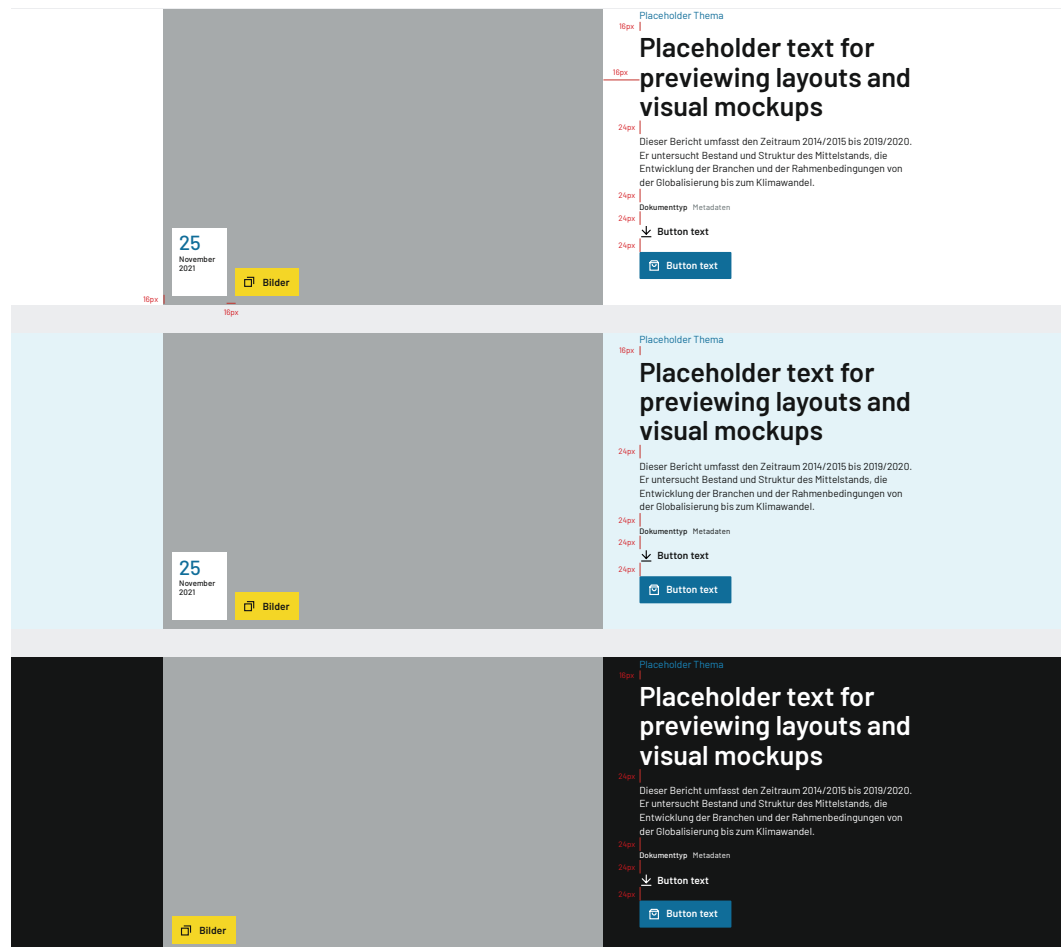
10.1 Teaser

Teaser geben einen ersten Einblick auf einen Beitrag oder Medieninhalt. Sie können auf Veranstaltungen, Mediatheksbeiträge, Publikationen oder Themenseiten verlinken.

Teaser werden verwendet, um möglichst viele Beiträge auf einer Seite abbilden zu können.

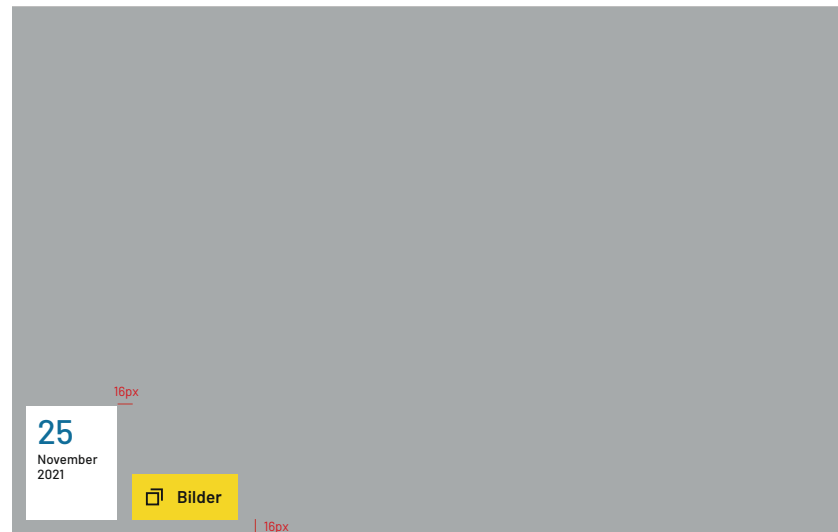
10.1 Teaser

12 Spalten



10.1 Teaser

Multimedia 8 Spalten (Inline)



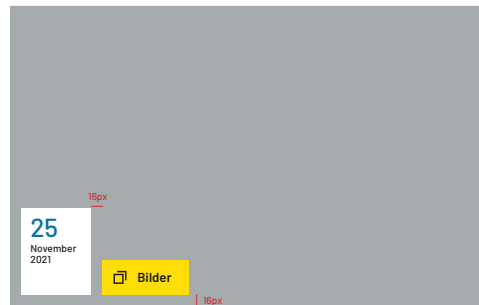
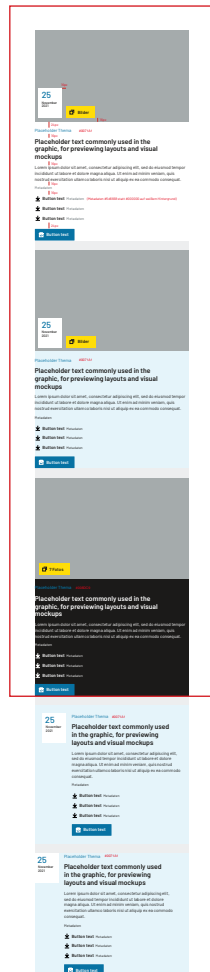
Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Dieser Bericht umfasst den Zeitraum 2014/2015 bis 2019/2020. Er untersucht Bestand und Struktur des Mittelstands, die Entwicklung der Branchen und der Rahmenbedingungen von der Globalisierung bis zum Klimawandel.

Dokumenttyp Metadaten

10.1 Teaser

6 Spalten



Placeholder Thema #0071A1

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

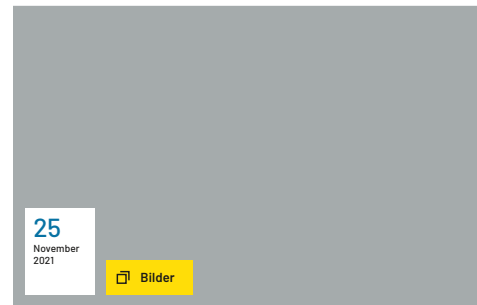
Metadaten

Button text Metadaten (Metadaten #5d6668 statt #000000 auf weißem Hintergrund)

Button text Metadaten

Button text Metadaten

Button text



Placeholder Thema #0071A1

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

Button text Metadaten

Button text Metadaten

Button text Metadaten

Button text



Placeholder Thema #008DC9

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

Button text Metadaten

Button text Metadaten

Button text Metadaten

Button text

10.1 Teaser

6 Spalten

25

November

2021

Placeholder Thema

#0071A1

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text

Metadaten

↓ Button text

Metadaten

↓ Button text

Metadaten

📄 Button text

25

November

2021

Placeholder Thema

#0071A1

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text

Metadaten

↓ Button text

Metadaten

↓ Button text

Metadaten

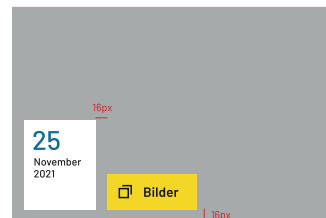
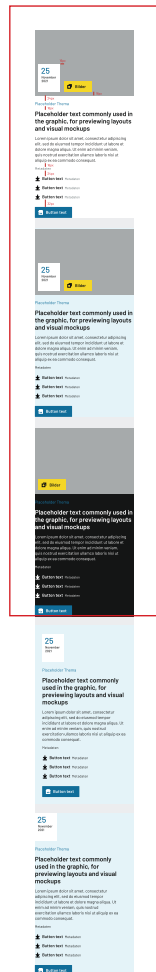
📄 Button text

58

102

10.1 Teaser

4 Spalten



Placeholder Thema
16px

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

16px

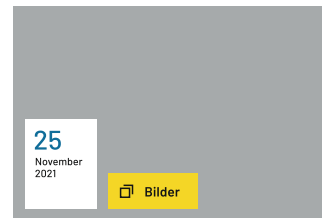
Metadaten

24px
↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

32px
↓ Button text



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

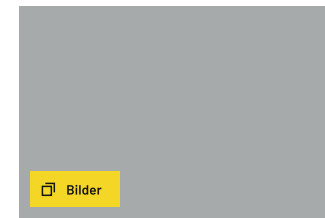
Metadaten

24px
↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

24px
↓ Button text Metadaten

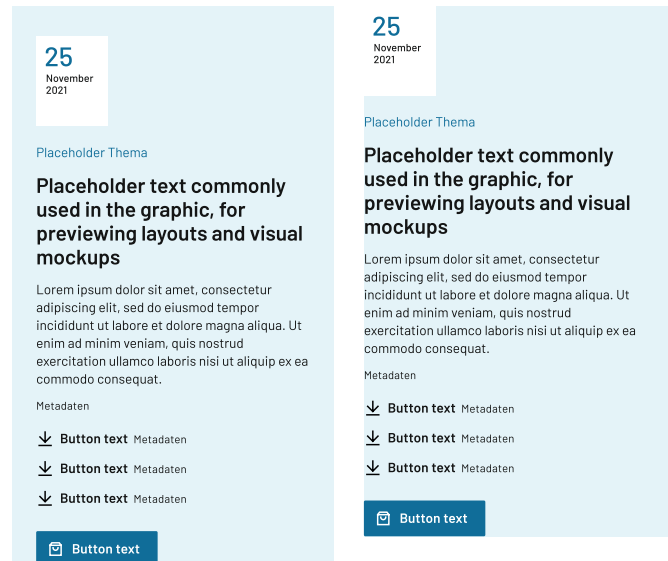
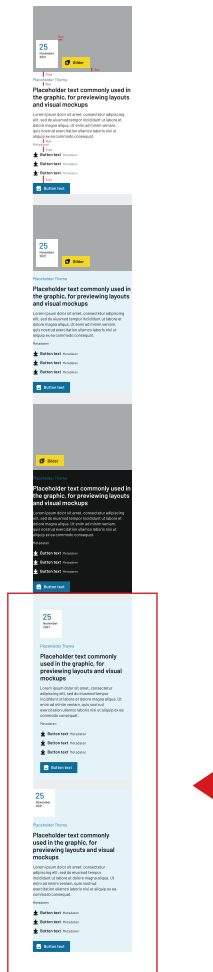
↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text

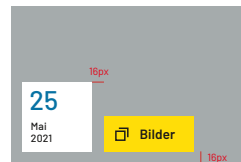
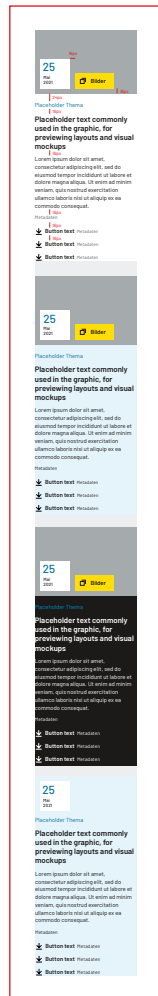
10.1 Teaser

4 Spalten



10.1 Teaser

3 Spalten

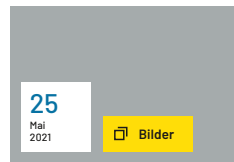


Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten

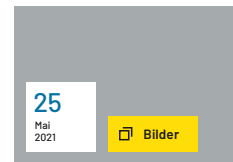


Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten

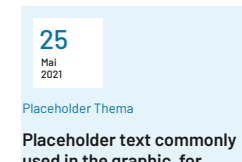


Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten



Placeholder Thema

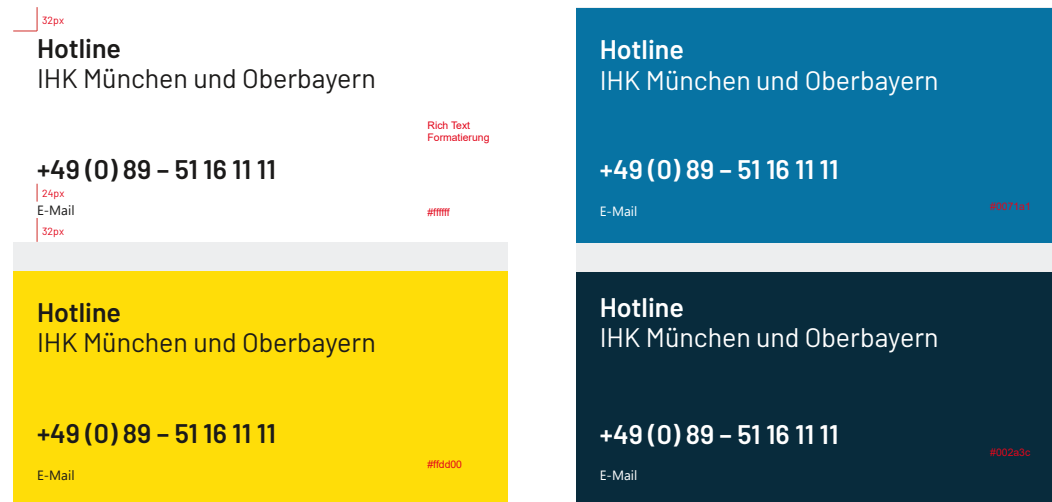
Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten

10.2 Farbboxen

Mit Farbboxen können Inhalte aufmerksamkeitsstark auf der Seite hervorgehoben werden.

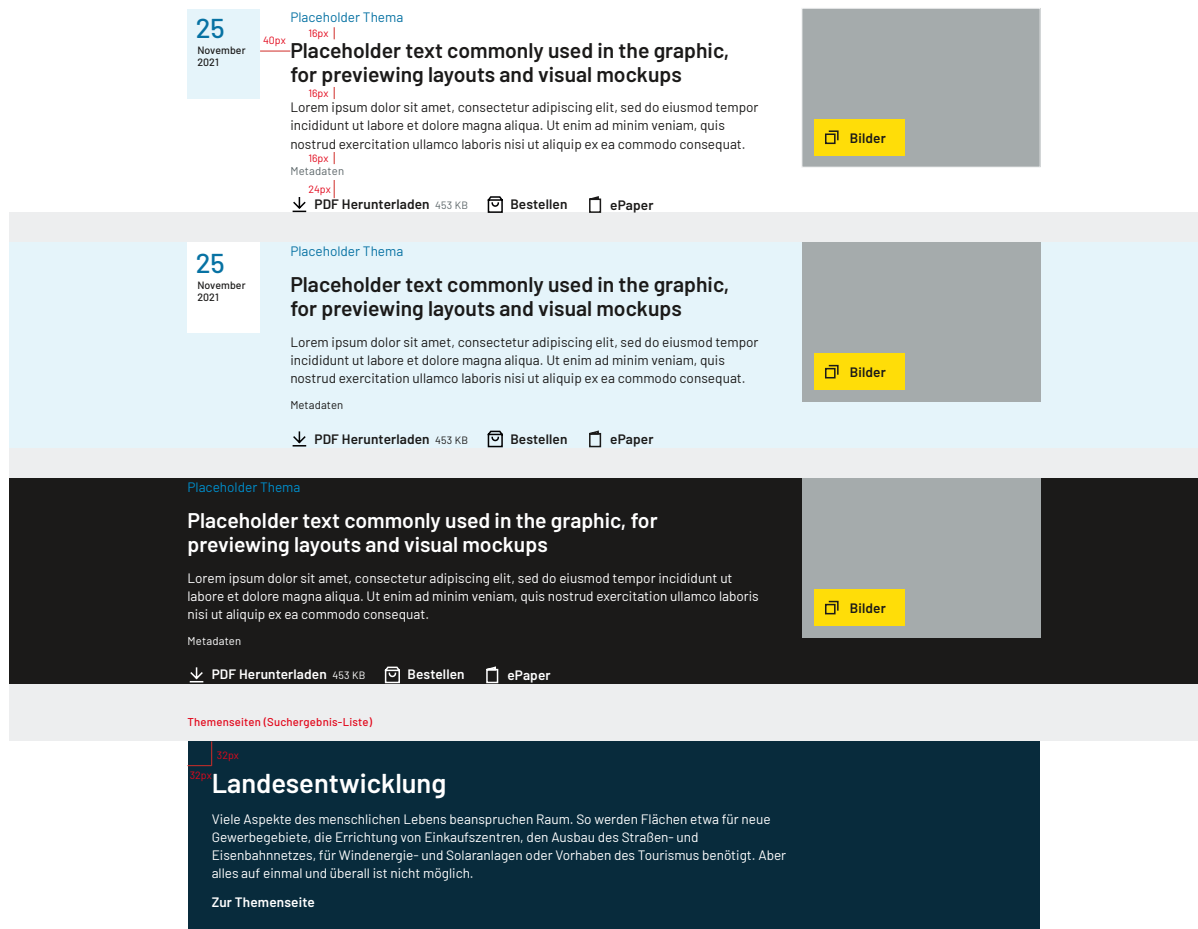


10.3 Listen

Suchergebnisse, Terminhinweise, Publikationen, etc. werden in einer Listenansicht dargestellt. Die Sortierung erfolgt in der Regel nach Datum bzw. Relevanz absteigend geordnet.

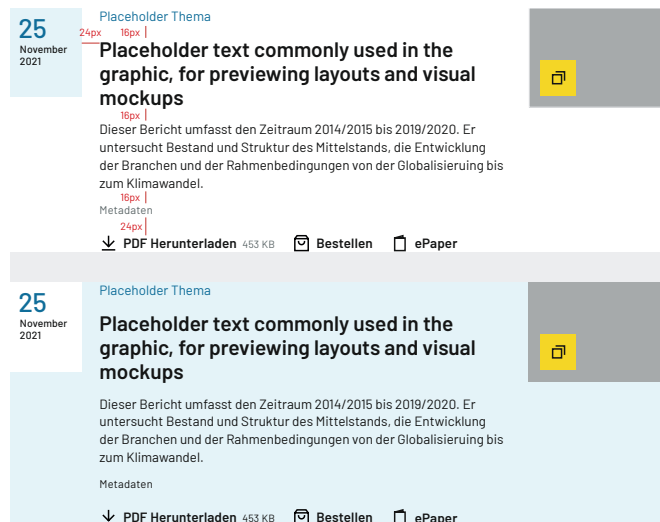
10.3 Listen

8 Spalten (Bildformat 316 x 211 px)



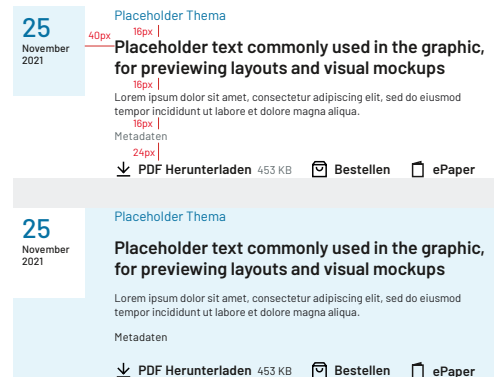
10.3 Listen

6 Spalten (Bildformat 200 x 134 px)

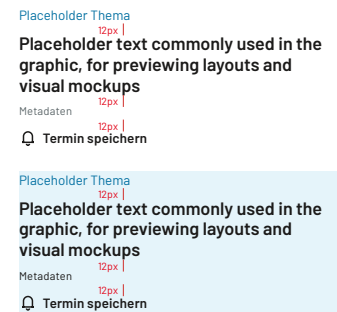


10.3 Listen

4 Spalten

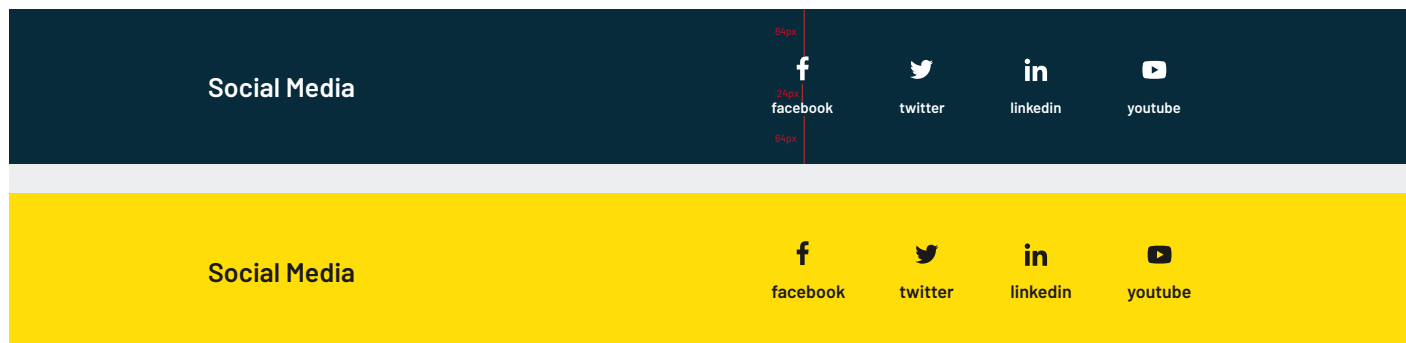


3 Spalten



10.4 Social Media

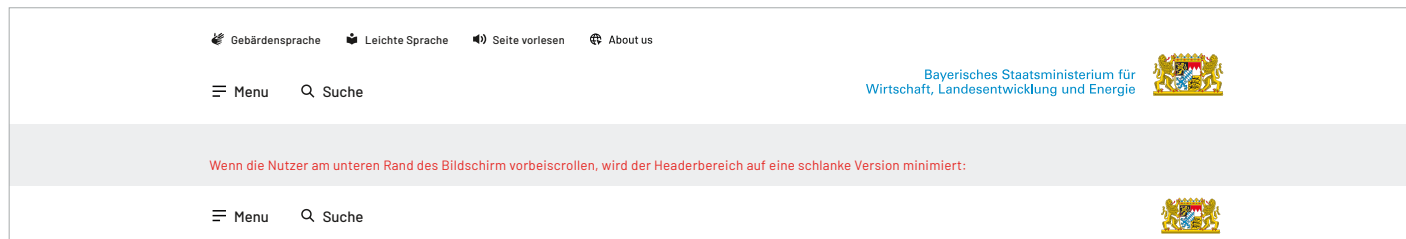
Mit farbintensiven Social Media Bannern schaffen wir Aufmerksamkeit für die verschiedenen Social Media Kanäle des Bayerischen Wirtschaftsministeriums. Der Klick auf ein Icon führt auf direktem Weg zum ausgewählten Kanal.



10.5 Header

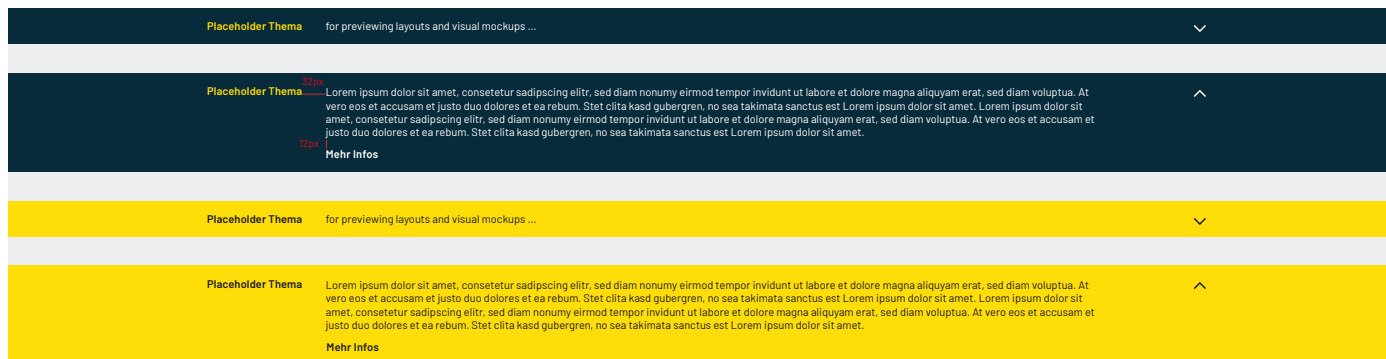
In der Kopfzeile des Headers finden sich Verlinkungen zur barrierefreien Verwendung der Seite, das ausklappbare Menü und die Suchfunktion.

Scrollt der Nutzer weiter, minimiert sich der Header auf eine schlanke Version: Die Barrierefreiheits-Links werden ausgeblendet und das Große Bayerische Staatswappen wird ohne Wortmarke angezeigt.



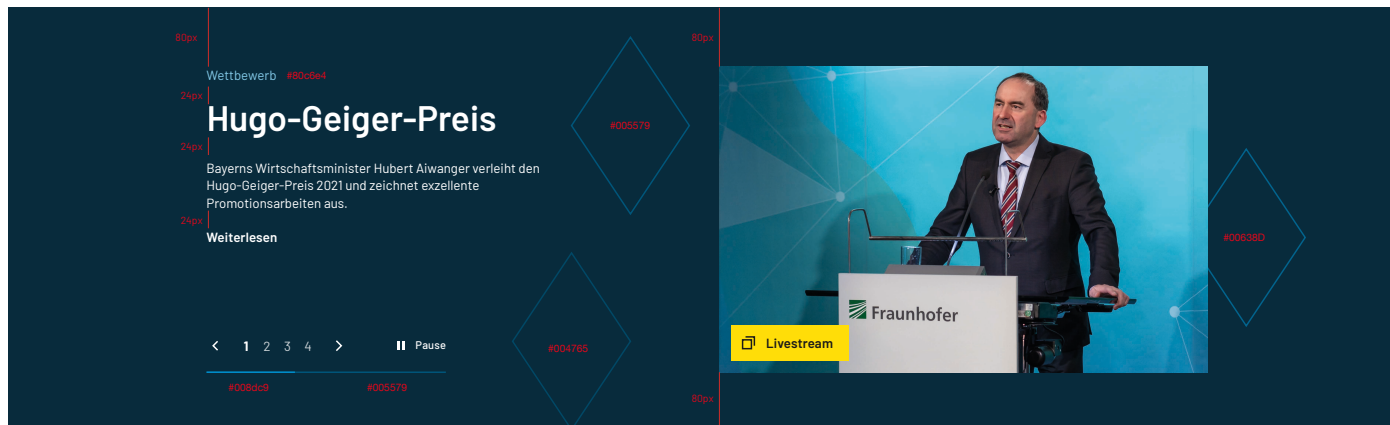
10.6 Hinweisbanner

Mit den Hinweisbannern in Signalfarben kann prominent auf besonders wichtige Inhalte hingewiesen werden. Hinweisbanner können bei Bedarf oberhalb des Headers integriert werden.



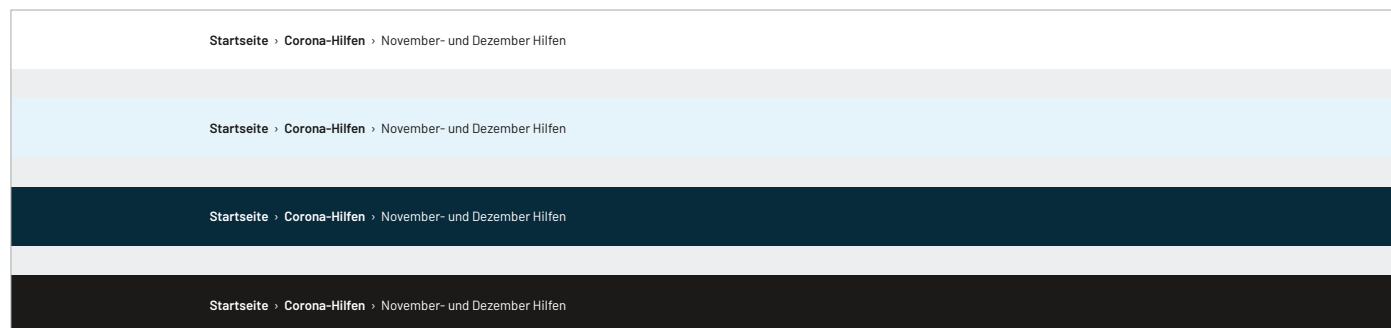
10.7 Startseite – Bühne

Über die Bühnensicht auf der Startseite werden aktuelle Themen des Bayerischen Wirtschaftsministeriums angekündigt. Die Rauten im Hintergrund können flexibel ein- und ausgeblendet werden.



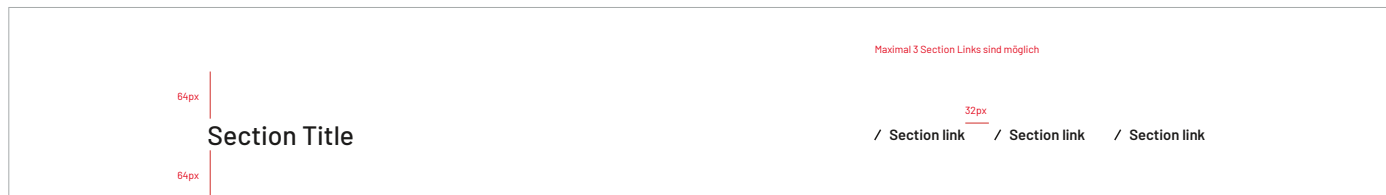
10.8 Breadcrumb

Die Breadcrumb-Navigation ermöglicht eine gute Orientierung: Für den Besucher ist immer erkennbar, wo auf der Website er sich gerade befindet und welcher Weg zu den übergeordneten Bereichen führt.



10.9 Startseite – Section Title

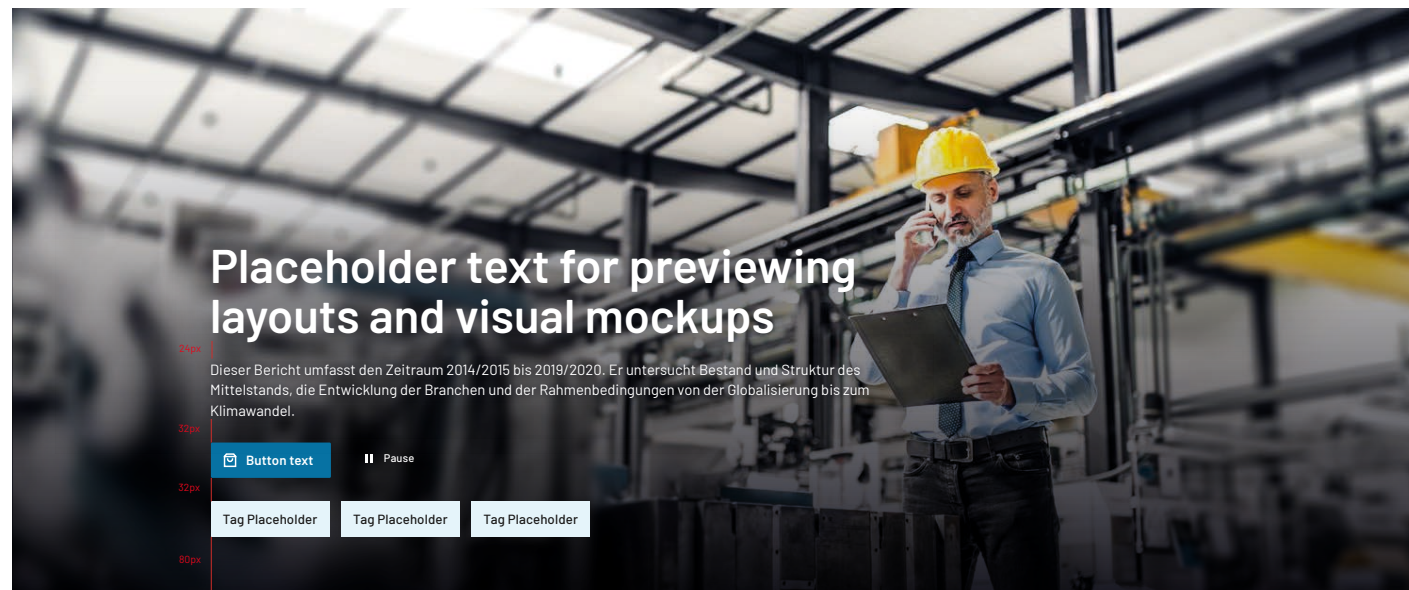
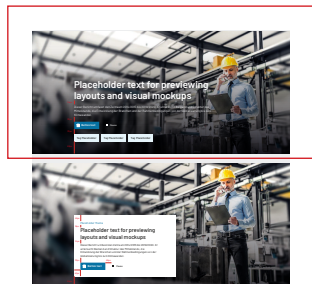
Die Startseite gliedert sich in verschiedene inhaltliche Abschnitte.
Hier können bis zu drei Section Links auf weitere Seiten verweisen.



10.10 Hero-Element

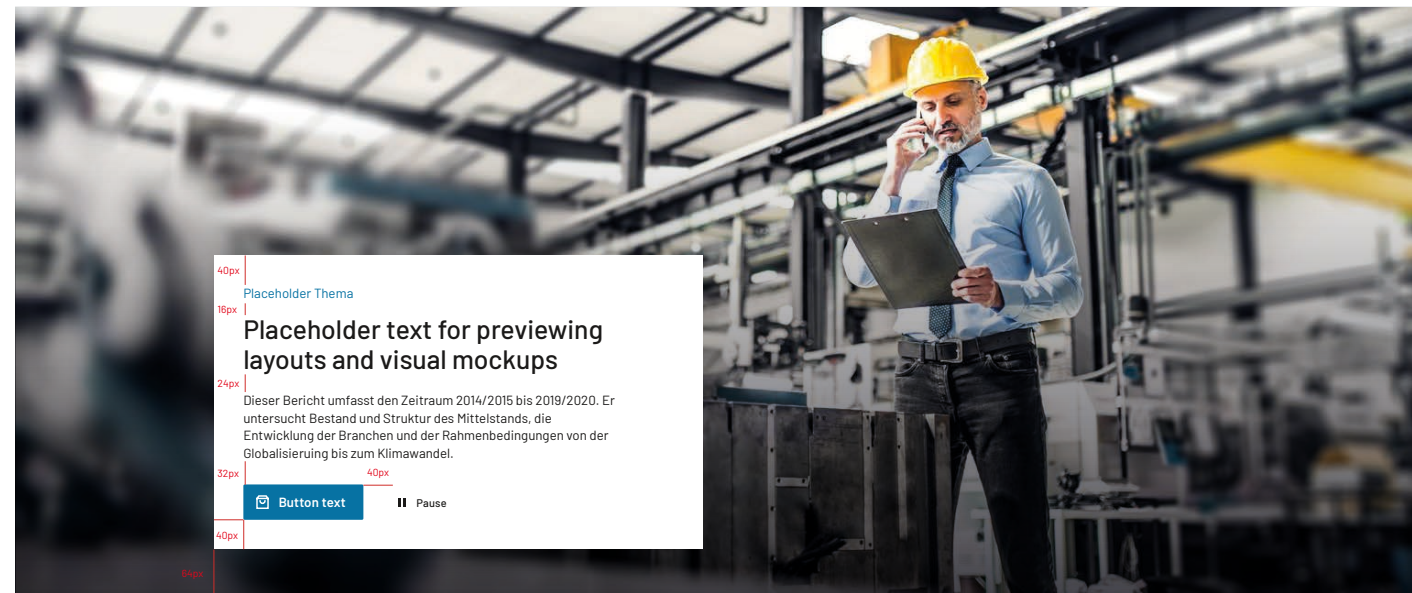
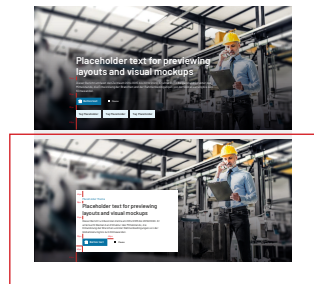
Mit dem vollflächigen Hero-Element lassen sich Themenschwerpunkte besonders bildstark darstellen. Es lassen sich Bild- und Videoelemente einbinden, die optional verlinkt werden können.

Video/Bild: 1900 x 950 px | Mobile: 480 x 960 px



10.10 Hero-Element

Video/Bild: 1900 x 950 px | Mobile: 480 x 960 px



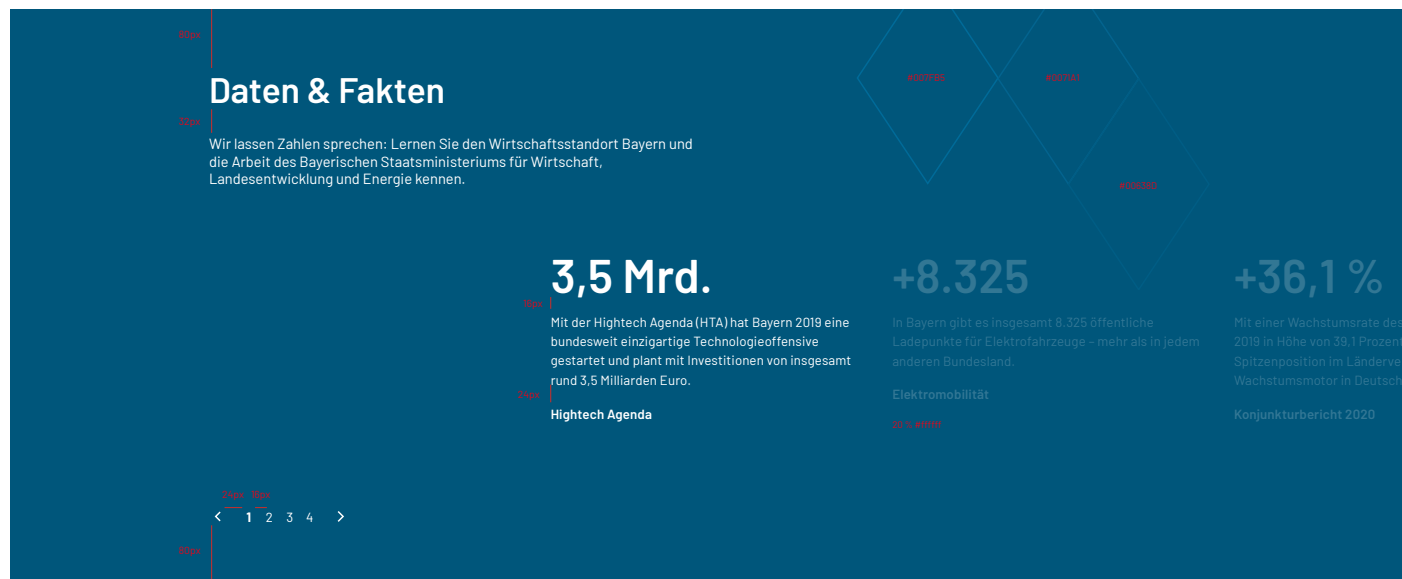
10.11 Footer

Der Footer befindet sich am Ende jeder Seite und bildet den Seitenabschluss. Er fasst die wichtigsten Angebote der Website für den Nutzer zusammen.



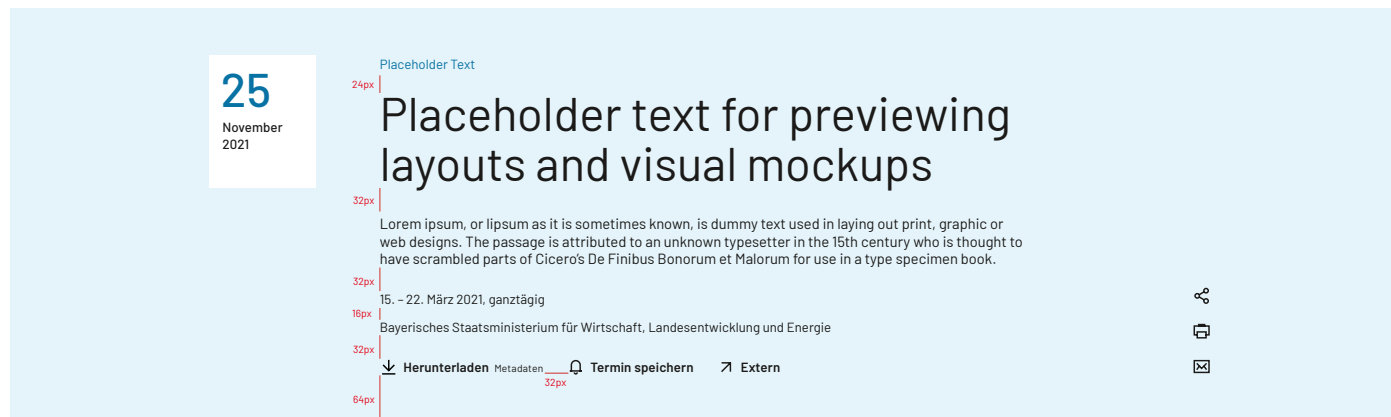
10.12 Daten & Fakten Modul

Über das Daten & Fakten Modul können wichtige Informationen als Slider eingebunden werden.



10.13 Terminhinweis

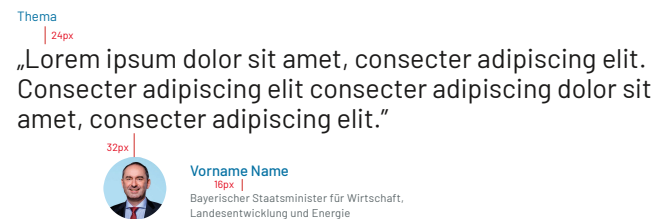
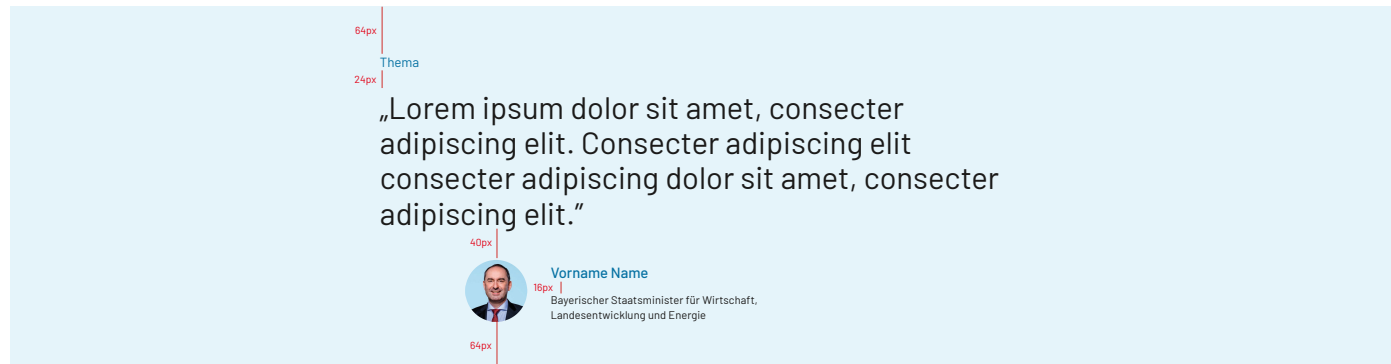
Terminhinweise teasern wichtige Veranstaltungen der Hausspitze an. Auf Wunsch lassen sich die Termine auch im persönlichen Kalender eines Nutzers abspeichern.



10.14 Zitatmodul

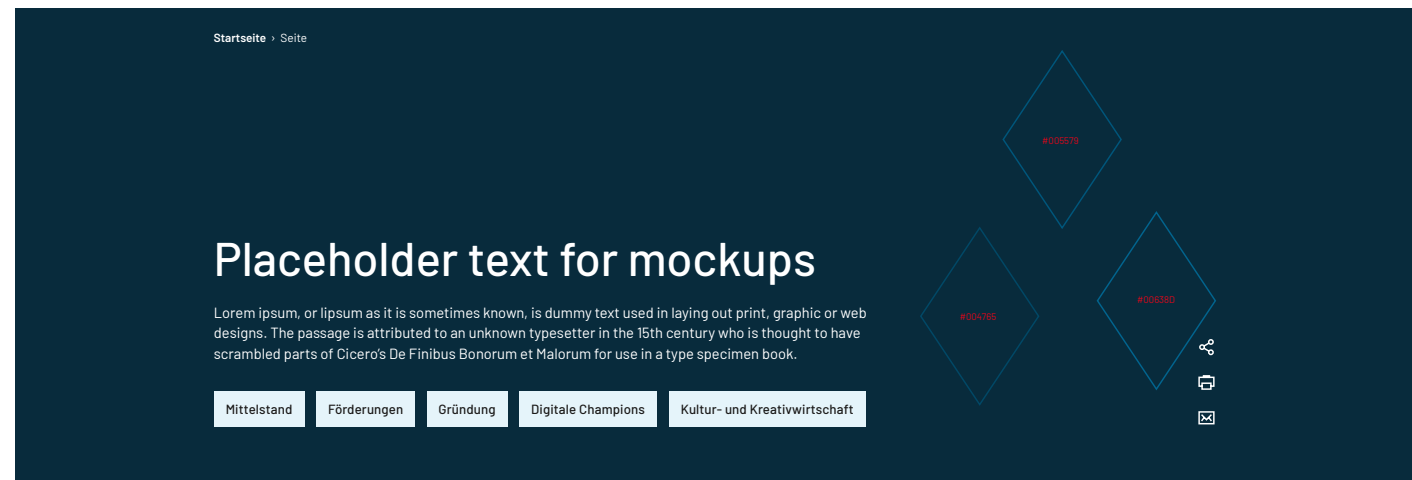
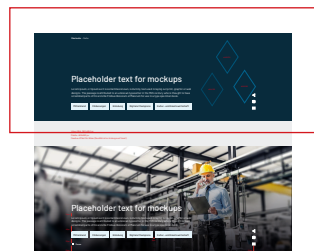
Mit dem Zitatmodul können Aussagen der politischen Hausspitze prominent platziert werden.

8 Spalten (Inline)



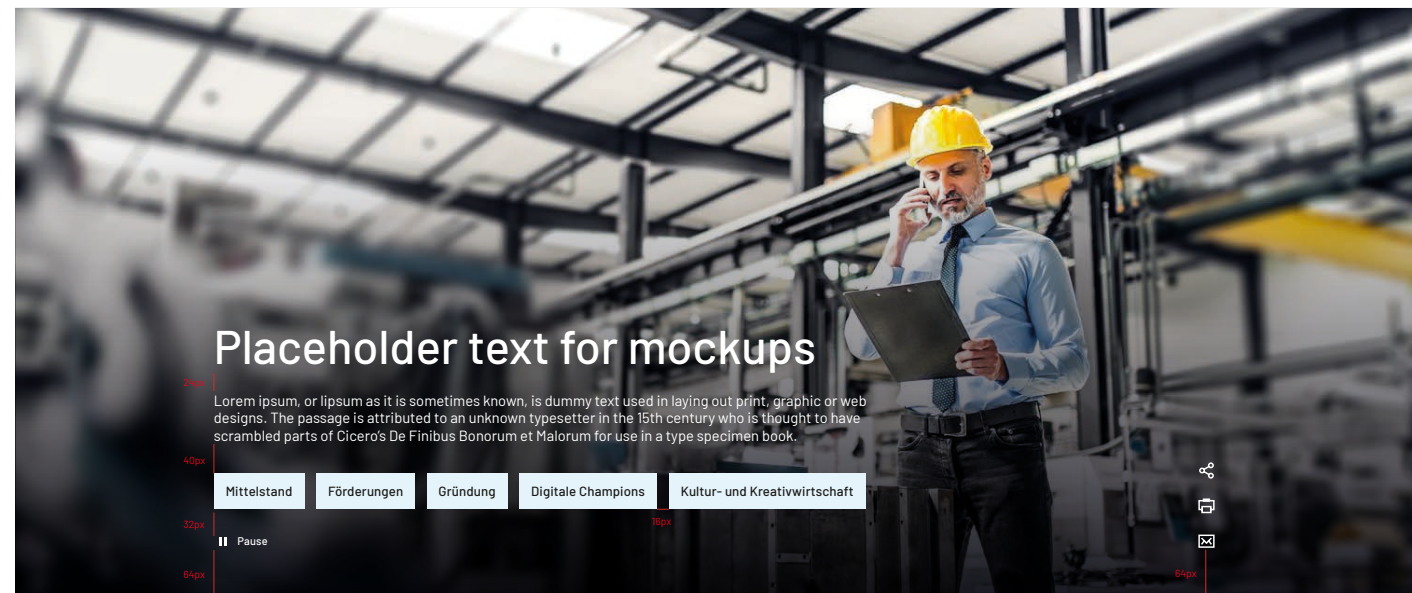
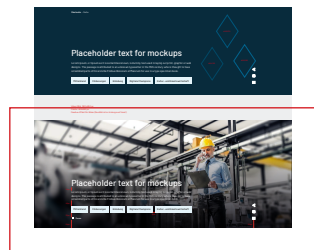
10.15 Seiteneinstieg – Themenseite

Der Seiteneinstieg gibt einen ersten Überblick zum Inhalt der Themenseite. Über die Auswahl von Kategorien lassen sich die Verlinkungen unterhalb des Einleitungstextes festlegen.



10.16 Seiteneinstieg mit Video

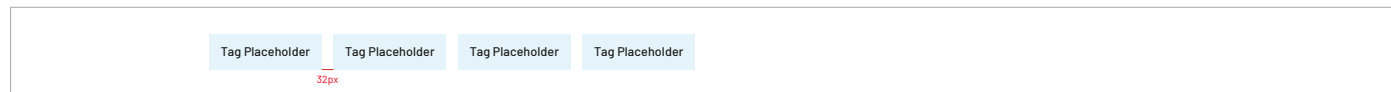
Für übergeordnete Themenbereiche kann im Seiteneinstieg optional ein Video eingebunden werden.



10.17 Buttons und Kontaktmodul

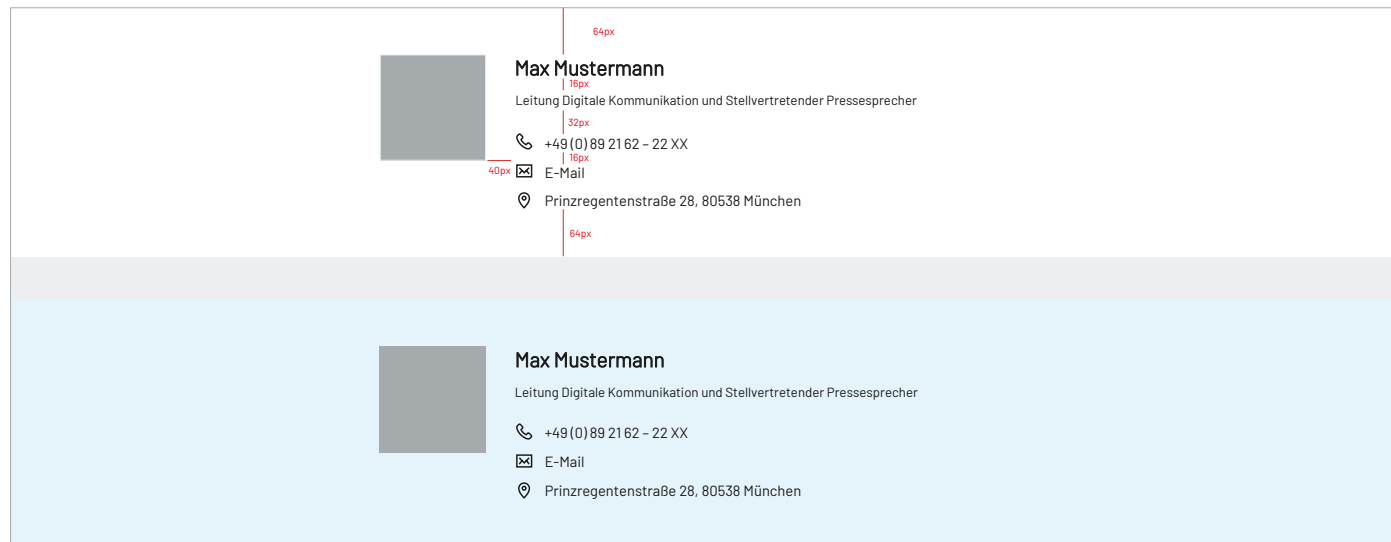
Buttons aktivieren zum Klick auf intern und extern verlinkte Themenseiten.

Buttons



Kontaktdaten werden hier auf einen Blick zusammengefasst.

Kontaktmodul



10.18 Cookie-Hinweis

Der Hinweis erscheint beim ersten Öffnen der Website und weist den Nutzer auf die Verwendung von Cookies hin.

Sticky
bottom

Default

Diese Webseite verwendet Cookies. Einige von Ihnen sind technisch essenziell, während andere uns helfen, diese Website zu verbessern. Weitere Informationen finden Sie in unseren [Datenschutzinformationen](#). Ihre Einstellung können Sie dort jederzeit anpassen.

32px

16px

40px

Alle Cookies akzeptieren Alle Cookies ablehnen Einstellungen anpassen

Einstellungen

Diese Webseite verwendet Cookies. Einige von Ihnen sind technisch essenziell, während andere uns helfen, diese Website zu verbessern. Weitere Informationen finden Sie in unseren [Datenschutzinformationen](#). Ihre Einstellung können Sie dort jederzeit anpassen.

☒ Technisch notwendige Cookies +

☒ Webanalyse -

Diese Cookies helfen uns, diese Website und Ihre Erfahrung zu verbessern.

Name	Zweck	Ablauf	Typ	Anbieter
._pk_id	Erzeugt statistische Daten darüber, wie der Besucher die Website nutzt.	2 Stunden	HTML	Website

Einstellungen speichern

10.19 Suche

Die interne Suche ermöglicht es den Nutzern, Inhalte schnell und einfach zu finden. Die Suchergebnisse lassen sich nach bestimmten Kriterien filtern und sortieren.

[Startseite](#) > [Suche](#)

Placeholder Text

32px
40px
32px
32px
64px

32px
32px
32px
32px

Suche

Suchbegriff eingeben

X ↵

Linie #81886A
Platzhaltertext #81886A

Thema ▾ Format ▾ Typ ▾ Zeitraum ▾

X Filter 14

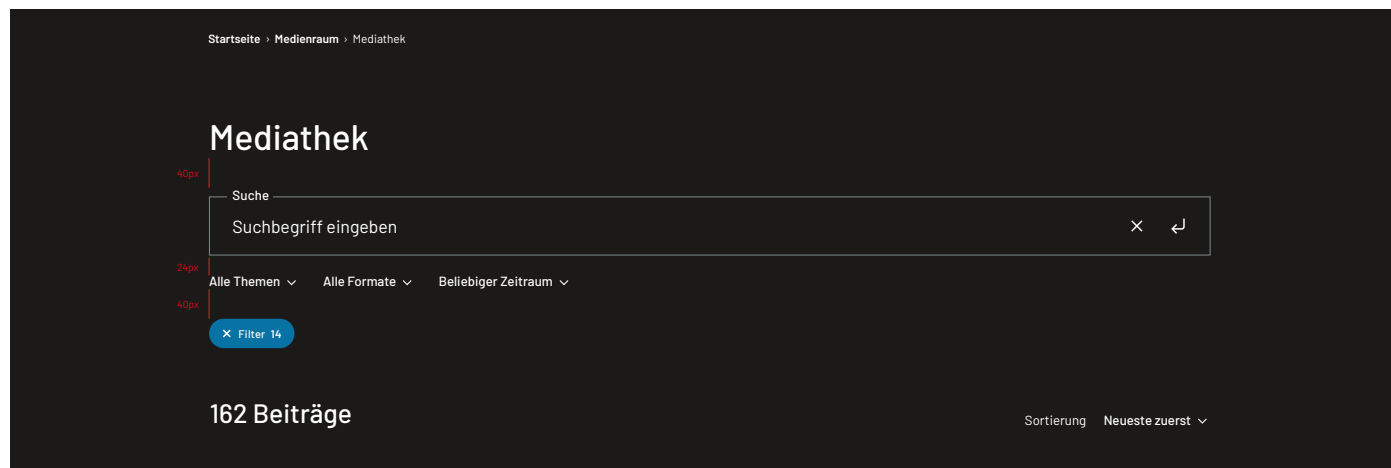
X Alle Filter löschen

162 Ergebnisse

Sortieren [Neueste zuerst](#) ▾

10.20 Mediathek

In der Mediathek finden sich eigenproduzierte Medieninhalte des Bayerischen Wirtschaftsministeriums. Die Medieninhalte lassen sich nach unterschiedlichen Formaten und Themenbereichen filtern.



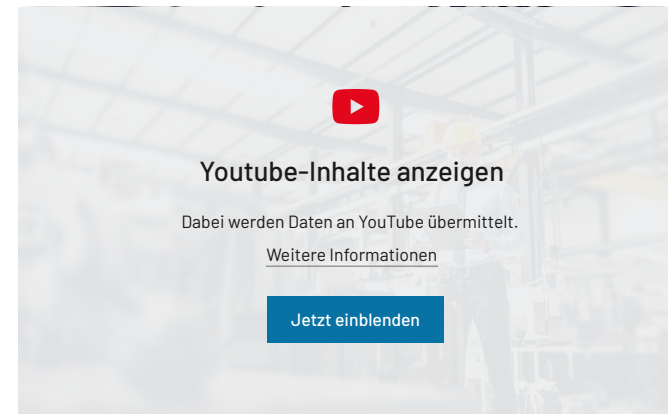
10.21 Video-Vorschaubild mit Datenschutzhinweis

Das Video-Vorschaubild mit Datenschutzhinweis ermöglicht die datenschutzkonforme Einbettung von YouTube-Videos auf Themen-seiten.

Default mit
Vorschaubild



Klick



10.22 Sprungmarken

Auf Themenseiten mit vielen Content-Elementen werden in der Desktop-Version Sprungmarken eingesetzt. Sprungmarken sind Verlinkungen auf bestimmte Content-Elemente der Seite. Eine Sprungmarke wird auch als Anker bezeichnet.

Sprungmarken erleichtern die Navigation und vermeiden unnötiges Scrollen. Denn mit einer Sprungmarke kann der Nutzer Inhalte der Website direkt ansteuern.

Die Sprungmarkennavigation ist das Inhaltsverzeichnis der jeweiligen Themenseite.

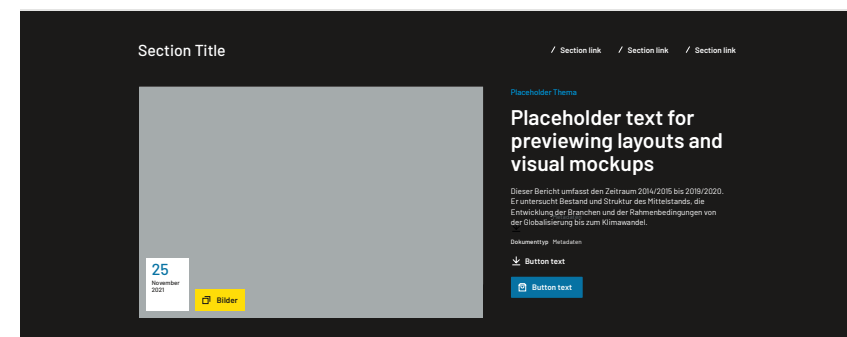
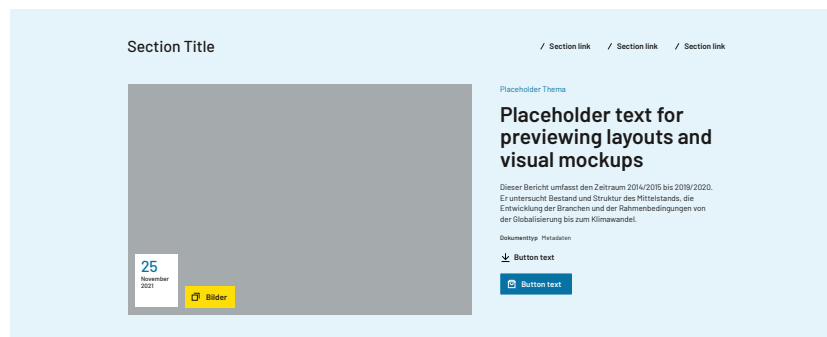
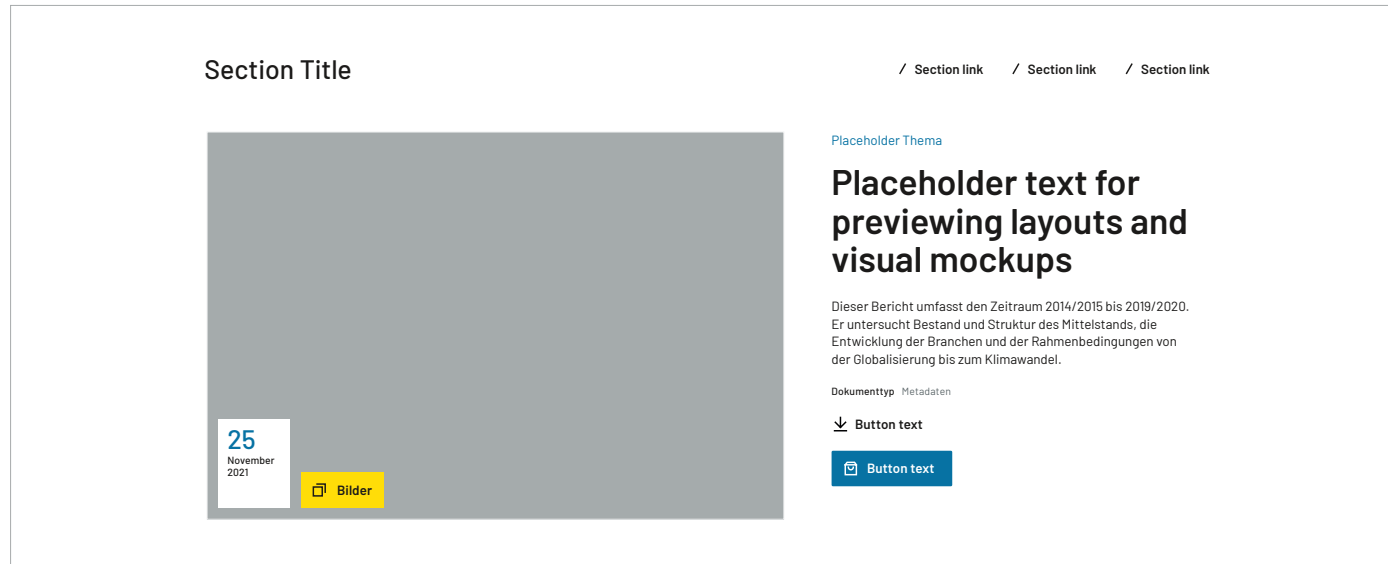
Hintergrund	
Auf dieser Seite	
➤ Hintergrund	Die Corona-Pandemie stellt die bayerische Wirtschaft vor große Herausforderungen. Vor diesem Hintergrund hat die Bayerische Staatsregierung mit dem Gesetz über einen BayernFonds und eine Bayerische Finanzagentur (BayernFonds- und Finanzagentur-Gesetz – BayFoG) ➤ wichtige Schritte zur Unterstützung der bayerischen Wirtschaft unternommen.
➤ Produkte und Konditionen	Der BayernFonds unterstützt Unternehmen, ihre Kapitalbasis zu stärken und Liquiditätsengpässe zu überwinden. Dadurch soll der BayernFonds die wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie auf jene Unternehmen der Realwirtschaft abmildern, deren Bestandsgefährdung erhebliche Auswirkungen auf die Wirtschaft, die technologische oder wirtschaftliche Souveränität, Versorgungssicherheit, kritische Infrastrukturen oder den Arbeitsmarkt in Bayern hätte.
➤ Zugangskriterien	
➤ Antragsverfahren	Der BayernFonds ergänzt bisherige Sonderprogramme auf Bundes- und Landesebene . Während der vom Bundesgesetzgeber errichtete Wirtschaftsstabilisierungsfonds (WSF) ➤ überwiegend große Unternehmen adressiert, richtet sich der BayernFonds in erster Linie an bayerische Mittelständler.
➤ Rechtliche Grundlagen	
➤ Häufig gestellte Fragen	Entsprechend der Ausrichtung des BayernFonds auf den bayerischen Mittelstand erfolgt eine mittelstandsgerechte Auslegung der volkswirtschaftlichen Kriterien. Das heißt, dass bei der Beurteilung der wirtschaftlichen Bedeutung des jeweiligen Unternehmens für den Freistaat Bayern auch die Größe des Unternehmens und die lokalen Gegebenheiten berücksichtigt werden.
<div>Hinweis zur Beurteilung der volkswirtschaftlichen Bedeutung: Die Bedeutung des Unternehmens für den Wirtschaftsstandort Bayern wird anhand von objektiven Vergleichsgrößen (z.B. offizielle Arbeitsmarktstatistiken) bestimmt. Beispielsweise fließen in die Beurteilung die direkten und über Wertschöpfungsketten induzierten, indirekten Arbeitsplätze, die Innovationskraft eines Unternehmens sowie die Bedeutung des Unternehmens für lokale Infrastrukturen ein. Neben der Beurteilung auf Grundlage einer statistischen Datenanalyse wird auch der jeweilige spezifische Einzelfall gewürdigt.</div>	
In den Häufig gestellten Fragen (vgl. Frage 20) finden Sie weitere Anmerkungen zur Vorgehensweise bei der volkswirtschaftlichen Analyse und den heranzuziehenden Kriterien.	

11 Container

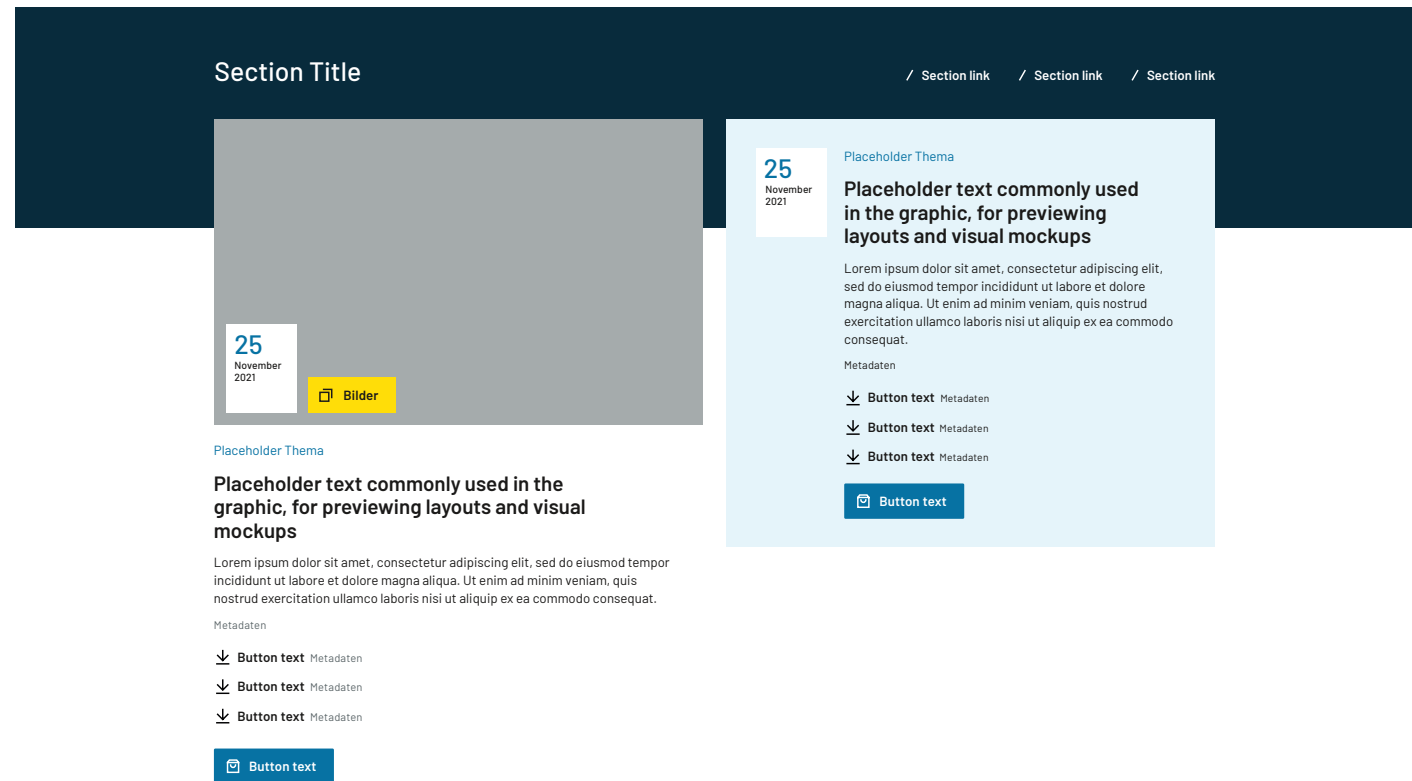
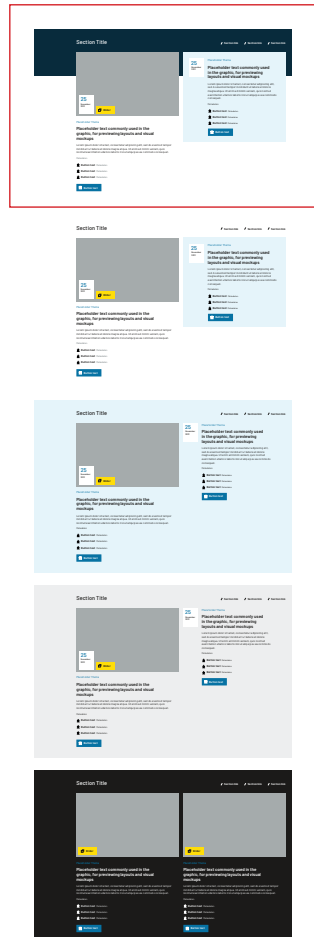
Ein Container ist eine Gruppe verschiedener Content-Elemente/Listen-Module. Er kann mehrere Elemente, wie beispielsweise Text, Grafiken und Tabellen enthalten. Ein Container kann in bis zu vier Spalten gegliedert werden. Container erleichtern eine übersichtliche Darstellung verschiedener Themenblöcke auf einer Seite.

Im Folgenden werden unterschiedliche Container mit verschiedenen Grids dargestellt (vgl. S. 12 und 13 zur Seitenaufteilung).

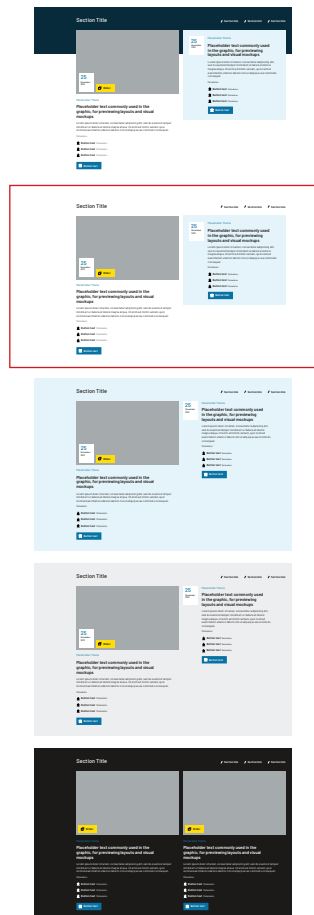
11.1 Container 12 Spalten



11.2 Container 6+6 Spalten

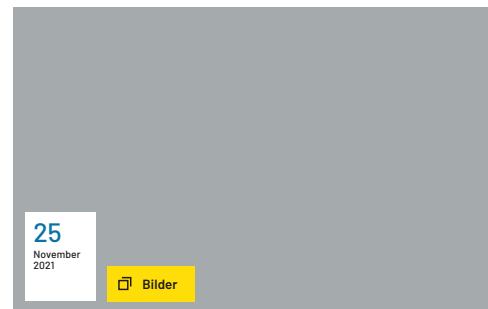


11.2 Container 6+6 Spalten



Section Title

/ Section link / Section link / Section link



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

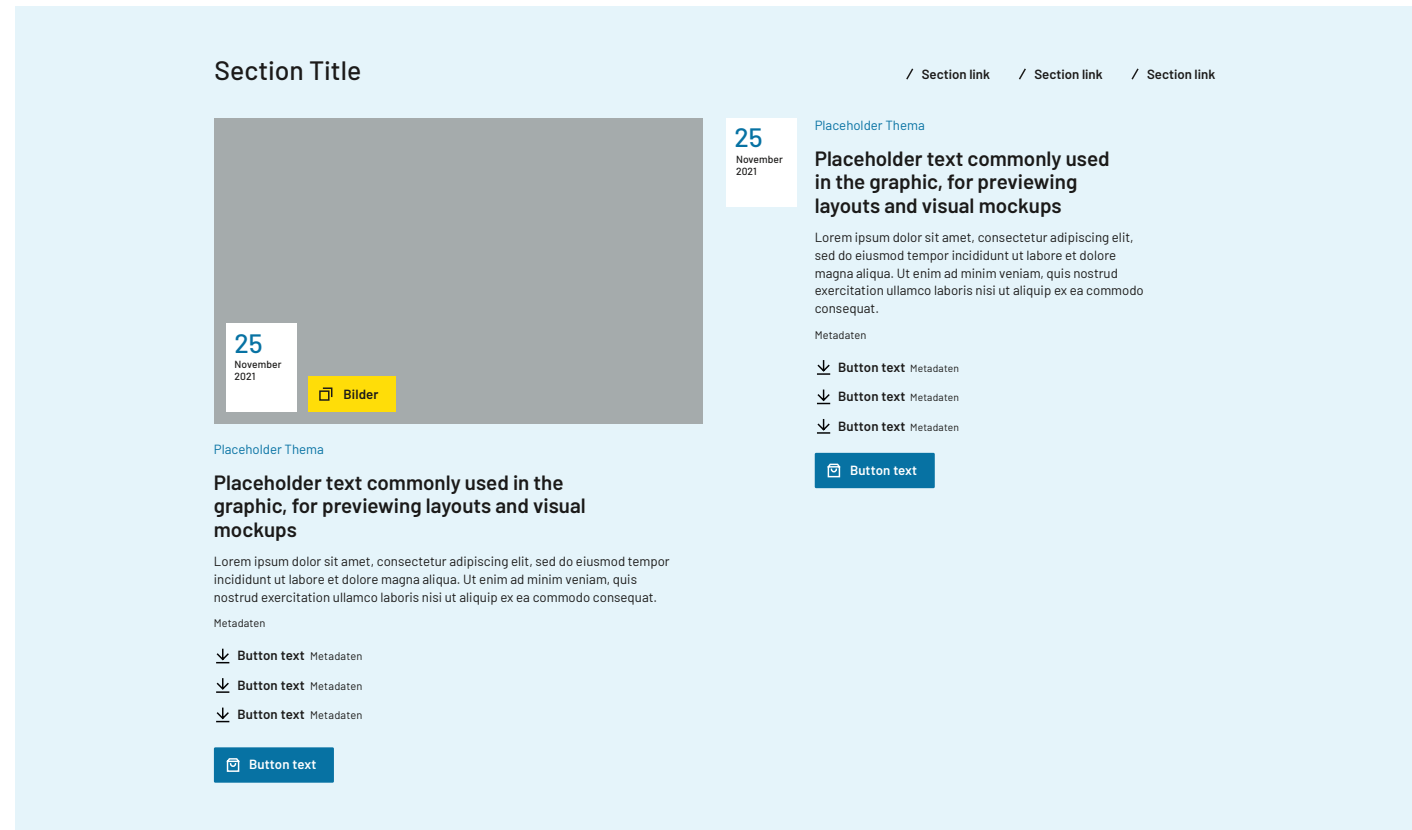
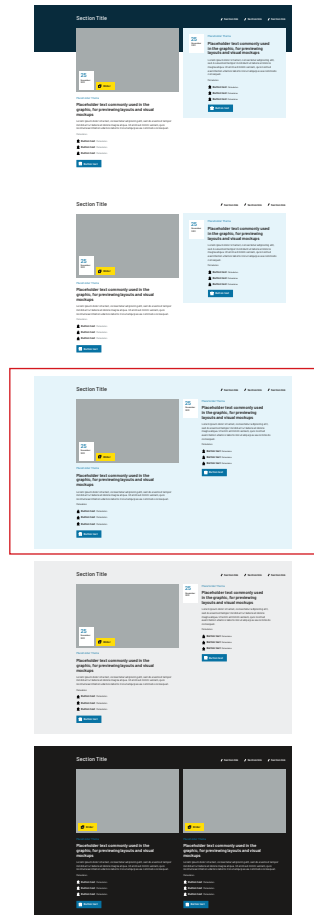
↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

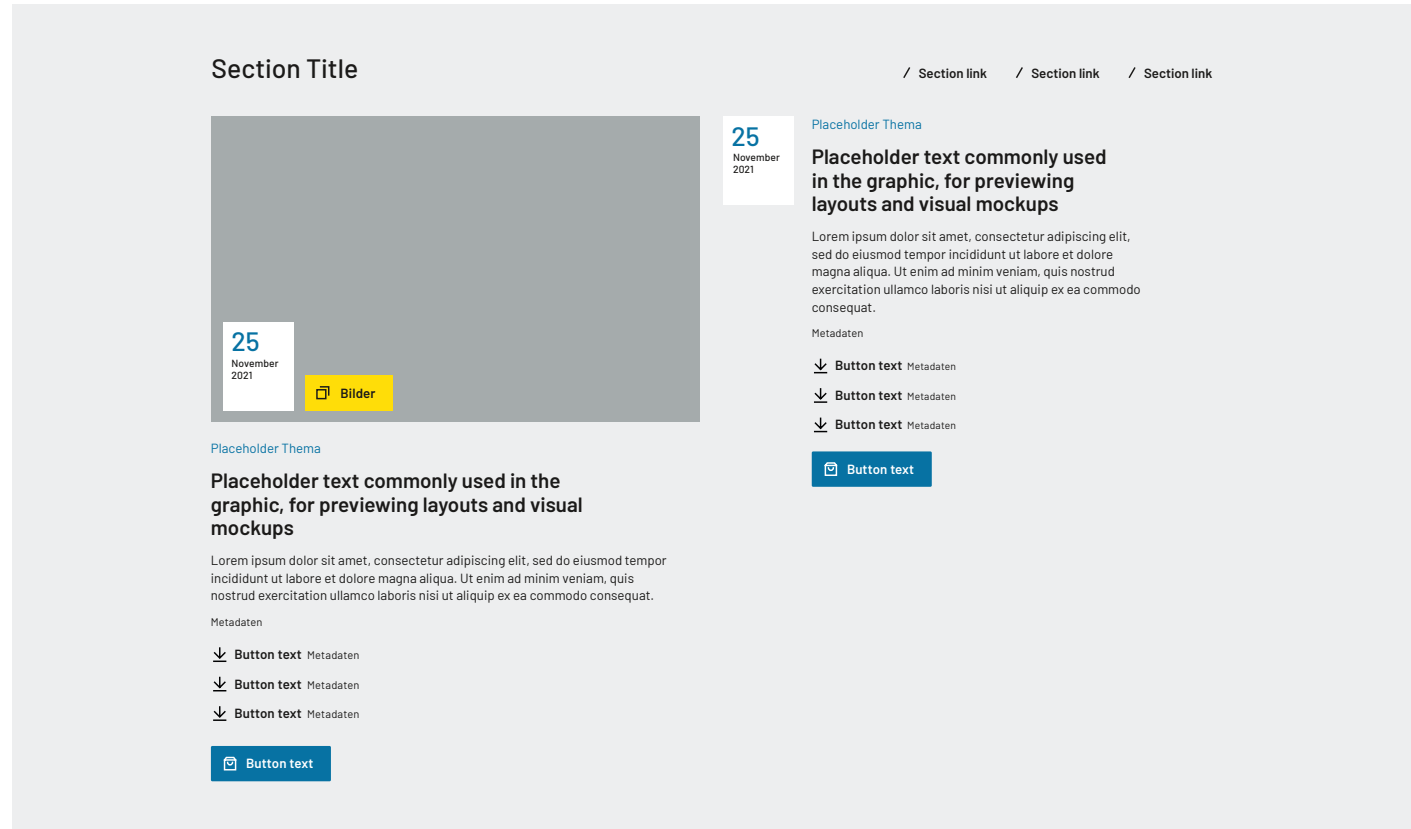
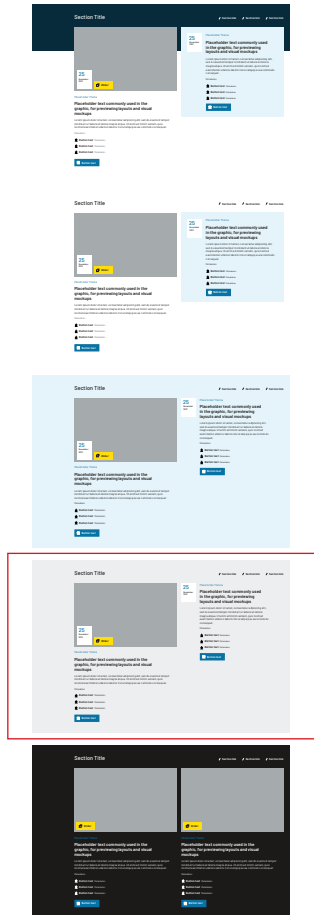
↓ Button text Metadaten

📷 Button text

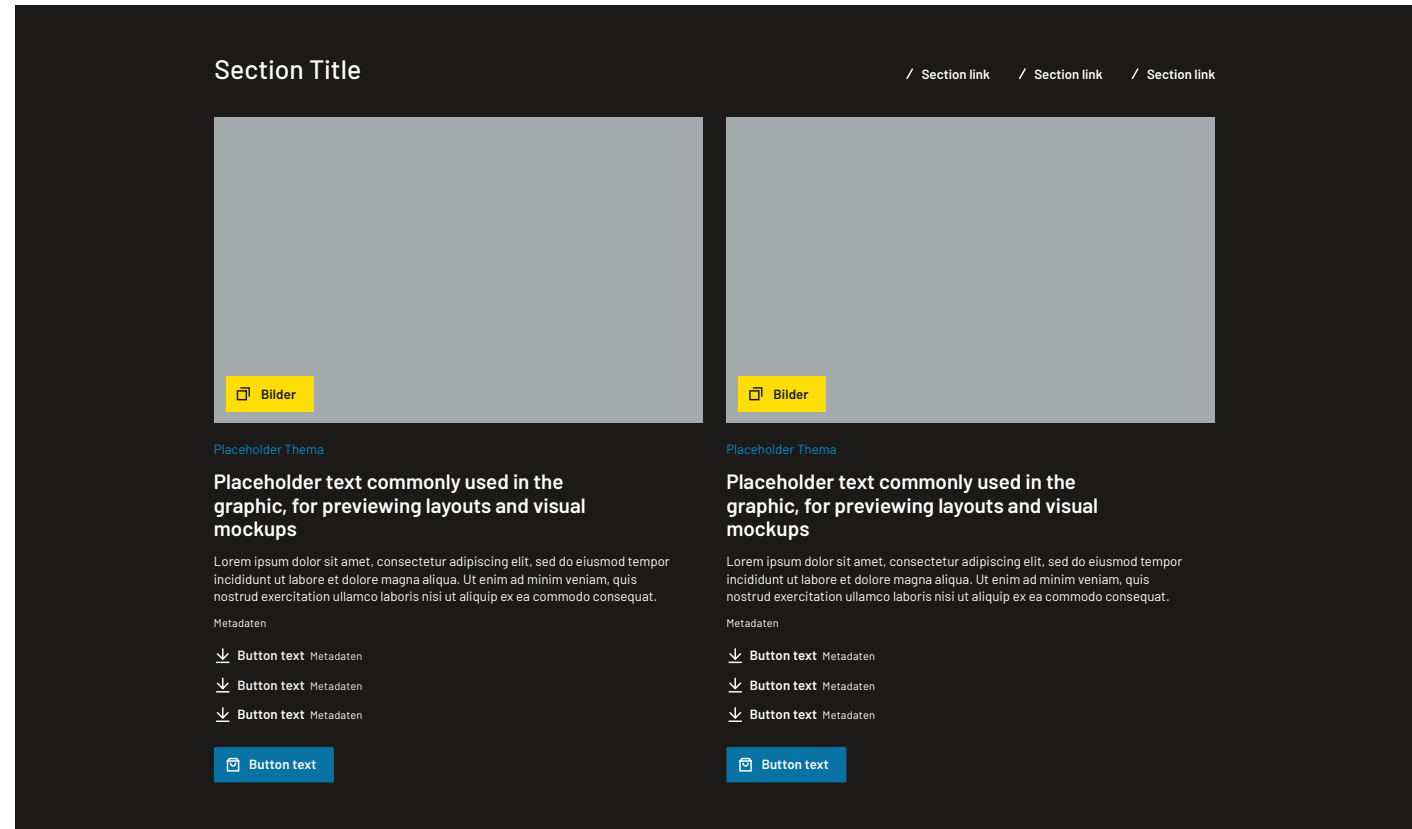
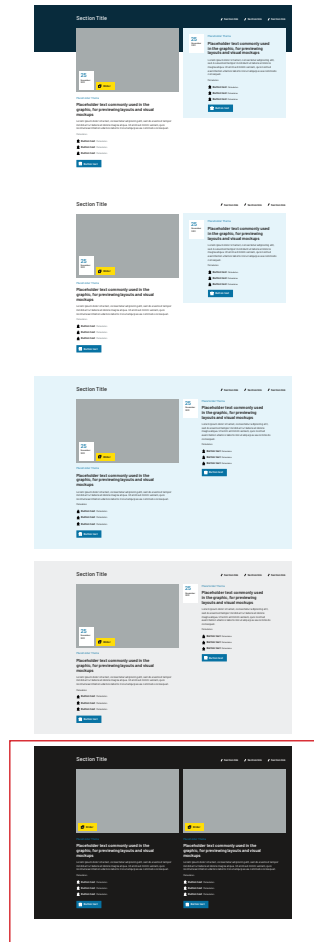
11.2 Container 6+6 Spalten



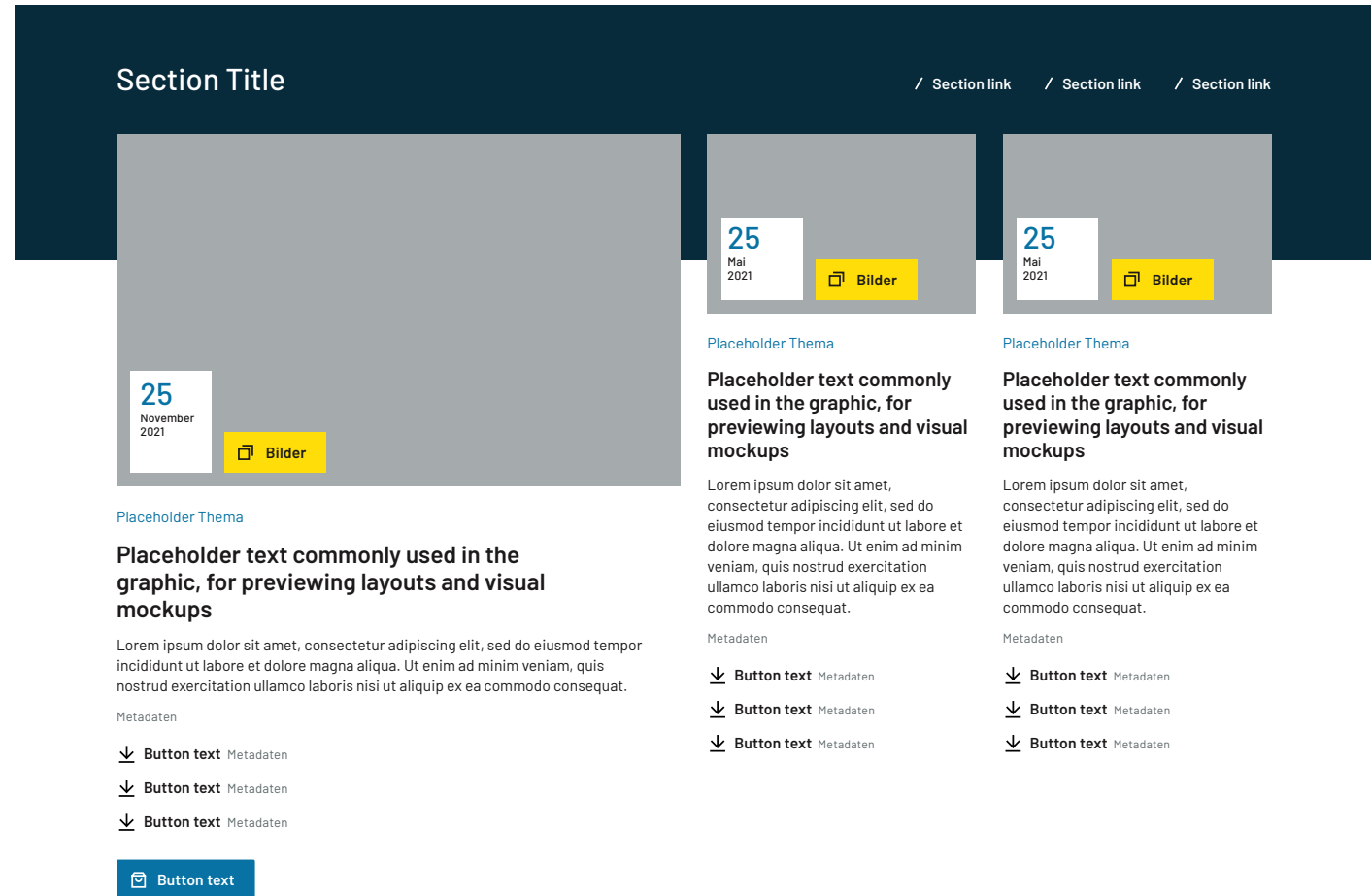
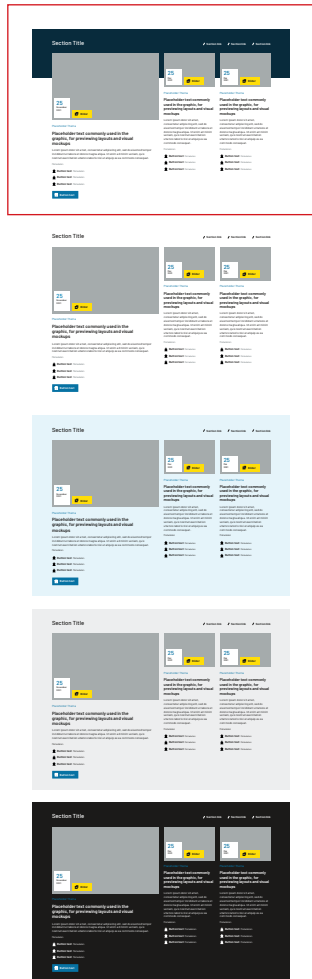
11.2 Container 6+6 Spalten



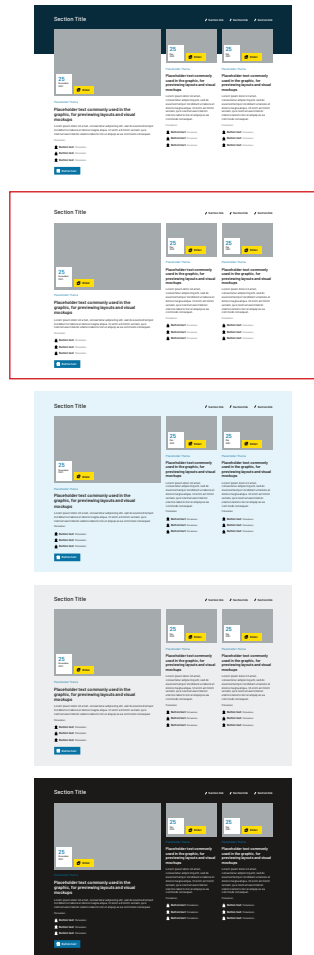
11.2 Container 6+6 Spalten



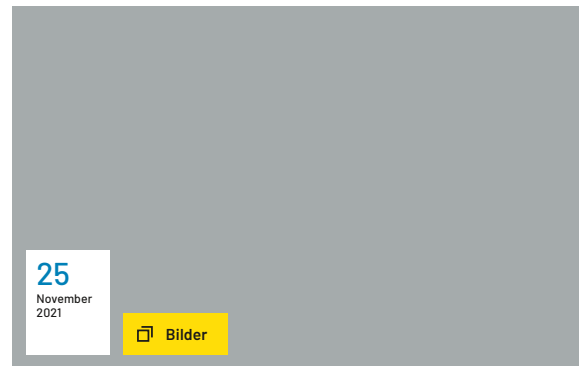
11.3 Container 6+3+3 Spalten



11.3 Container 6+3+3 Spalten



Section Title



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

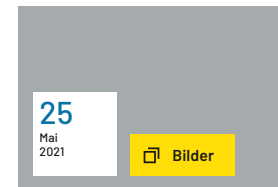
↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text

/ Section link / Section link / Section link



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

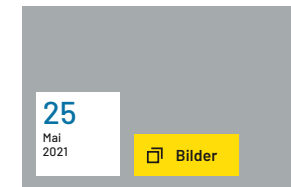
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

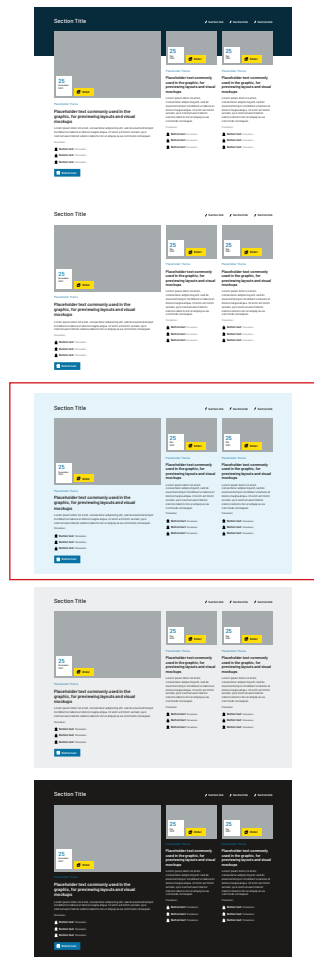
Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

11.3 Container 6+3+3 Spalten



Section Title

/ Section link / Section link / Section link

25
November
2021

Bilder

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

Button text Metadaten

Button text Metadaten

Button text Metadaten

Button text

25
Mai
2021

Bilder

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

Button text Metadaten

Button text Metadaten

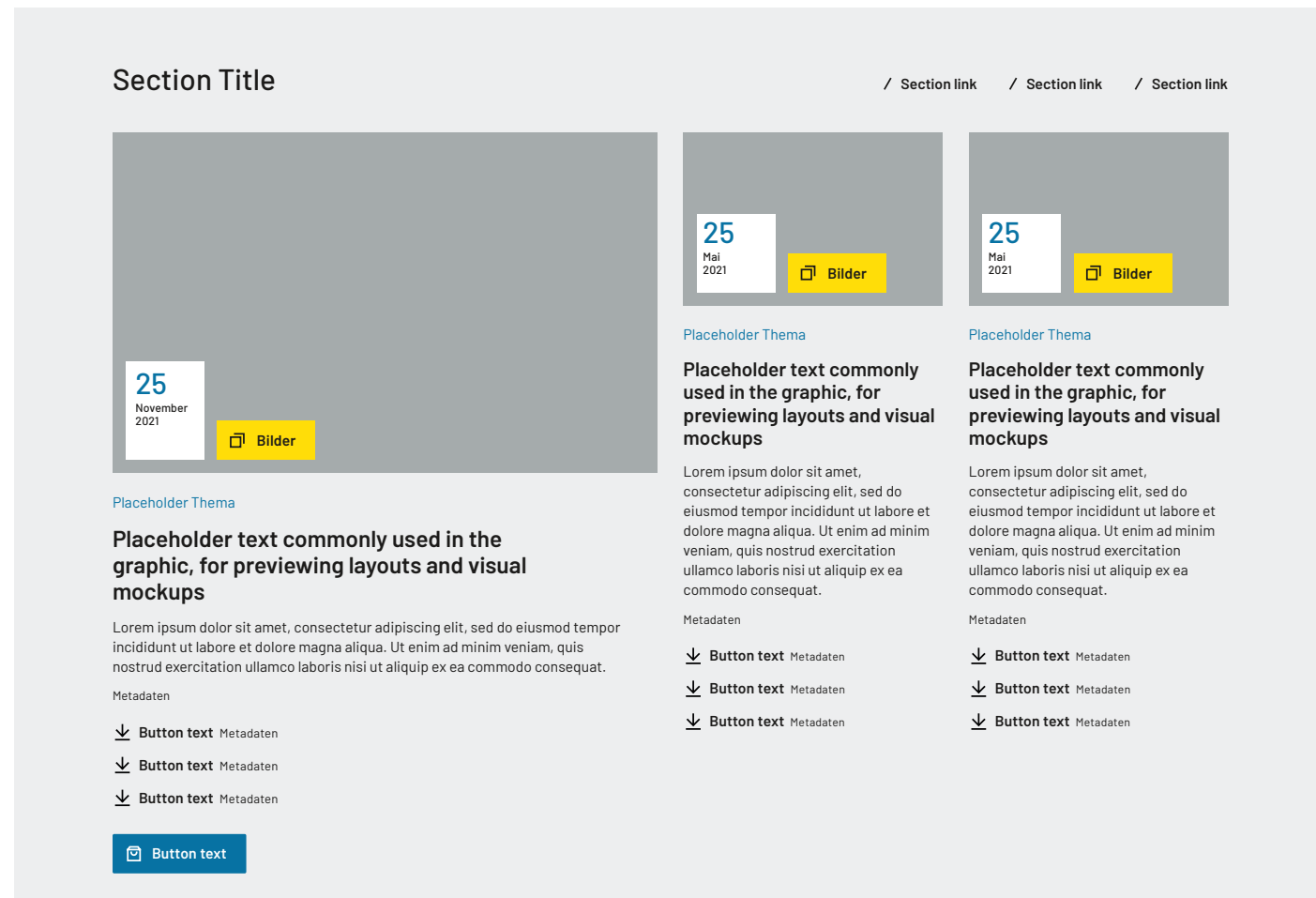
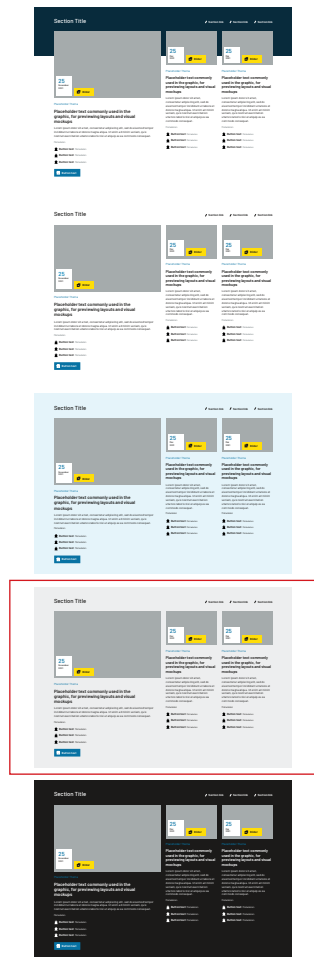
Button text Metadaten

Button text

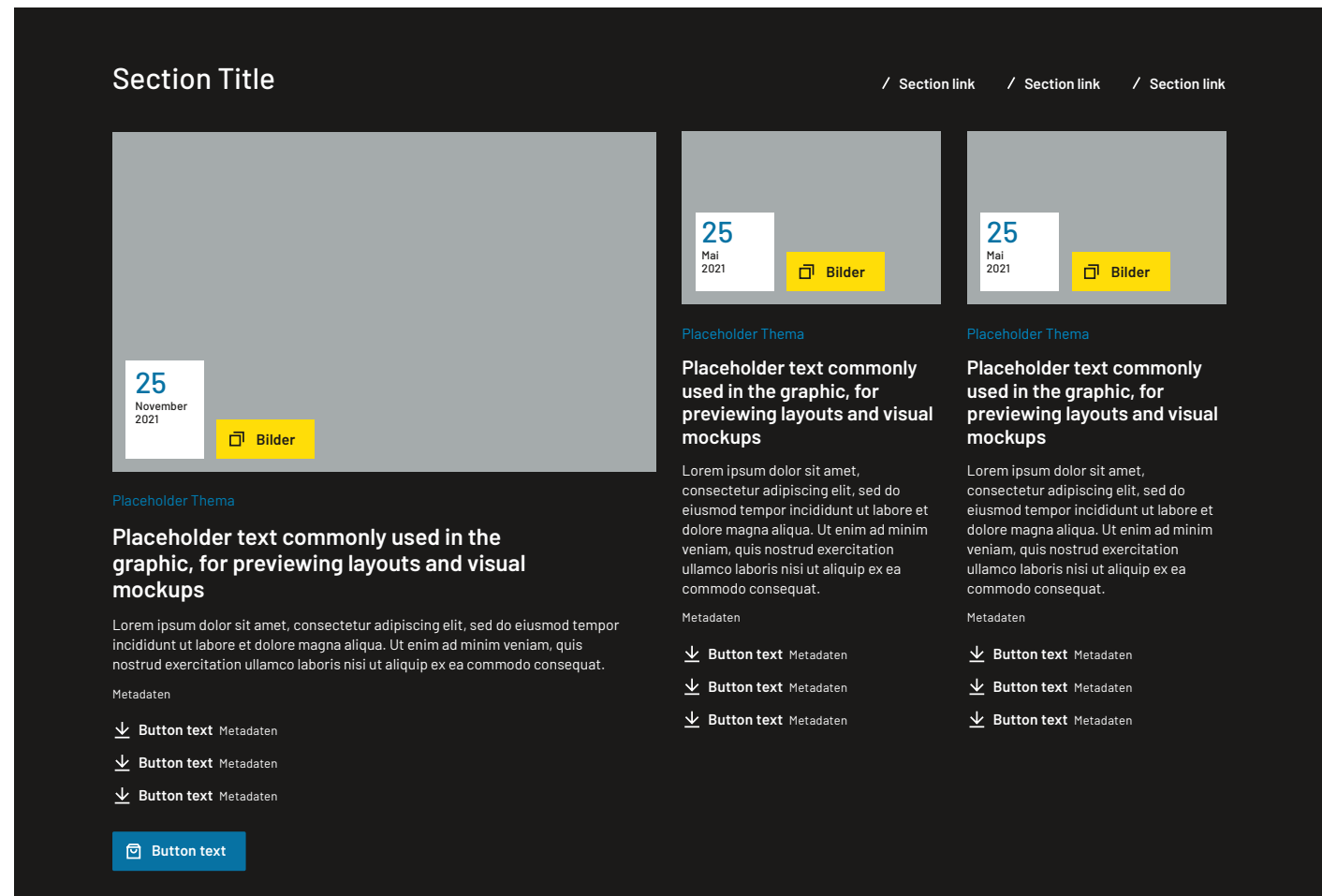
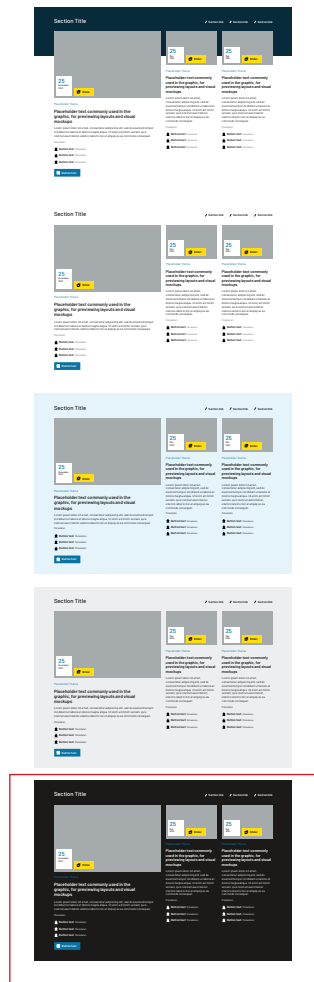
96

140

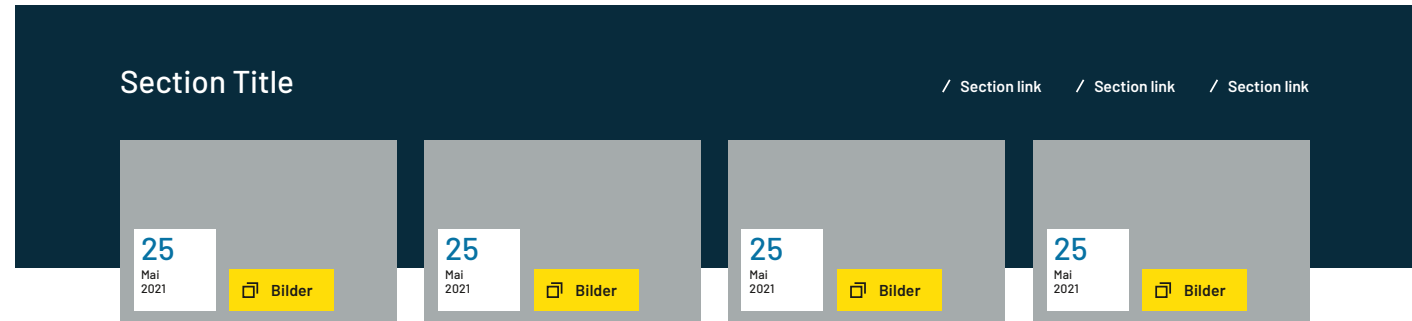
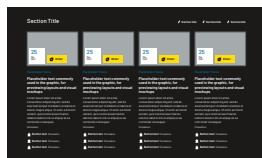
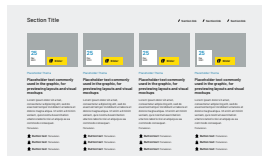
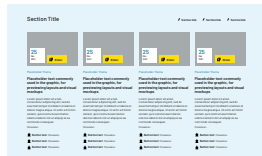
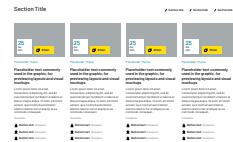
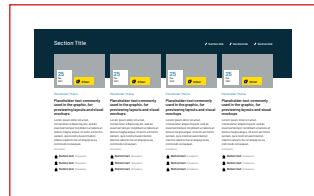
11.3 Container 6+3+3 Spalten



11.3 Container 6+3+3 Spalten



11.4 Container 3+3+3+3 Spalten



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

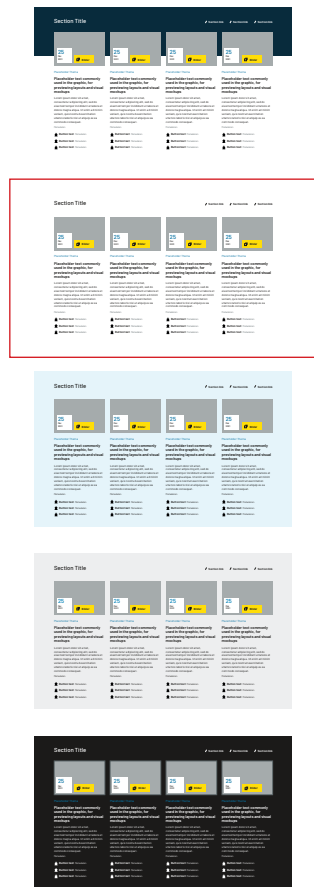
Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

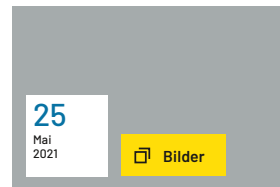
↓ Button text Metadaten

11.4 Container 3+3+3+3 Spalten



Section Title

/ [Section link](#) / [Section link](#) / [Section link](#)



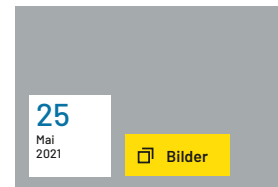
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ **Button text** Metadaten
↓ **Button text** Metadaten
↓ **Button text** Metadaten



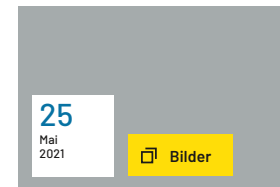
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ **Button text** Metadaten
↓ **Button text** Metadaten
↓ **Button text** Metadaten



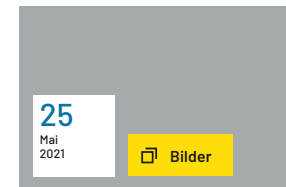
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ **Button text** Metadaten
↓ **Button text** Metadaten
↓ **Button text** Metadaten



Placeholder Thema

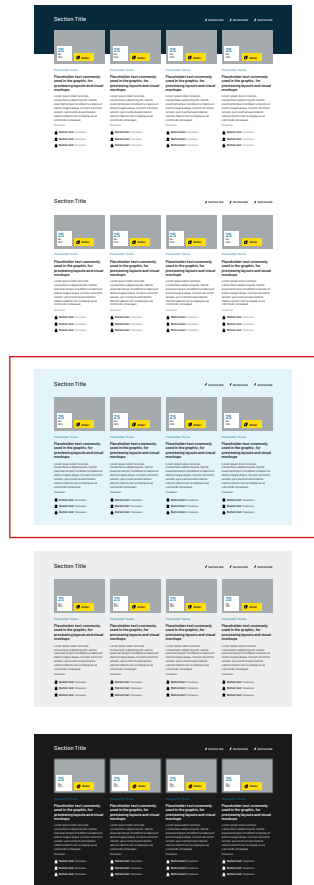
Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

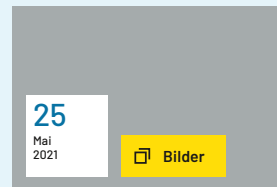
↓ **Button text** Metadaten
↓ **Button text** Metadaten
↓ **Button text** Metadaten

11.4 Container 3+3+3+3 Spalten



Section Title

/ Section link / Section link / Section link



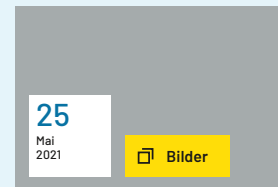
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten



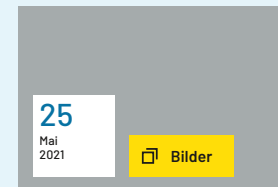
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten



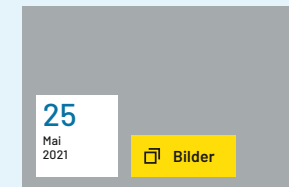
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten



Placeholder Thema

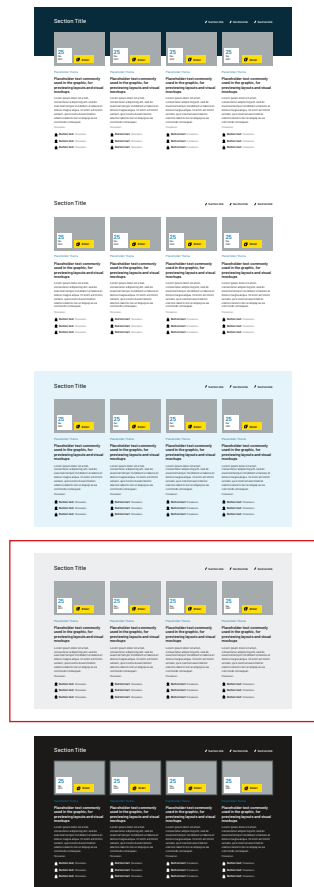
Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten
↓ Button text Metadaten

11.4 Container 3+3+3+3 Spalten



Section Title

/ Section link / Section link / Section link

25
Mai
2021

Bilder

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

Button text

Metadaten

Button text

Metadaten

Button text

Metadaten

25
Mai
2021

Bilder

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

Button text

Metadaten

Button text

Metadaten

Button text

Metadaten

25
Mai
2021

Bilder

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

Button text

Metadaten

Button text

Metadaten

Button text

Metadaten

25
Mai
2021

Bilder

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

Button text

Metadaten

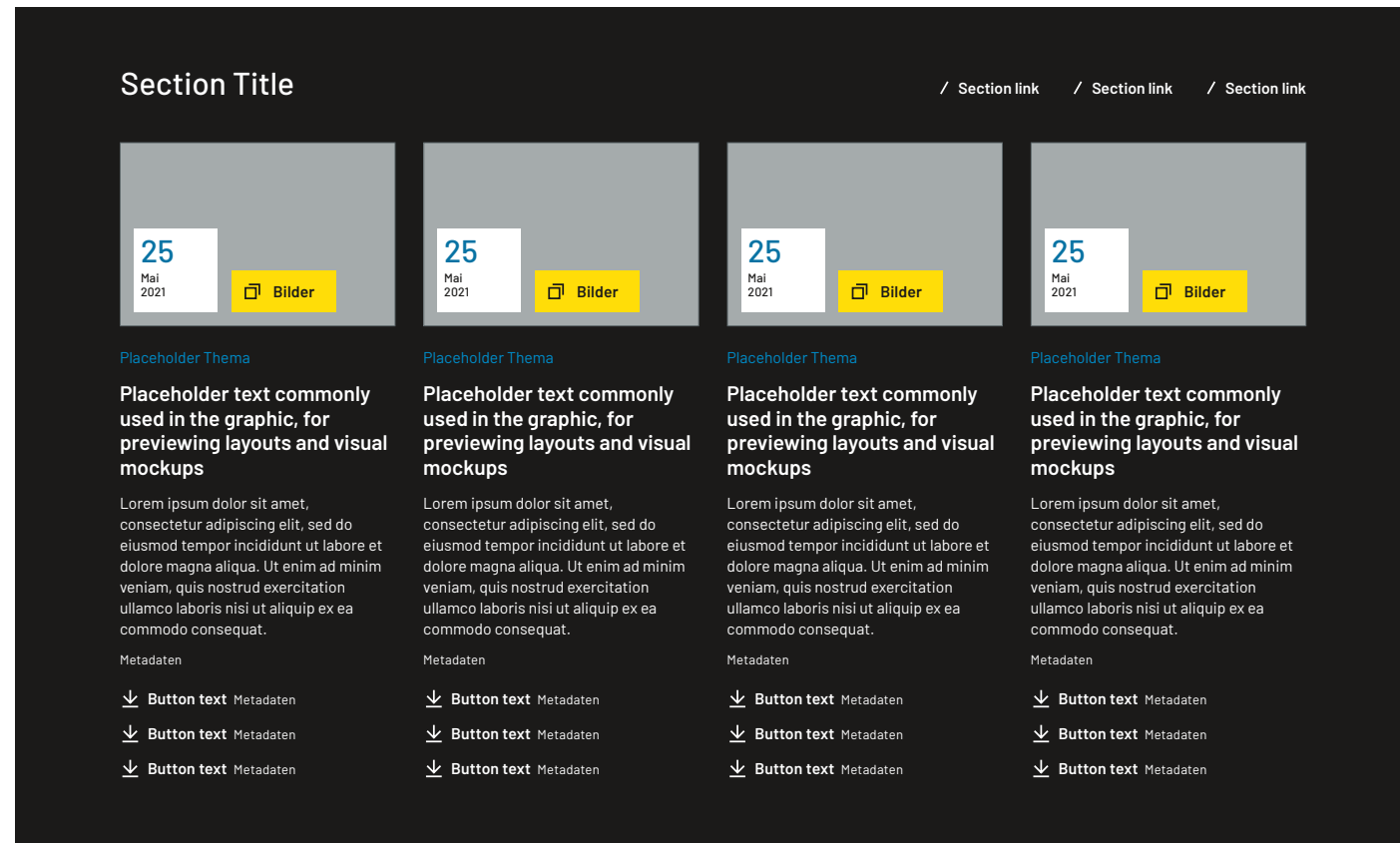
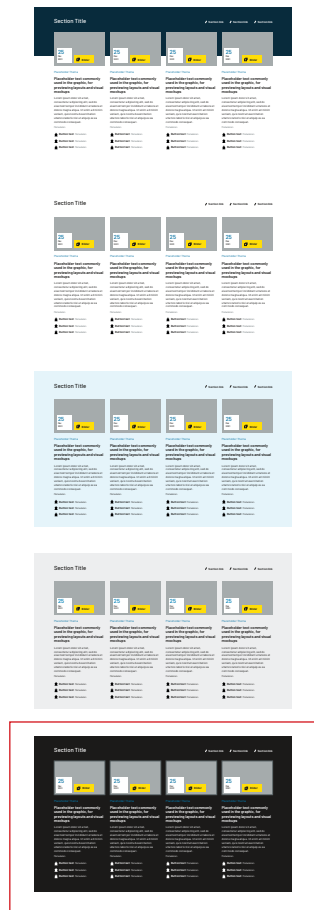
Button text

Metadaten

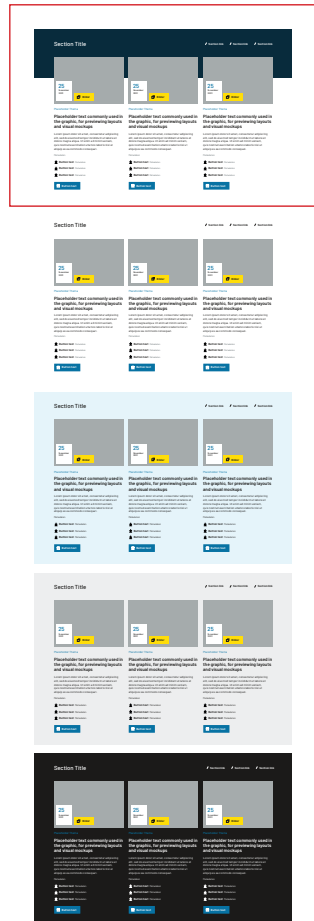
Button text

Metadaten

11.4 Container 3+3+3+3 Spalten



11.5 Container 4+4+4 Spalten



Section Title
/ Section link / Section link / Section link

25
November
2021
Bilder

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

- Button text Metadaten
- Button text Metadaten
- Button text Metadaten

Bilder
Button text

25
November
2021
Bilder

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

- Button text Metadaten
- Button text Metadaten
- Button text Metadaten

Bilder
Button text

25
November
2021
Bilder

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

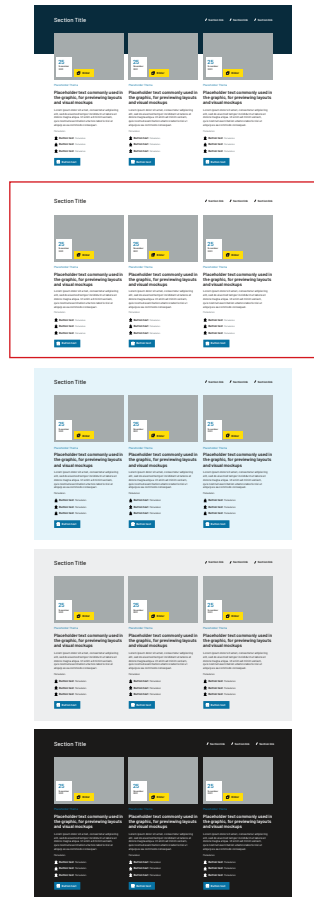
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

- Button text Metadaten
- Button text Metadaten
- Button text Metadaten

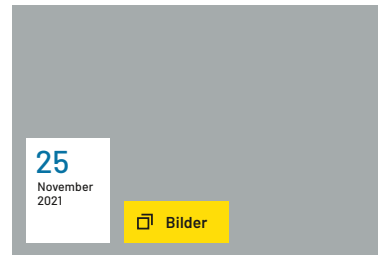
Bilder
Button text

11.5 Container 4+4+4 Spalten



Section Title

/ Section link / Section link / Section link



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

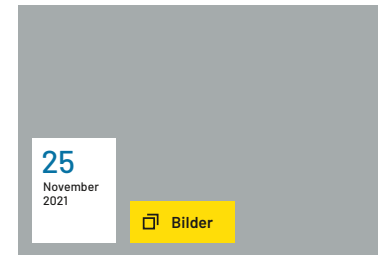
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

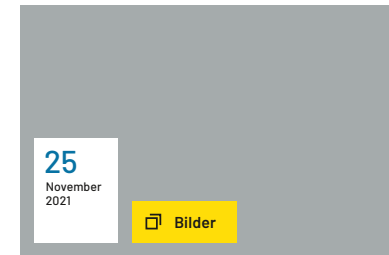
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

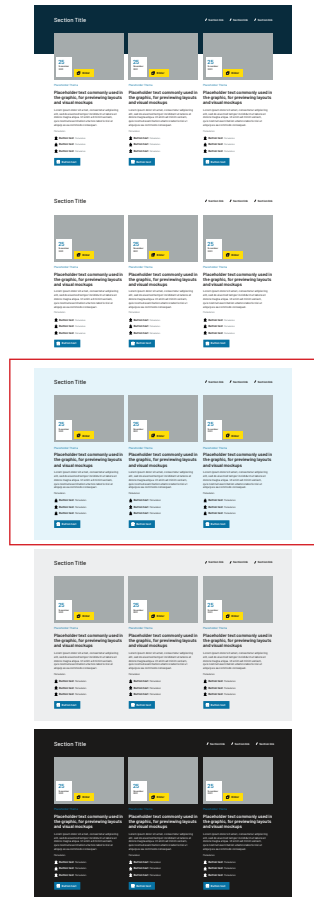
↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

↓ Button text Metadaten

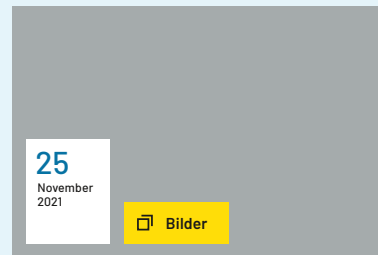


11.5 Container 4+4+4 Spalten



Section Title

/ Section link / Section link / Section link



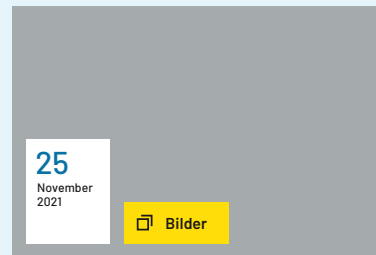
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten



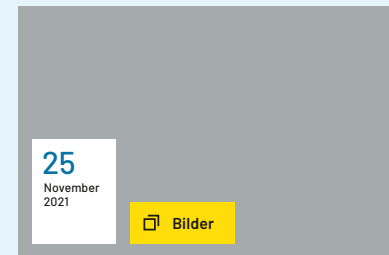
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

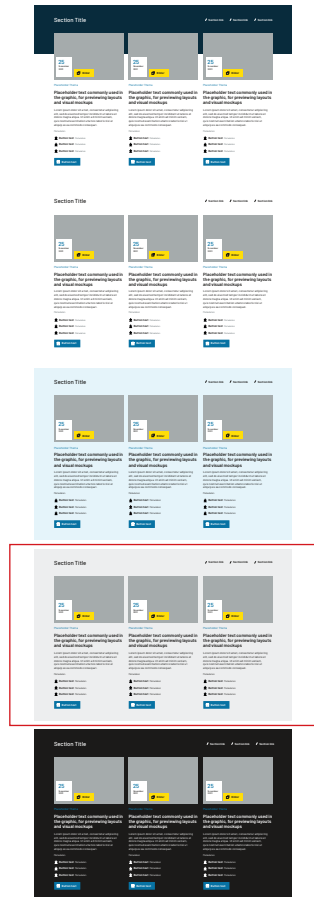
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten

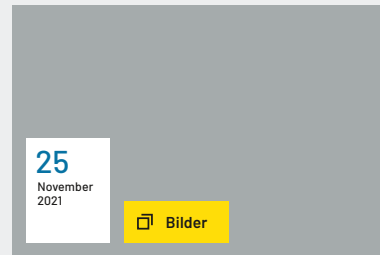


11.5 Container 4+4+4 Spalten



Section Title

/ Section link / Section link / Section link



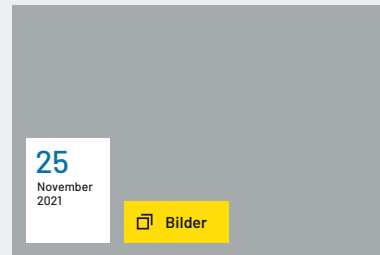
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten



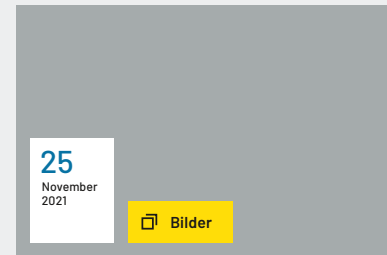
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

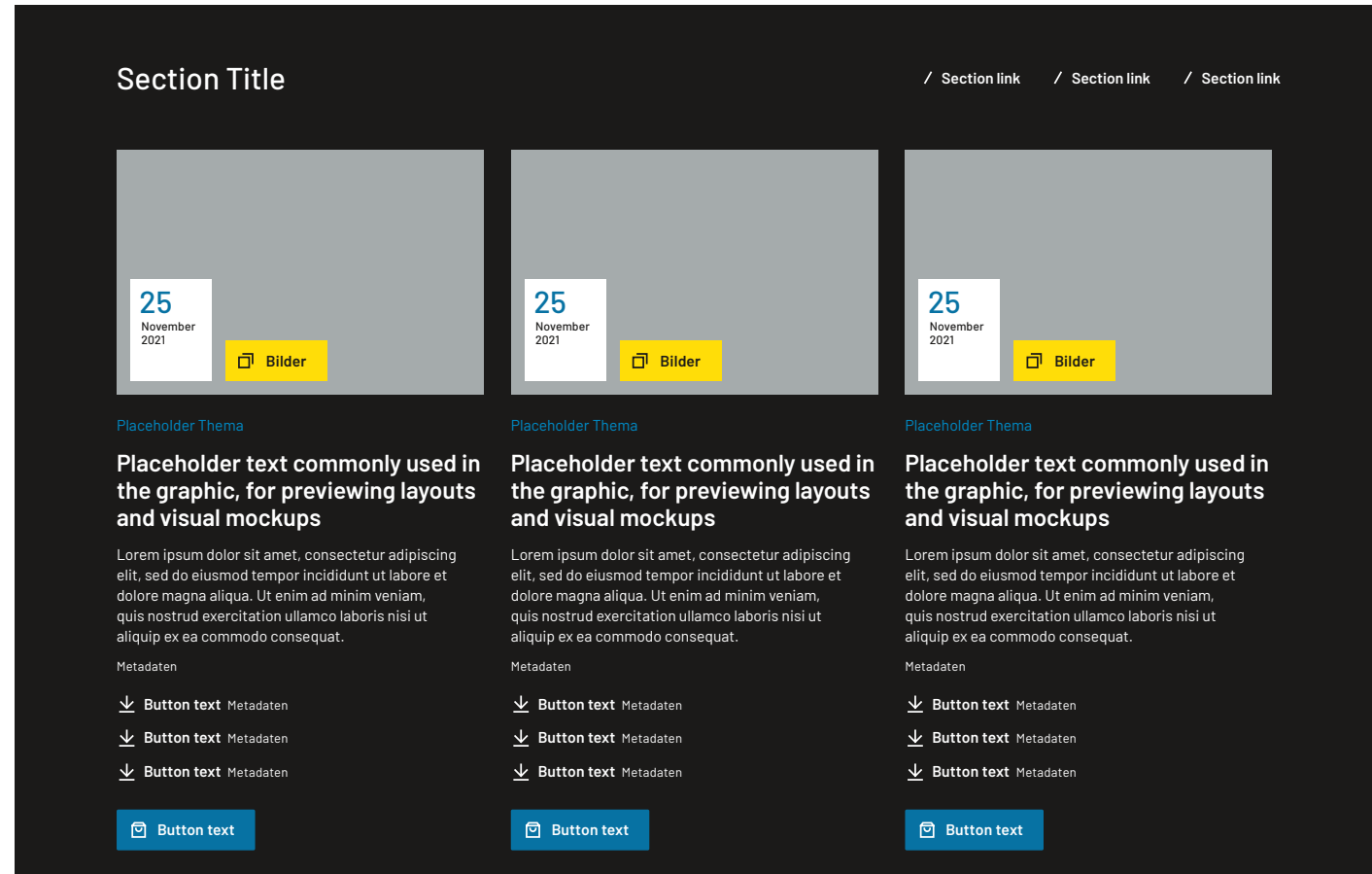
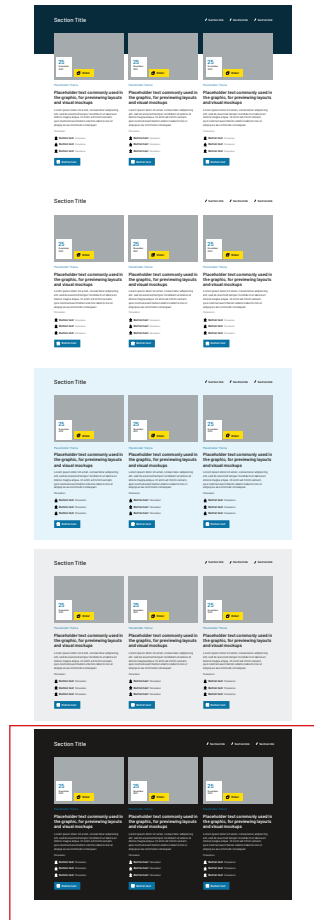
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

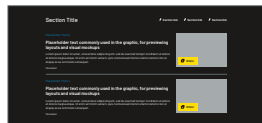
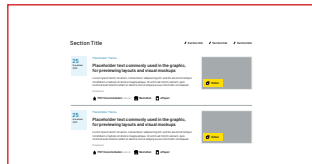
- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten
- ↓ Button text Metadaten



11.5 Container 4+4+4 Spalten



11.6 Container 1+10+1



Section Title

/ Section link / Section link / Section link

25

November
2021

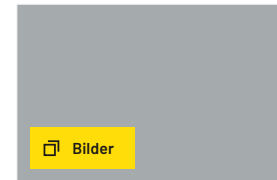
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

PDF Herunterladen 453 KB Bestellen ePaper



25

November
2021

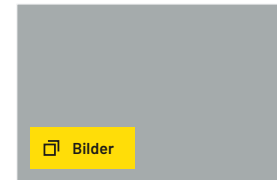
Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

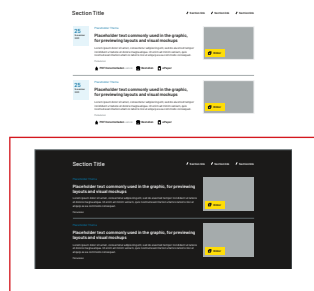
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten

PDF Herunterladen 453 KB Bestellen ePaper



11.6 Container 1+10+1



Section Title

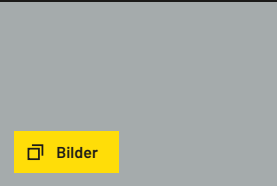
/ Section link / Section link / Section link

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten



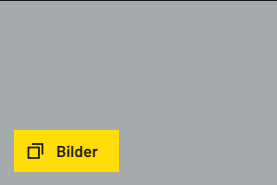
Bilder

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

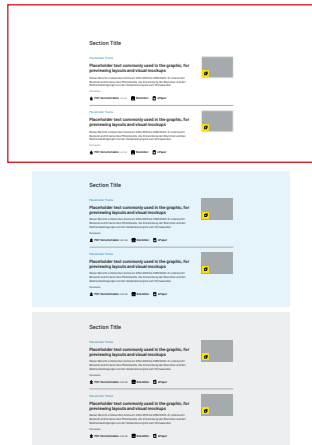
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Metadaten



Bilder

11.7 Container 2+8+2



Section Title

Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

Dieser Bericht umfasst den Zeitraum 2014/2015 bis 2019/2020. Er untersucht Bestand und Struktur des Mittelstands, die Entwicklung der Branchen und der Rahmenbedingungen von der Globalisierung bis zum Klimawandel.

Metadaten

↓ PDF Herunterladen 453 KB Bestellen ePaper



Placeholder Thema

Placeholder text commonly used in the graphic, for previewing layouts and visual mockups

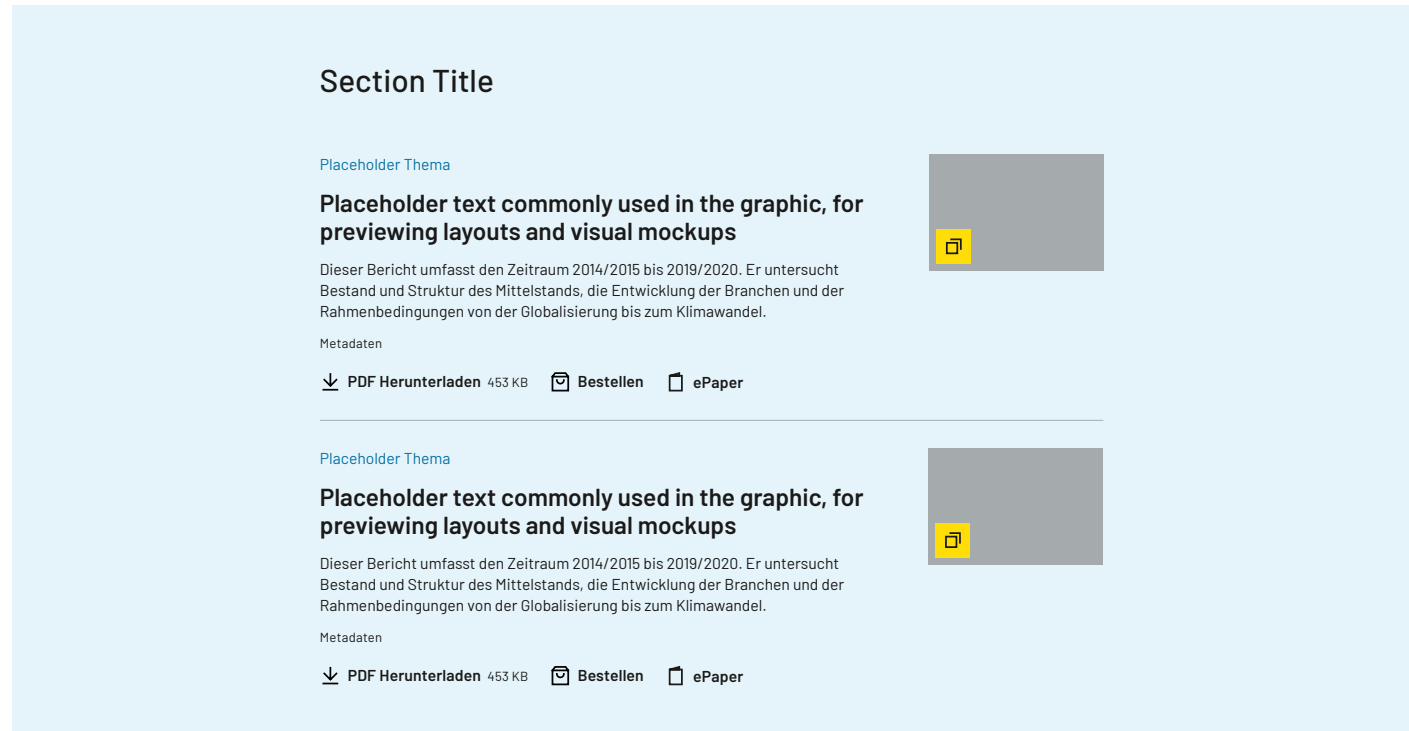
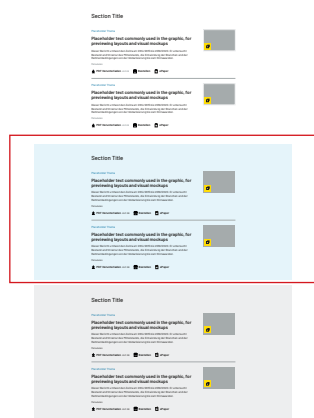
Dieser Bericht umfasst den Zeitraum 2014/2015 bis 2019/2020. Er untersucht Bestand und Struktur des Mittelstands, die Entwicklung der Branchen und der Rahmenbedingungen von der Globalisierung bis zum Klimawandel.

Metadaten

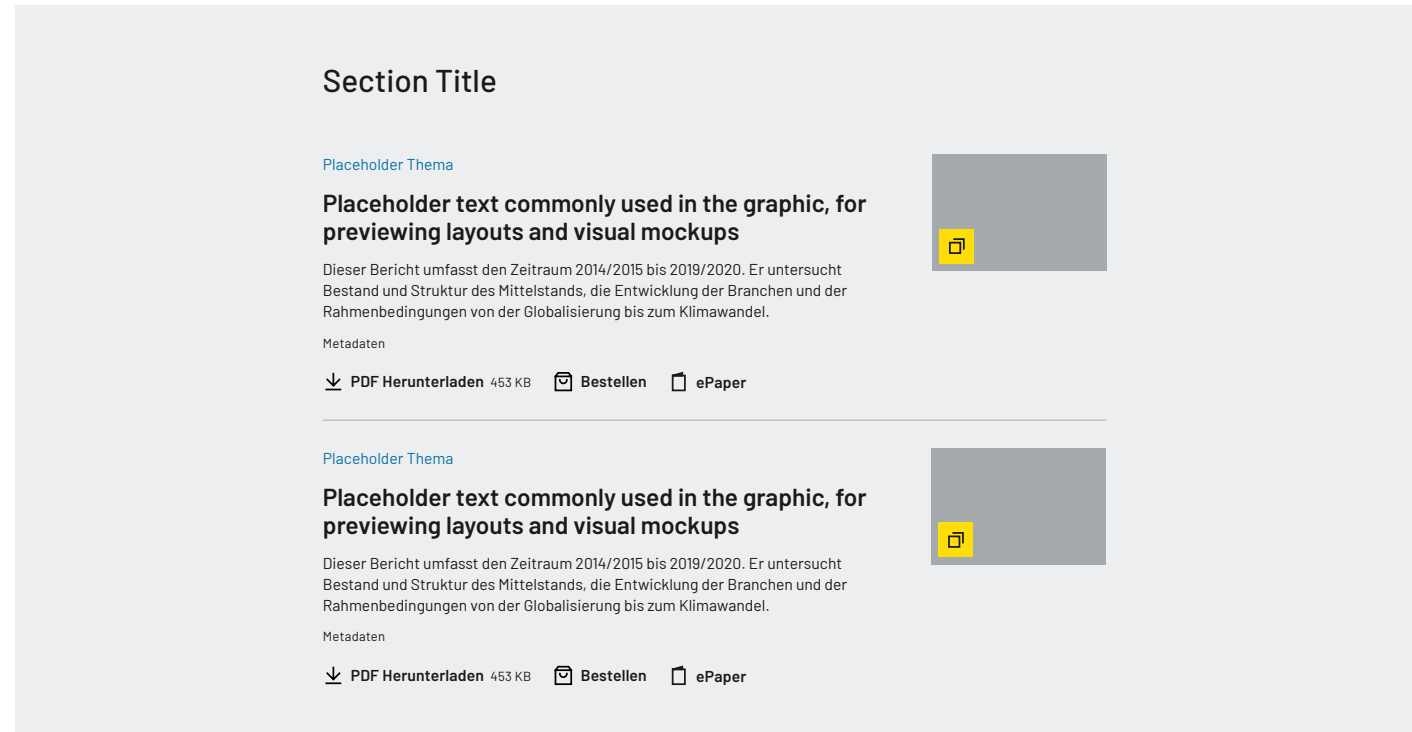
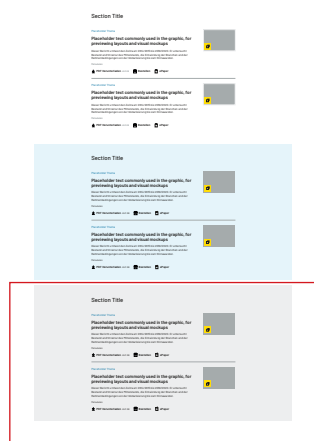
↓ PDF Herunterladen 453 KB Bestellen ePaper



11.7 Container 2+8+2



11.7 Container 2+8+2



Herausgeber



stmw.bayern.de

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung
und Energie

Prinzregentenstraße 28 | 80538 München | Postanschrift 80525 München
Tel. 089 2162-0 | Fax 089 2162-2760 | info@stmw.bayern.de
stmw.bayern.de

Gestaltung
Druck

Technisches Büro im StMWi

Stand

Juli 2023



BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter Telefon 089 12 22 20 oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.

Hinweis

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden.

Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben von parteipolitischen Informationen oder Werbemitteln. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

Die Druckschrift wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts kann dessen ungeachtet nicht übernommen werden.



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
www.stmwi.bayern.de



CORPORATE DESIGN MANUAL

Umsetzung des gemeinsamen
Erscheinungsbildes der Bayerischen
Staatsregierung für das Bayerische
Staatsministerium für Wirtschaft,
Landesentwicklung und Energie
und seiner nachgeordneten Behörde
– dem Bayerischen Landesamt für
Maß und Gewicht.



Stand: April 2021

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einführung	4	3. Printmedien	31
1.1 Über das Corporate Design	5	3.1 Geschäftsausstattung	32
1.2 Abkürzungen	6	3.1.1 Briefbogen / Fax	32
2. Basiselemente	7	3.1.2 Visitenkarten	34
2.1 Der „Winkel“	8	3.1.3 E-Mail Signatur	37
2.2 Das Große Bayerische Staatswappen	10	3.1.4 Powerpoint-Präsentation	38
2.2.1 Heraldische Elemente	10	3.1.5 Empfehlungskarten	39
2.2.2 Farben	11	3.1.6 Freistempler	39
2.2.3 Farbversion	12	3.2 Broschüren	40
2.2.4 Farbversion ohne Schraffur	13	3.2.1 Titelseite	40
2.2.5 Schwarzversion	14	3.2.2 Rückseite	44
2.2.6 Schwarzversion, wenig Schraffur	14	3.3 Flyer	45
2.2.7 Schwarzversion ohne Schraffur	14	3.3.1 DIN lang quadratisch	45
2.2.8 Weißversion	15	3.3.2 Falzarten	46
2.2.9 Weißversion, wenig Schraffur	15	3.4 Impressum	47
2.2.10 Weißversion ohne Schraffur	15	3.5 Anzeigen	50
2.3 Das Kleine Bayerische Staatswappen	16	4. Werbeartikel	51
2.3.1 Farbversion	16	5. Außenwerbung	53
2.3.2 Schwarzversion	16	5.1 City-Light-Poster	54
2.3.3 Weiß-Blau Version	17	5.2 Billboard (Plakatwand)	55
2.3.4 Weißversion	17	5.3 Flaggen, Banner, Roll-ups	56
2.4 Hausschrift	18	5.4 Elektronische Außenwerbung	57
2.4.1 Printmedien	18	5.4.1 OC Station	57
2.4.2 Office- und Webanwendungen	19	5.4.2 Infoscreen	58
2.5 Die Wort-Bildmarke	20	6. Digitale Medien	59
2.5.1 Die Wortmarke	20	6.1 Online Auftritt	60
2.5.2 Konstruktion und Abmessung	21	6.2 Bannerwerbung	62
2.5.3 Platzierung mehrerer Wortmarken	26	Anhang	64
2.5.4 Wortmarken der Bayerischen Staatsregierung	27	Impressum	66
2.5.5 Verwendung als Förderer, Sponsor, Initiator	28		
2.5.6 Sonderfälle	29		
2.5.7 Raum für weitere Logos	29		

1. EINFÜHRUNG

1. EINFÜHRUNG

1.1 ÜBER DAS CORPORATE DESIGN |

Definition und Nutzen

Das Corporate Design beinhaltet das einheitliche Erscheinungsbild einer Institution, Organisation oder eines Unternehmens und legt die Gestaltung der Kommunikationsmittel fest. Durch den konsequenten Einsatz einheitlicher Gestaltungselemente steigen der Wiedererkennungswert, die Markenbekanntheit und die Professionalität der Kommunikation.

Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (StMWi) und seine nachgeordnete Behörde, das Bayerische Landesamt für Maß und Gewicht (LMG), sprechen eine Vielzahl von Zielgruppen über diverse Informationskanäle an. Das Corporate Design verleiht dem öffentlichen Auftritt einen einheitlichen visuellen Rahmen für die vielfältigen Informationsmaterialien, Veranstaltungen und Online-Kommunikationsaktivitäten.

Dies bringt eine Reihe von Vorteilen mit sich. Der öffentliche Auftritt des StMWi und des LMG gewinnt an Prägnanz und Aussagekraft, das Profil wird geschärft, der Wiedererkennungswert und die Bekanntheit werden gesteigert. Nicht zuletzt konkurrieren das Bayerische Wirtschaftsministerium und das Bayerische Landesamt für Maß und Gewicht in der komplexen Medienwelt mit zahlreichen weiteren Akteuren um die Aufmerksamkeit der Fachzielgruppen und der breiten Öffentlichkeit. Mit einem geschlossenen öffentlichen Auftritt schaffen das Ministerium und seine nachgeordnete Behörde Vertrauen bei den Adressaten und positionieren sich als unverwechselbare Marken.

Design-Vorgaben

der Bayerischen Staatsregierung

Die Corporate Design-Richtlinien des StMWi und LMG basieren auf den Vorgaben der Bayerischen Staatsregierung. Ein Beschluss der Minister ratsitzung am 24. April 2001 definiert die Elemente des gemeinsamen Erscheinungsbildes: „Die Staatsregierung beschließt, dass für das künftige gemeinsame Erscheinungsbild der Staatsministerien und der Staatskanzlei folgende grundlegende Elemente verwendet werden:

- das Große Bayerische Staatswappen, das immer oben rechts platziert wird;
- die Ministeriumsbezeichnung, die zweizeilig links neben dem Staatswappen steht; sie ist in der farbigen Design-Linie einheitlich in „Bayerisch Blau“ gehalten;
- die senkrechte Freifläche unterhalb des Staatswappens.

Der von diesen drei Elementen gebildete Winkel soll das grundlegende Erkennungsmerkmal für das gemeinsame Erscheinungsbild sein.“ Diese Grundlagen wurden mit MR-Beschluss vom 8. Juli 2014 auf die nachgeordneten Behörden als Handlungsanleitung übertragen.

Alle Print- und Onlineprodukte der Bayerischen Staatsregierung werden mit durchgängigen, immer wiederkehrenden, markentypischen Merkmalen versehen. So entsteht in der Öffentlichkeit das Gesamtbild einer einzigartigen und unverwechselbaren Marke. Der Absender ist klar erkennbar. Die Bayerische Staatsregierung wird als Einheit wahrgenommen, wobei die Eigenständigkeit des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie und seiner nachgeordneten Behörde gewahrt bleibt. Die Vorgaben der Staatsregierung sind für die einzelnen Ministerien einfach umzusetzen. Zugleich bleiben Freiräume, die eigenes kreatives Gestalten ermöglichen.

1. EINFÜHRUNG

1.1 ÜBER DAS CORPORATE DESIGN |

Das Corporate Design in der Praxis

Das vorliegende Corporate Design Manual beinhaltet die Richtlinien des einheitlichen Erscheinungsbildes des Bayerischen Wirtschaftsministeriums und des Bayerischen Landesamts für Maß und Gewicht. Es schafft die Basis für eine einheitliche Kommunikation und einen prägnanten öffentlichen Auftritt. Um eine professionelle Kommunikation sicherzustellen, sind die Richtlinien des Design Manuals einzuhalten.

Das Corporate Design Manual liefert detaillierte Vorgaben für die Gestaltung und Produktion von Kommunikationsmitteln. Es richtet sich an professionelle Gestalter in Kommunikations-, Event-, PR- und Werbeagenturen, Grafiker oder technischen Support ebenso wie an die Öffentlichkeitsarbeiter des Ministeriums, des LMG, seiner Partner und Initiativen. Das Manual steht als PDF und die einzelnen Logos und Musterdateien stehen in verschiedenen Formaten im Downloadportal der Staatsregierung zur Verfügung unter cd.bayern.de. Bei Fragen zur praktischen Umsetzung ist das für Corporate Design zuständige Referat für Öffentlichkeitsarbeit des StMWi einzuschalten. Dieses Manual ersetzt alle vorherigen Versionen.

1.2 ABKÜRZUNGEN |

StMWi	Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
LMG	Landesamt für Maß und Gewicht
CD	Corporate Design
CLP	City-Light-Poster
pt	Punkt (Schriftgrad)
px	Pixel
RA	Randabstand
U3	Umschlagseite 3
WB	Wappenbreite
ZA	Zeilenabstand

2. BASISELEMENTE

2. BASELEMENTE

2.1 DER „WINKEL“ |

Das Corporate Design der Bayerischen Staatsregierung gibt als wesentliches Merkmal des visuellen Auftretts eindeutig vor:

- das Große Bayerische Staatswappen steht immer oben rechts ❶,
- die konkrete Absenderbezeichnung, die rechtsbündig links neben dem Großen Bayerischen Staatswappen angeordnet ist, erscheint in der farbigen Design-Linie einheitlich „Bayerisch Blau“ ❷,
- die Fläche unterhalb des Staatswappens wird als Freifläche ausgewiesen; sie wird weder beschrieben noch werden andere grafische Elemente darunter gestellt ❸.

Aus diesen drei Gestaltungselementen ergibt sich das wesentliche Erkennungsmerkmal des gemeinsamen Erscheinungsbildes der Bayerischen Staatsregierung – der sogenannte „Winkel“.

Im Erscheinungsbild der Bayerischen Staatsregierung hat die Freifläche die Bedeutung einer abstrahierten Säule für das Wappen.

Helle Untergründe und großzügige Freiräume in der Gestaltung erzeugen positive Gefühlsebenen und bestimmen den visuellen Auftritt der Bayerischen Staatsregierung. Das Gesamtbild ist bestimmt von Weißräumen, einer ruhigen Anordnung notwendiger Gestaltungselemente und einer klaren Typographie.



❶ Wappen

❷ Wortmarke

❸ Freiraum

2. BASISELEMENTE

2.1 DER „WINKEL“ |

Vollbildtitel

Wenn die Titelseite vollflächig mit einem Bild hinterlegt wird, muss wegen der optischen Wahrnehmbarkeit der Wort-Bildmarke und des Winkels der Absoftungsgrad des Winkels im Verhältnis zum Innenbild mindestens 50 % betragen. Eine Trennung von Kopfbereich und Säule ist nicht möglich.



2. BASISELEMENTE

2.2 DAS GROSSE BAYERISCHE STAATSWAPPEN |

2.2.1 HERALDISCHE ELEMENTE |

Bayerns Staatswappen wurde am 5. Juni 1950 mit dem „Gesetz über das Wappen des Freistaates Bayern“ eingeführt. Es ist heute weithin bekannt und beliebt. Doch nur wenige wissen, dass die einzelnen heraldischen Teile des Wappens tief in der Geschichte Bayerns verwurzelt sind.

Das Bayerische Wappen wurde 1945 vom Grafiker Eduard Ege entworfen. Zum ersten Mal wurde es 1946 von der amerikanischen Militärregierung verwendet.

Der goldene Löwe im schwarzen Feld des Wappens war ursprünglich das Symbol der Pfalzgrafen bei Rhein und diente nach der Belehnung des bayerischen Herzogs Ludwig im Jahre 1214 mit der Pfalzgrafschaft jahrhundertlang als gemeinsames Kennzeichen der altbayerischen und pfälzischen Wittelsbacher. Heute erinnert der Pfälzer Löwe an den Regierungsbezirk Oberpfalz.

Der fränkische Rechen erschien zuerst um 1350 als Wappen einiger Orte des Hochstifts Würzburg und seit 1410 auch in den Siegeln der Fürstbischöfe. Heute symbolisieren die drei weißen (silbernen) Spitzen im roten Feld die drei fränkischen Regierungsbezirke Oberfranken, Mittelfranken und Unterfranken.

Der blaue Panther im weißen (silbernen) Wappenfeld wurde ursprünglich im Wappen der in Niederbayern ansässigen Pfalzgrafen von Ortenburg geführt (12. Jahrhundert) und später von den Wittelsbachern übernommen. Heute steht dieses Symbol für die altbayerischen Regierungsbezirke Niederbayern und Oberbayern.

Die drei übereinander schreitenden schwarzen Löwen sind das Wappen der Hohenstauffer (erstmal zum Ende des 12. Jahrhunderts) als Herzöge von Schwaben. Sie repräsentieren im Staatswappen den Regierungsbezirk Schwaben.

Die weißblauen Rauten sind das bayerische Wahrzeichen schlechthin. Sie waren seit 1204 im Wappen des Grafen von Bogen zu finden. 1247 übernahmen die Wittelsbacher die Rauten als Stammwappen. Einer uralten Überlieferung entspricht die Anordnung einer weißen Raute in der heraldischen rechten oberen Schildecke (vom Schildträger aus gesehen; für den Betrachter die linke obere Ecke). Auf ihr beruht die Farbfolge Weiß und Blau in der Landesflagge. Heute repräsentiert der Rautenschild Bayern als Ganzes. Er dient auch als „Kleines Staatswappen“.

Die Volkskrone, erstmals im Wappen von 1923, bezeichnet nach dem Wegfall der Königskrone die Volkssouveränität. Die beiden schildhaltenden Löwen setzen eine Tradition aus dem 14. Jahrhundert fort.

2. BASELEMENTE

2.2 DAS GROSSE BAYERISCHE STAATSWAPPEN |

2.2.2 FARBEN |

Die Farben des Großen und Kleinen Bayerischen Staatswappens sind wie folgt definiert:

	CMYK	sRGB	RAL	Pantone C/U	HKS K/N
Bayerisch Blau	100 5 0 10	0 141 201	5015	100 % Process Blue	47
Rot	0 100 100 0	226 0 26	3020	100 % Warm Red	13
Gelb	0 10 100 0	255 221 0	1023	100 % 109	4
Schwarz	0 0 0 100	0 0 0	9017	100 % Black	88

„Bayerisch Blau“ ist zugleich die Farbe der Wortmarke. Es wirkt weicher als das reine Cyan und wird intuitiv dem Freistaat Bayern zugeordnet.

Die Farben des Bayerischen Staatswappens wurden von seinen Vorgängerwappen übernommen. Statt Weiß und Gelb kann auch Silber und Gold verwendet werden.

CMYK	Farbraum für den Druckbereich
sRGB	Farbraum für den Webbereich
RAL	Sonderfarbe für die Lackierung von Schildern, Fahrzeugen, Bauten, etc.
Pantone	Sonderfarbe für den Druckbereich

2. BASELEMENTE

2.2 DAS GROSSE BAYERISCHE STAATSWAPPEN |

2.2.3 FARBVERSION |

Das Große Bayerische Staatswappen ist elementarer Sympathieträger. Es ist nicht austauschbar und wichtigster Bestandteil des Corporate Designs.

Das Große Bayerische Staatswappen ist in seiner tradierten Form ein bayerisches Merkmal und damit ein Markenzeichen ersten Ranges. Jeder Versuch, davon Abstand zu nehmen, führt zu Identitätseinbußen.

Es sollte, wenn immer möglich, an seinem „Stammpplatz“ oben rechts in Erscheinung treten. Es wird niemals in einen Textteil eingefügt. Der Abstand des Großen Bayerischen Staatswappens zu anderen Bild-, Farb- oder Textflächen ist durch die Freifläche bestimmt. Die Abstände zum Formatrand entsprechen den definierten Randabständen vgl. Seite 21 ff.

Die Integration des Wappens in einen Bildteil wird ausgeschlossen. Bei eventuellen Vollbildtiteln wird der definierte Freiraum unter dem Großen Bayerischen Staatswappen sehr stark abgesoftet. Wie bei Flaggen oder Nationalfarben bestimmt der permanente Auftritt des Wappens die Präsenz der Bayerischen Staatsregierung in allen Bereichen des öffentlichen Lebens.



2. BASELEMENTE

2.2 DAS GROSSE BAYERISCHE STAATSWAPPEN |

2.2.4 FARBVERSION OHNE SCHRAFFUR |



Bei sehr kleinen Wiedergaben des Großen Bayerischen Staatswappens unter 15 mm kann es vorkommen, dass die Striche in den Rauten oder dem Panther ausbrechen oder zusammenlaufen. Daher ist das farbige Große Bayerische Staatswappen auch ohne Schraffuren als „Sonderwappen“ verfügbar für grobe Druckverfahren und starke Verkleinerungen. Es ist stark vereinfacht und entspricht somit nicht in vollem Umfang den heraldischen Vorgaben. Die Verwendung sollte deshalb nur in Ausnahmefällen erfolgen.

Hinweis

Das Große und das Kleine Bayerische Staatswappen sind als staatliche Hoheitszeichen dem öffentlichen Bereich vorbehalten. Ihre Verwendung durch Privatpersonen, Wirtschaft, Designer, Werbeagenturen, Druckereien, Verlage o. ä. ist nur mit Genehmigung der Regierungen (Bezirksregierungen) zulässig. Dort gibt es auch Auskunft zur ordnungsgemäßen Verwendung.

Digitale Druckvorlagen erhalten Sie im Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration.

Anschrift

Odeonsplatz 3 | 80539 München
poststelle@stmi.bayern.de

2. BASELEMENTE

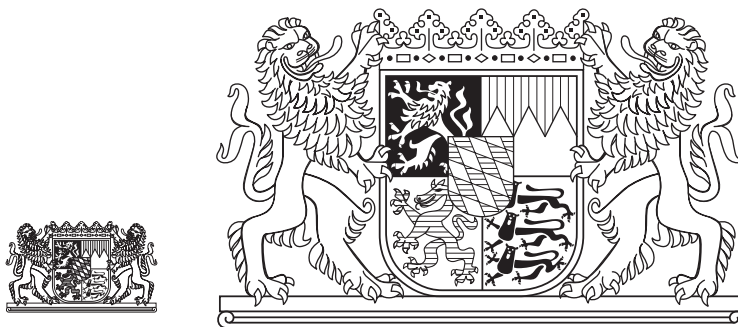
2.2 DAS GROSSE BAYERISCHE STAATSWAPPEN |

2.2.5 SCHWARZVERSION |



Wo die farbige Originalfassung des Großen Bayerischen Staatswappens nicht verwendet werden kann, wird die Schwarzversion eingesetzt. Die Umsetzung der Farben erfolgt nach den heraldischen Regeln. Dabei wird die Farbe Rot durch eine senkrechte Schraffur und die Farbe Blau durch eine waagerechte Schraffur dargestellt.

2.2.6 SCHWARZVERSION, WENIG SCHRAFFUR |



Die Strichumsetzung des Großen Bayerischen Staatswappens ist eine Hilfskonstruktion und darf bei Druckwerken und im Schriftverkehr nur bei einer Wappenbreite von 15 mm bis 20 mm verwendet werden.

Berechtigte Ausnahmefälle bestehen außerdem, wenn das Wappen durch die Art der Wiedergabe in seiner Qualität beeinträchtigt wird und die Linien verwischen, z. B. beim Freistempler, vgl. Seite 39. Dieses Wappen entspricht somit nicht in vollem Umfang den heraldischen Vorgaben. Die Verwendung sollte deshalb nur in Ausnahmefällen erfolgen.

2.2.7 SCHWARZVERSION OHNE SCHRAFFUR |



Bei sehr kleinen Wiedergaben des Großen Bayerischen Staatswappens unter 15 mm kann es vorkommen, dass die Striche in den Rauten oder dem Panther ausbrechen oder zusammenlaufen. Daher ist die Schwarzversion des Großen Bayerischen Staatswappens auch ohne Schraffuren als „Sonderwappen“ verfügbar für grobe Druckverfahren und starke Verkleinerungen. Es ist sehr stark vereinfacht und entspricht somit nicht in vollem Umfang den heraldischen Vorgaben. Die Verwendung sollte deshalb nur in Ausnahmefällen erfolgen.

2. BASISELEMENTE

2.2 DAS GROSSE BAYERISCHE STAATSWAPPEN |

2.2.8 WEISSVERSION |



Die Weißversion des Großen Bayerischen Staatswappens sollte nur in begründeten Ausnahmefällen verwendet werden, z. B. für Werbemittel wie Kugelschreiber.

Bei negativem Druck hebt sich das Wappen weiß (oder silber) von einem einfarbigen und dunkleren Hintergrund ab.

2.2.9 WEISSVERSION, WENIG SCHRAFFUR |



Die Weißversion des Großen Bayerischen Staatswappens mit wenig Schraffur ist eine Hilfskonstruktion und darf bei Druckwerken und im Schriftverkehr nur bei einer Wappenbreite von 15 mm bis 20 mm verwendet werden.

2.2.10 WEISSVERSION OHNE SCHRAFFUR |

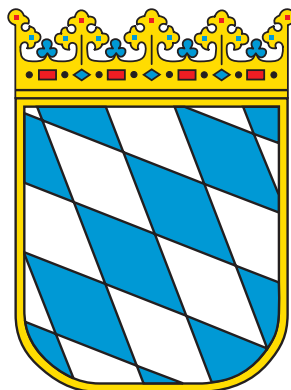


Auch die Weißversion ist ohne Schraffur erhältlich. Sie wird bei einer Wappenbreite von unter 15 mm eingesetzt.

2. BASISELEMENTE

2.3 DAS KLEINE BAYERISCHE STAATSWAPPEN |

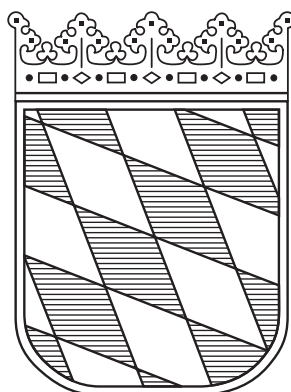
2.3.1 FARBVERSION |



Das Kleine Bayerische Staatswappen wird von den nachgeordneten Behörden der Bayerischen Staatsregierung verwendet, die nicht per Verordnung zur Ausführung des Gesetzes über das Wappen des Freistaates Bayern (AVWpG § 1) zum Tragen des Großen Bayerischen Staatswappens berechtigt sind. Es ist nach dem Großen Bayerischen Staatswappen elementarer Sympathieträger. Es ist nicht austauschbar und wichtigster Bestandteil des Corporate Designs.

Die Integration des Wappens in einen Bildteil wird ausgeschlossen. Bei eventuellen Vollbildtiteln wird der definierte Freiraum unter dem Kleinen Bayerischen Staatswappen sehr stark abgesoftet. Wie bei Flaggen oder Nationalfarben bestimmt der permanente Auftritt des Wappens die Präsenz der Bayerischen Staatsregierung in allen Bereichen des öffentlichen Lebens.

2.3.2 SCHWARZVERSION |

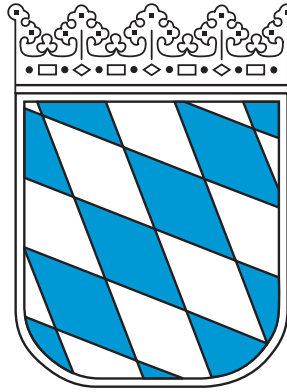


Wo die farbige Originalfassung des Kleinen Bayerischen Staatswappens nicht verwendet werden kann, wird die Schwarzversion eingesetzt. Die Umsetzung der Farben erfolgt nach den heraldischen Regeln. Dabei wird die Farbe Blau durch eine waagerechte Schraffur dargestellt.

2. BASELEMENTE

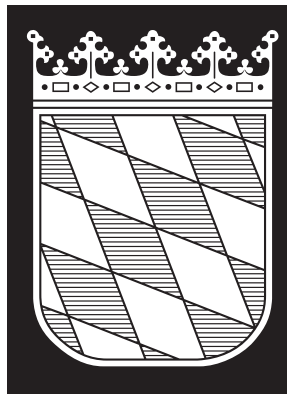
2.3 DAS KLEINE BAYERISCHE STAATSWAPPEN

2.3.3 WEISS-BLAUE VERSION |



Bei der Weiss-Blauen Version des Kleinen Bayerischen Staatswappens handelt es sich um ein Sonderwappen mit reduzierten Farben, das für eine kostengünstige Produktion im Folienschnitt entwickelt wurde. Diese Version findet sich daher oft auf Bautafeln oder Eingangsschildern im Notarwesen. Um notariellen Dokumenten eine höhere Wertigkeit zu geben, kann die schwarze Kontur für Urkunden und Urkundenmappen z. B. durch Silber ersetzt werden. Die Verwendung erfolgt in begründeten Ausnahmefällen.

2.3.4 WEISSVERSION |



Die Weißversion des Kleinen Bayerischen Staatswappens sollte nur in begründeten Ausnahmefällen verwendet werden. Bei negativem Druck hebt sich das Wappen weiß (oder silber) von einem einfarbigen und dunkleren Hintergrund ab.

2. BASELEMENTE

2.4 HAUSSCHRIFT |

2.4.1 PRINTMEDIEN |

Für alle Printmedien wird als Hausschrift die Schrift Univers LT verwendet.

Schriftschnitte der Univers LT

■ Univers LT 45 Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz123456789

■ Univers LT 55 Roman

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz12345

■ Univers LT 65 Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz12345

■ Univers LT 75 Black

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz

■ Univers LT 47 Condensed Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890AaBbCcDdEeFfG

■ Univers LT 57 Condensed Roman

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890AaBbC

■ Univers LT 67 Condensed Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890AaBb

Detailinformation

Die Univers ist eine serifenlose Linear-Antiqua-Schrift, die in den 50er Jahren von Adrian Frutiger entworfen und 1957 veröffentlicht wurde.

Sie ist eine klare, national und international gebräuchliche Schrift und kann mit bereits vorhandenen Schriften gut kombiniert werden. Ihr ruhiger Schriftcharakter steht ausgewogen neben dem diffizilen Staatswappen oder anderen Logos. Durch ihren linearen Duktus ist sie gut lesbar und kann so optimal für längere Copytexte, Headlines oder Großformate verwendet werden. Mit ihren kräftigen, sauberen Formen wirkt die Univers elegant und vermittelt den Eindruck rationaler Kompetenz. Sie ist bis heute eine der am meisten genutzten Business-Schriften.

Verwendung der Schriftschnitte

In Fließtexten ist die Univers LT 45 Light oder die Univers LT 55 Roman zu verwenden. Für Headlines, Auszeichnungen und andere Verwendungsarten kann jeglicher Schriftschnitt aus der Familie Univers LT angewandt werden.

Schriftgrößen bei Printmedien

■ Schriftgröße von 6 bis 8 pt:

Anwendung bei Visitenkarten, Bildunterschriften, etc.

■ Schriftgröße von 8,5 bis 14 pt:

Nutzt man in Broschüren, Flyern, Einladungen, etc. Diese Schriftgröße stellt in der Regel die optimale Größe dar, um Texte zu erfassen.

■ Schriftgröße ab 16 pt aufwärts:

Kommt bei Plakaten, Roll-Ups, Citylights, etc. zum Einsatz.

2. BASELEMENTE

2.4 HAUSSCHRIFT |

2.4.2 OFFICE- UND WEBANWENDUNGEN |

Für alle Office- und Webanwendungen wird auf die Arial – in Ausnahmefällen auf die Helvetica – zurück gegriffen.

■ Arial Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz12345678

■ Arial Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz12345

■ Arial Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz12345678

■ Arial Bold Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRsSsTtUuVvWwXxYyZz12345

Da professionelle Satzschriften wie die Schriftfamilie der Univers kostenpflichtig sind, findet als Alternativschrift die Arial in regular, bold und kursiv Verwendung. Diese ist als Systemschrift kostenfrei verfügbar und auf allen gängigen PCs bereits vorinstalliert. Sollte die Arial in Ausnahmefällen nicht vorhanden sein, wird auf einen vergleichbaren, serifenlosen Standardfont zurückgegriffen, z. B. die Helvetica.

2. BASELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.1 DIE WORTMARKE |

Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Bayerisches Landesamt für
Maß und Gewicht

Bayerisches Landesamt für Maß und Gewicht
Eichamt Musterstadt

Bayerische Staatskanzlei

Bayerische Staatsregierung

Schriften

Für die Wortmarken der Bayerischen Staatsregierung ist die „Univers LT 55 Roman“ zu verwenden.

Darstellungsform der Wortmarke

Die Wortmarke steht rechtsbündig zum Großen Bayerischen Staatswappen und erscheint zweizeilig. In der ersten Zeile steht die Funktion, z. B. „Bayerisches Staatsministerium für“, in der zweiten Zeile der Zuständigkeitsbereich, wie z. B. „Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie“. Dieser wird durch seine Position in der zweiten Zeile hervorgehoben und damit betont. Wenn es sich um einen Standort des Bayerischen Landesamts für Maß und Gewicht handelt, wird Funktion und Zuständigkeit in die erste Zeile, der jeweilige Standort in die zweite Zeile geschrieben.

Abweichungen vom Grundsatz

Die Wortmarken „Bayerische Staatskanzlei“ und „Bayerische Staatsregierung“ werden einzeilig dargestellt, da hier Funktion und Zuständigkeitsbereich nicht trennbar sind.

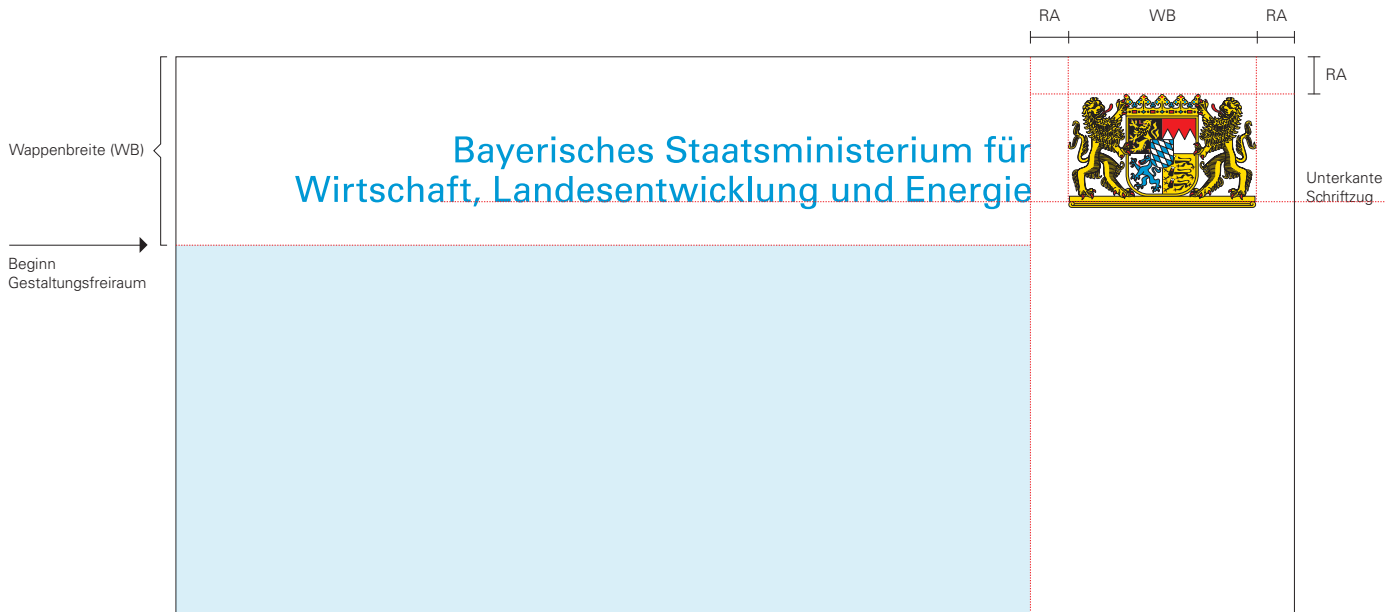
Hinweis

Zwei beteiligte Ministerien werden untereinander aufgeführt, ab drei Ministerien wird „Bayerische Staatsregierung“ verwendet.

2. BASELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.2 KONSTRUKTION UND ABMESSUNG |



Die Wort-Bildmarke besteht aus dem Großen Bayerischen Staatswappen und der Wortmarke. Sie bildet mit der definierten Freifläche unterhalb des Großen Bayerischen Staatswappens das Grundgerüst des Corporate Designs, den „Winkel“.

Der Abstand vom Formatrand bis zum Gestaltungsfreiraum entspricht der jeweiligen Wappenbreite (WB). Die Wappenbreite wird an den unteren Schwanzquasten der schildhaltenden Löwen gemessen (**nicht** am Sockel).

Die Schrift- bzw. Grundlinie der Wortmarke steht bündig zur Unterkante des oberen, rechteckigen Sockelabschnittes des Großen Bayerischen Staatswappens (siehe Abbildung links).



2. BASELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.2 KONSTRUKTION UND ABMESSUNG |

Die drei Größenrelationen

Auf der Basis des Ministerrat-Beschlusses von 2001 kann der Winkel in drei festgelegten Größenrelationen (groß, mittel und klein) verwendet werden. Auf den folgenden Seiten sind die Maße für das Große Bayerische Staatswappen, Wortmarke und Randabstand für die Formate DIN A0 bis DIN A6 für diese drei festgelegten Größenrelationen jeweils als Tabelle abgebildet.

Die angegebenen Bemaßungen gelten für Hoch- und Querformat gleichermaßen, das heißt das Große Bayerische Staatswappen ist beim Hoch- und Querformat gleich breit. Der Gestaltungsfreiraum beginnt in der jeweiligen Breite des Großen Bayerischen Staatswappens vom oberen Formatrand gemessen, z. B. beginnt er bei DIN A4 Hoch- und Querformat bei der Gestaltungsrelation „groß“ 35 mm von der oberen Blattkante gemessen.

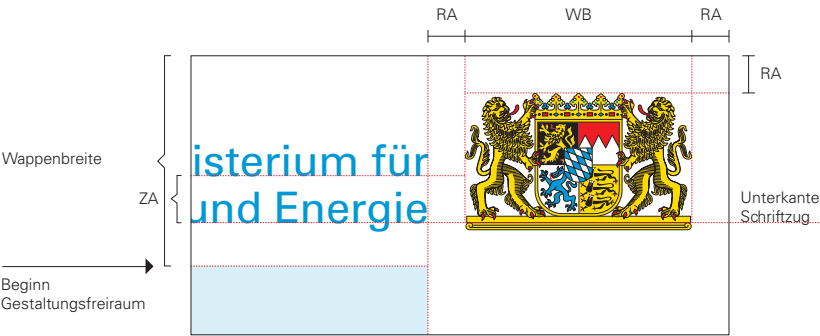
Für das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie und seine nachgeordnete Behörde, das Bayerische Landesamt für Maß und Gewicht, kommt grundsätzlich die große Variante zum Einsatz. In Einzelfällen kann auch die mittlere oder kleine Größenrelation verwendet werden.

2. BASISELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.2 KONSTRUKTION UND ABMESSUNG |

Berechnungsformel Winkel groß



Wappenbreite (WB) =	Kürzere Seite 6
Randabstand (RA) =	Wappenbreite 5
Schriftgröße (gerundet) =	Wappenbreite 1,85

Der Randabstand (RA) ist der Abstand zwischen Wappen und Wortmarke sowie der Abstand des Wappens vom oberen und rechten Formatrand.

Berechnungsschlüssel gilt für DIN A4 und größere Formate.

Vermaßungstabelle Winkel groß

DIN Format	Maße mm	Wappenbreite (mm)	Randabstand (mm)	Schriftgröße (pt)	Zeilenabstand (pt) 110%
A0	841 x 1189	140	28	76	83,5
A1	594 x 841	99	20	53,5	59
A2	420 x 594	70	14	38	42
A3	297 x 420	49,5	10	27	30
A4	210 x 297	35	7	19	21
A5 / DIN lang quer	148 x 210	25	5	13,5	15
A6* / DIN lang*	105 x 148	17,5	3,5	9,5	10,5

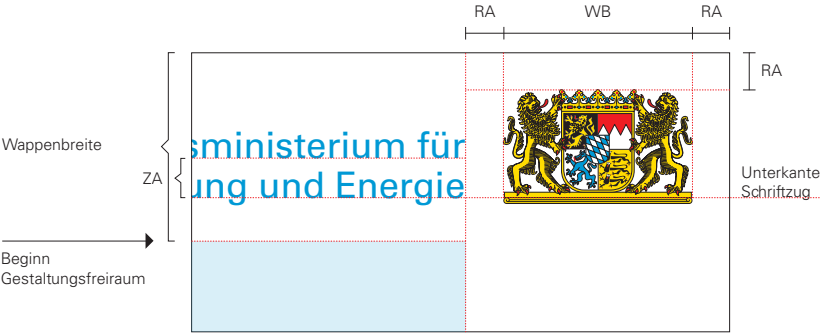
*Briefbogen Variante mittel (siehe auch Seite 32), Wappen Schwarzversion unter 20 mm Version wenig Schraffur

2. BASELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.2 KONSTRUKTION UND ABMESSUNG |

Berechnungsformel Winkel mittel
(nur für besondere Verwendung)



Wappenbreite (WB) =	Kürzere Seite 7
Randabstand (RA) =	Wappenbreite 4,25
Schriftgröße (gerundet) =	Wappenbreite 1,85

Der Randabstand (RA) ist der Abstand zwischen Wappen und Wortmarke sowie der Abstand des Wappens vom oberen und rechten Formatrand.

Berechnungsschlüssel gilt für DIN A4 und größere Formate.

Vermaßungstabelle Winkel mittel

DIN Format	Maße mm	Wappenbreite (mm)	Randabstand (mm)	Schriftgröße (pt)	Zeilenabstand (pt) 110%
A0	841 x 1189	120	28	65	71,5
A1	594 x 841	85	20	46	50,5
A2	420 x 594	60	14	32,5	36
A3	297 x 420	42,5	10	23	25,5
A4	210 x 297	30	7	16	17,6
A5 / DIN lang quer	148 x 210	21	5	11,3	12,5
A6 / DIN lang	105 x 148	15	3,5	8	8,8

2. BASISELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.2 KONSTRUKTION UND ABMESSUNG |

Berechnungsformel Winkel klein
(nur für besondere Verwendung)



Wappenbreite (WB) =	Kürzere Seite 8
Randabstand (RA) =	Wappenbreite 3,5
Schriftgröße (gerundet) =	Wappenbreite 1,85

Der Randabstand (RA) ist der Abstand zwischen Wappen und Wortmarke sowie der Abstand des Wappens vom oberen und rechten Formatrand.

Berechnungsschlüssel gilt für DIN A4 und größere Formate.

Vermaßungstabelle Winkel klein

DIN Format	Maße mm	Wappenbreite (mm)	Randabstand (mm)	Schriftgröße (pt)	Zeilenabstand (pt) 110%
A0	841 x 1189	105	30	57	62,5
A1	594 x 841	74	21	40	44
A2	420 x 594	52,5	15	28	31
A3	297 x 420	37	10,5	20	22
A4	210 x 297	26	7,5	14	15,4
A5 / DIN lang quer	148 x 210	18,5	5,3	10	11
A6 / DIN lang	105 x 148	13	3,7	7	7,7

2. BASISELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.3 PLATZIERUNG MEHRERER WORTMARKEN |

Werden zwei Wortmarken unterschiedlicher Dienststellen kombiniert, so wird nur einmal das Wappen abgebildet. Die beiden Bezeichnungen werden untereinander gestellt. Dies ist nur zulässig, wenn beide Dienststellen zur Führung des Großen Bayerischen Staatswappens berechtigt sind.

Hinweis

Beim gemeinsamen Auftreten von mehr als zwei Ressorts ist die Bezeichnung „Bayerische Staatsregierung“ zu verwenden. Aus ästhetischen Gründen kann dies auch schon bei zwei Ressorts erfolgen.



Schriftgröße (gerundet) =	Wappenbreite
	2,7

Vermaßungstabelle Winkel groß

DIN Format	Maße mm	Wappenbreite (mm)	Randabstand (mm)	Schriftgröße (pt)	Zeilenabstand (pt) 108%
A0	841 x 1189	140	28	52	56
A1	594 x 841	99	20	37	40
A2	420 x 594	70	14	26	28
A3	297 x 420	49,5	10	18,3	19,8
A4	210 x 297	35	7	13	14
A5 / DIN lang quer	148 x 210	25	5	9,3	10
A6 / DIN lang	105 x 148	17,5	3,5	6,5	7

2. BASELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.4 WORTMARKEN DER BAYERISCHEN STAATSRREGIERUNG |

Bayerische Staatskanzlei

Bayerisches Staatsministerium des
Innern, für Sport und Integration

Bayerisches Staatsministerium für
Wohnen, Bau und Verkehr

Bayerisches Staatsministerium der
Justiz

Bayerisches Staatsministerium für
Unterricht und Kultus

Bayerisches Staatsministerium für
Wissenschaft und Kunst

Bayerisches Staatsministerium der
Finanzen und für Heimat

Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Verbraucherschutz

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales

Bayerisches Staatsministerium für
Gesundheit und Pflege

Bayerisches Staatsministerium
für Digitales

Nach- beziehungsweise zugeordnete Behörden des StMWi:

Bayerisches Landesamt für
Maß und Gewicht

Bayerisches Landesamt für Maß und Gewicht
Eichamt Musterstadt

Regulierungskammer des Freistaates Bayern
Bayerische Landesregulierungsbehörde

Bayerische Landeskartellbehörde

2. BASELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.5 VERWENDUNG ALS FÖRDERER, SPONSOR, INITIATOR |

Wenn das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie als Förderer, Sponsor oder Initiator auftritt, sind folgende Kombinationen der Wort-Bildmarke möglich:

- zweizeilig rechts- und linksbündig neben dem Wappen (bevorzugte Varianten)
- zweizeilig rechts- und linksbündig unter dem Wappen

Diese Varianten können sowohl in Farbe als auch als Schwarz- oder Weißversion angewandt werden.

Bevorzugte Varianten

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Initiiert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Alternative Varianten

Initiiert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Initiiert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

2. BASISELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.6 SONDERFÄLLE |



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
www.stmwi.bayern.de

Urkunden, Umschläge, Stehpult

In Ausnahmefällen kann die Wortmarke auch zentriert unterhalb des Großen Bayerischen Staatswappens gesetzt werden, zum Beispiel bei Urkunden, Stehpulten und auf der Rückseite von Broschüren (siehe Seite 44). Die Wortmarke ist immer zwei­zeilig zu setzen. Das Anbringen einer zielführenden Webadresse ist auf der Rückseite von Broschüren sinnvoll und zulässig.

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.7 RAUM FÜR WEITERE LOGOS |

Weitere Logos können entweder oben links oder innerhalb des Gestaltungsfreiraums platziert werden.

Sie sollten der Größe des Großen Bayerischen Staatswappens entsprechen, dürfen jedoch nicht größer sein. Initiativlogos sollten am unteren Rand der Titelseite platziert werden. Der Abstand zur Wortmarke entspricht mindestens dem Randabstand des jeweiligen Formats, vgl. Seite 30.

2. BASISELEMENTE

2.5 DIE WORT-BILDMARKE |

2.5.7 RAUM FÜR WEITERE LOGOS |

Platzierungsmöglichkeiten weiterer Logos

Werden auf der Titelseite einer DIN A4 Broschüre weitere Logos platziert, so muss in diesem Fall aus Platzgründen auf die mittlere Variante zurückgegriffen werden (siehe Seite 24).



3. PRINTMEDIEN

3. PRINTMEDIEN

3.1 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG |

3.1.1 BRIEFBOGEN |

Das Große Bayerische Staatswappen ist beim Briefpapier in einer Breite von 30 mm abgebildet. Der Abstand des Großen Bayerischen Staatswappens zur oberen und zur rechten Blattkante beträgt 7 mm. Die Wortmarke ist in Arial, 16 Punkt gehalten. Sie steht rechtsbündig in einem Abstand von 7 mm zum Großen Bayerischen Staatswappen. Der Freiraum rechts (Säule) beträgt 44 mm.

Die Bezugszeichenzeile und die Geschäftsangaben sind in 7 Punkt gesetzt, beginnend bei 24 mm von links. Der letzte Block der Bezugszeichenzeile und der Geschäftsangaben steht jeweils rechtsbündig bei 44 mm (Säulenbreite), gemessen von der rechten Blattkante. Der jeweils zweite Block wird in die optische Mitte gesetzt.

Im StMWi und LMG wird das Briefpapier grundsätzlich in Schwarz-Weiß verwendet. Die Farbvariante existiert im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie als vorgedrucktes Briefpapier mit Wasserzeichen für Sonderfälle wie z.B. Einladungen der Spitze des Hauses. Die normale Korrespondenz wird mittels der Briefbogenvorlage im Intranet bzw. im LMG in den Wordvorlagen angefertigt und in Schwarz-Weiß gedruckt. Als Fließtextschrift ist die Arial, in Ausnahmefällen die Helvetica anzuwenden. Der Briefbogen ist nach der DIN 5008 gestaltet.

Briefbogen | StMWi


The diagram illustrates the layout of a business letter template (Briefbogen) for the Bavarian State Ministry of Economic Affairs, Land Development and Energy (StMWi). The layout is defined by dimensions and content blocks:

- Dimensions:**
 - Top margin: 24 mm
 - Left margin: 45 mm
 - Bottom margin: 52 mm
 - Right margin: 44 mm (Säule)
- Content Blocks:**
 - Header:** Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie. The Bavarian State Coat of Arms is positioned to the right of the header, with a 7 mm gap to the top and right edges. The text "Unterkannte Schriftzug..." is located below the coat of arms.
 - Address Block:** Bayer. Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, 80525 München.
 - Contact Information:**
 - Telefon:** 089 2162-0
 - Telefax:** 089 2162-2670
 - Reference Line:** "Ihr Zeichen: Ihre Nachricht vom" and "Bitte bei Antwort angeben: Unser Zeichen, Unsere Nachricht vom".
 - Salutation:** "Sehr geehrte Damen und Herren".
 - Closing:** "Mit freundlichen Grüßen".
 - Footer:**
 - Postanschrift:** 80525 München, Hausadresse: Prinzregentenstr. 28, 80538 München.
 - Telefon Vermittlung:** 089 2162-0, Telefax: 089 2162-2760.
 - E-Mail:** poststelle@stmwil.bayern.de, Internet: www.stmwil.bayern.de.
 - Öffentliche Verkehrsmittel:** U4, U5 (Lehel), 18, 100 (Nationalmuseum/Haus der Kunst).

3.1 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG |

3.1.1 BRIEFBOGEN |

Briefbogen | LMG

24 mm	RA WB RA	
45 mm 52 mm	 <p>Bayerisches Landesamt für Maß und Gewicht</p>	Unterkante Schriftzug...
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> Bayerisches Landesamt für Maß und Gewicht Franz-Schrank-Str. 9, 80638 München </div> <div style="width: 60%; text-align: right;"> <p>Name _____</p> <p>Telefon 089 17901-0</p> <p>Telefax 089 17901-336</p> <p>E-Mail poststelle@img.bayern.de</p> </div> </div>		
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;">Ihr Zeichen Ihre Nachricht vom _____</div> <div style="width: 35%; text-align: center;">Bitte bei Antwort angeben Unser Zeichen, Unsere Nachricht vom _____</div> <div style="width: 30%; text-align: right;">München,</div> </div>		
Thema / Betreff Sehr geehrte Damen und Herren, Mit freundlichen Grüßen		
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> Postanschrift 80xxx München Hausadresse: Franz-Schrank-Str. 9, 80638 München </div> <div style="width: 30%;"> Telefon Vermittlung 089 17901-0 Telefax 089 17901-336 </div> <div style="width: 30%;"> E-Mail poststelle@img.bayern.de Internet www.img.bayern.de </div> <div style="width: 30%; text-align: right;"> Öffentliche Verkehrsmittel XXXXX XXXX XXXXX </div> </div>		

3. PRINTMEDIEN

3.1 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG |

3.1.2 VISITENKARTEN |

Gestaltungsvorgaben Visitenkarten

Format	85 x 55 mm
Wappenbreite	15 mm
Schriftgröße / ZA der Wortmarke	8 pt / 8,8 pt
Randabstand oben, links, rechts	3 mm
Randabstand unten	6 mm

Text	rechtsbündig
Textbeginn vom oberen Formatrand	18 mm
Schriftgröße	7,5 pt
Zeilenabstand	8,5 pt
ZA zwischen Amtsbezeichnung und Funktion	11 pt

■ Allgemeingültige Variante

Diese Variante ist grundsätzlich im gesamten Ministerium verbindlich anzuwenden. Folgende Schriftschnitte sind festgelegt:

- › Vorname Name: Univers LT 65 Bold
- › Amtsbezeichnung, Funktion, Abteilung und Kontaktdaten: Univers LT 45 Light (siehe Tabelle oben)

Allgemeingültige Variante



■ Variante für die Spitze des Hauses

Diese Variante ist ausschließlich dem Minister, dem Staatssekretär und dem Amtschef vorbehalten. Im Unterschied zur allgemeingültigen Variante werden der Name, die Amtsbezeichnung und die Funktion größer sowie die Amtsbezeichnung in Univers LT 55 Roman gesetzt.

- › Vorname Name: Univers LT 65 Bold; Schriftgröße 10 pt / ZA 11 pt
- › Amtsbezeichnung: Univers LT 55 Roman; Schriftgröße 9 pt / ZA 12 pt
- › Kontaktdaten: Univers LT 45 Light (siehe Tabelle oben)

Variante StM, StS, MD



3. PRINTMEDIEN

3.1 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG |

3.1.2 VISITENKARTEN |

■ Internationale Variante

Die internationalen Varianten sind gestalterisch ebenso wie die deutschsprachigen Varianten aufzubauen. Lediglich die Umbrüche der Wortmarken verändern sich zum Teil. Nähere Informationen hierzu können Sie im Technischen Büro des StMWi erfragen.

Internationale Variante



■ Varianten Logo

Für den Fall, dass weitere Logos platziert werden, sind diese linksbündig mit dem Ende der Wortmarke sowie oben bündig mit der Oberkante des Namens zu setzen (siehe Variante Logo 01 und Variante Logo 02).

Variante Logo 01



Variante Logo 02



Gestaltung und Druck von Visitenkarten erfolgen im Wirtschaftsministerium ausschließlich durch die Hausdruckerei. Hierfür ist für Mitarbeiter des StMWi ein Bestellportal im Intranet zu finden.

3. PRINTMEDIEN

3.1 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG |

3.1.2 VISITENKARTEN |

■ Bayerisches Landesamt für Maß und Gewicht

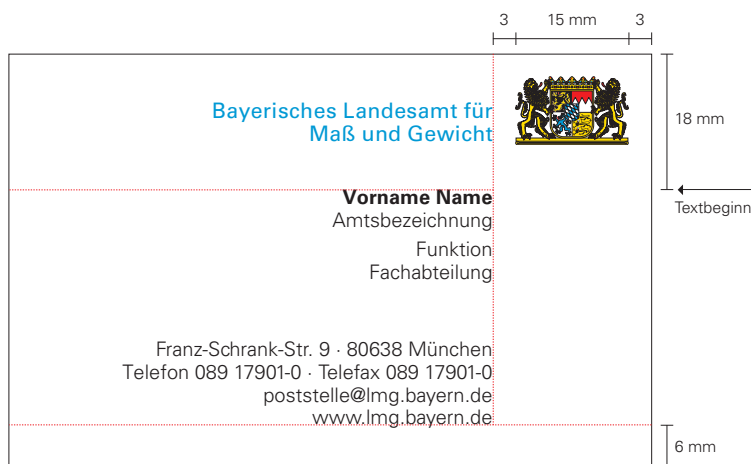
Die Visitenkarten des Bayerischen Landesamts für Maß und Gewicht sind sowohl in der Farbversion als auch in der Schwarz-Weiß Version erhältlich. Folgende Schriftschnitte sind zu verwenden:

- › Vorname Name: Univers LT 65 Bold
- › Amtsbezeichnung, Funktion, Abteilung und Kontaktdaten: Univers LT 45 Light (siehe Tabelle Seite 34)

Für den Fall, dass weitere Logos platziert werden, sind diese links oben einzusetzen. Das Logo sollte bündig mit der Ober- und Unterkante der Wortmarke sein. Ist dies aus Platzgründen nicht möglich, werden die Logos innerhalb des Gestaltungsfreiraumes platziert. Hier sollte darauf geachtet werden, dass das Logo bündig mit der Oberkante des Textes gesetzt wird.

Die Visitenkarten können im Referat 1.3 des LMG „Organisation, Innerer Dienstbetrieb“ bestellt werden.

Farbversion



Schwarz-Weiß Version



Farbversion mit Standort



3. PRINTMEDIEN

3.1 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG |


3.1.3 E-MAIL SIGNATUR |

Im StMWi ist die E-Mail Signatur verbindlich anzuwenden. Sie muss folgende Informationen beinhalten nach der DIN 5008:

- Name
- Titel
- Funktion
- Dienststelle
- Adresse
- Telefonnummer
- ggfs. Mobilfunknummer
- Faxnummer
- E-Mail-Adresse
- Internet-Adresse

Die E-Mail Signatur wird in der Schrift **Arial Regular** in 10 pt gesetzt, der Name in **Arial Bold**, 10 pt.

Beispiel einer E-Mail Signatur | extern


 Senden	An...	
	Cc...	
	Bcc...	
	Betreff	

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Maximilian Mustermann


Referatsbezeichnung

T +49 (0)89 2162-1234 | F +49 (0)89 2162-3234
maximilian.mustermann@stmwi.bayern.de | www.stmwi.bayern.de
Prinzregentenstraße 28 | 80538 München



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Beispiel einer E-Mail Signatur | intern

 Senden	An...	
	Cc...	
	Bcc...	
	Betreff	

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Maximilian Mustermann

Referatsbezeichnung | Geschäftszeichen
-1234

3. PRINTMEDIEN

3.1 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG |

3.1.4 POWERPOINT-PRÄSENTATION |

Der „Winkel“ als grundlegendes Gestaltungselement des gemeinsamen Erscheinungsbildes ist auch hier einzuhalten. Dies ist für die Titelfolie einer PowerPoint-Präsentation verbindlich.

Beim Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie soll die Titel- und die Schlussfolie von PowerPoint-Präsentationen Winkel und Wort-Bildmarke enthalten. Sie kann in drei Größenrelationen, analog zu den DIN-Formaten, adaptiert werden, vgl. Seite 21 ff. Die Wort-Bildmarke wird in der Schriftart Arial gesetzt.

Partner und Initiativenlogos o. ä. sollen grundsätzlich oben links platziert werden. Auf den Folgeseiten einer PowerPoint-Präsentation können Wappen und Winkel in verkleinerter Form abgebildet sein, es kann aber auch darauf verzichtet werden.

Die PowerPoint Vorlage für das StMWi ist über das Intranet oder auf Anfrage beim Technischen Büro des StMWi erhältlich.

Beispiel Titelfolie | LMG



Beispiel Titelfolie | StMWi

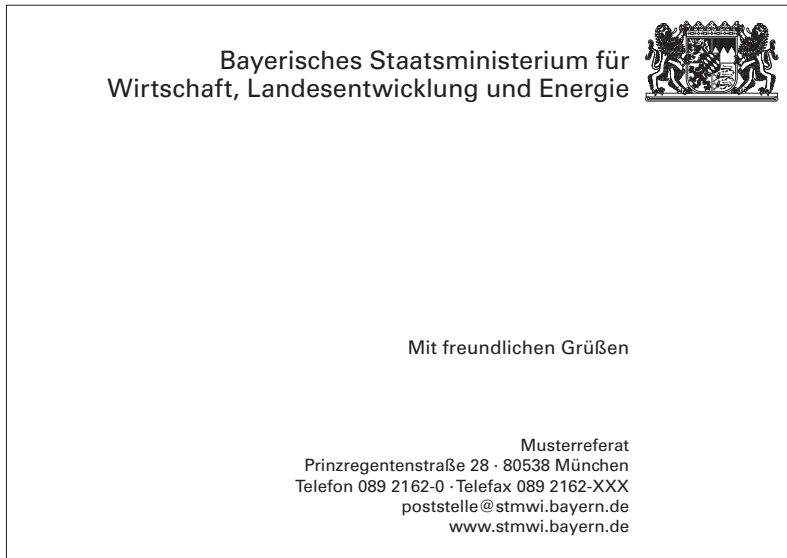


3. PRINTMEDIEN

3.1 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG |

3.1.5 EMPFEHLUNGSKARTEN |

Empfehlungskarte DIN A6 Querformat



Empfehlungskarten werden im DIN A6 Querformat angelegt. Die Wort-Bildmarke wird in diesem Fall wie folgt umgesetzt: Das Große Bayerische Staatswappen wird in einer Breite von 25 mm abgebildet. Der Randabstand des Großen Bayerischen Staatswappens zum oberen und zum rechten Formatrand beträgt 3 mm, zum unteren Formatrand 6 mm. Für die Wortmarke wird die Univers 57 LT Roman in 13,5 Punkt (ZA 110 %) verwendet.

Die Schriftgröße der Kontaktdaten beträgt 9 pt, der Zeilenabstand 110 %.

3.1.6 FREISTEMPLER |

Beim Freistempler steht eine Gestaltungsfläche von 56 x 30 mm zur Verfügung. Auf die Säule unterhalb des Großen Bayerischen Staatswappens wird verzichtet und die Wort-Bildmarke entsprechend der „Gefördert durch“-Logos (siehe Seite 28) gestaltet.

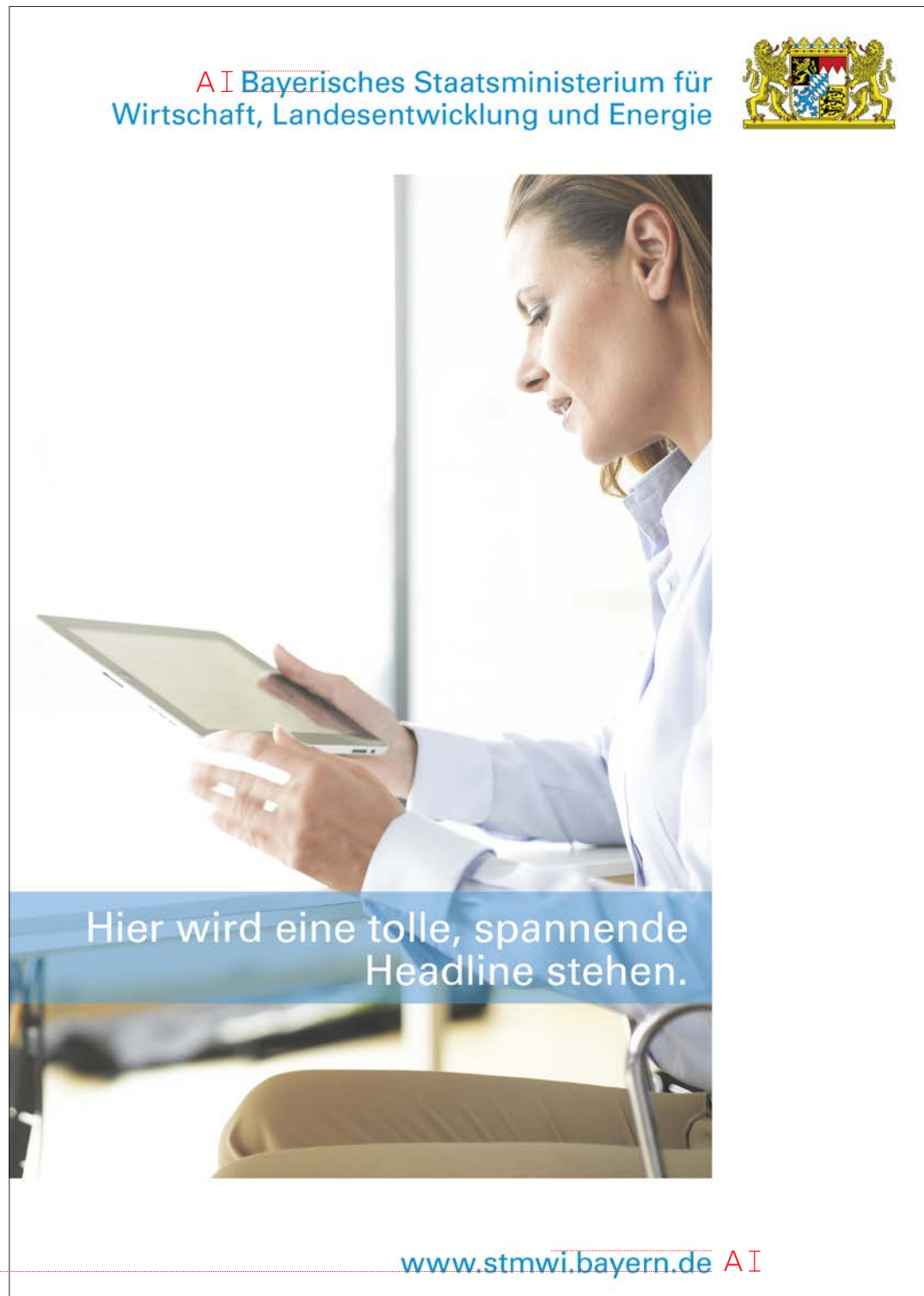


3. PRINTMEDIEN

3.2 BROSCHÜREN |

3.2.1 TITELSEITE |

Broschürentitel DIN A4 Hochformat | StMWi



3. PRINTMEDIEN

3.2 BROSCHÜREN |

3.2.1 TITELSEITE |

Broschürentitel DIN A4 Hochformat | LMG



3. PRINTMEDIEN

3.2 BROSCHÜREN |

3.2.1 TITELSEITE |

Die Vermaßungen sind auf Seite 23 „Vermaßungstabelle Winkel groß“ einzusehen. Auf der Titelseite von Broschüren ist grundsätzlich eine zielführende Internetadresse in der Schriftgröße der Wortmarke einzufügen.

Für eine heraldisch korrekte Umsetzung ist die farbige Wort-Bildmarke zu verwenden. Der Einsatz der Farbversion ohne Schraffur erfolgt ab einer Wappenbreite kleiner gleich 20 mm.

Broschüren Titel DIN A4

Das Große Bayerische Staatswappen ist bei DIN A4 Broschüren in einer Breite von 35 mm abgebildet (große Variante). Der Randabstand (RA) des Großen Bayerischen Staatswappens zum oberen und zum rechten Formatrand beträgt 7 mm. Die Wortmarke ist in der Univers LT 55 Roman, 19 Punkt (ZA 110%) gehalten. Die Wortmarke steht rechtsbündig in einem Abstand von 7 mm zum Großen Bayerischen Staatswappen. Der Freiraum rechts beträgt 49 mm. Der Gestaltungsfreiraum beginnt bei 35 mm (Wappenbreite) von der oberen Blattkante gemessen.

Broschüren Titel DIN A5

Das Große Bayerische Staatswappen ist bei DIN A5 Broschüren in einer Breite von 25 mm abgebildet. Der Randabstand (RA) des Großen Bayerischen Staatswappens zum oberen und zum rechten Formatrand beträgt 5 mm. Die Wortmarke ist in der Univers LT 55 Roman, 13,5 Punkt gehalten. Die Wortmarke steht rechtsbündig in einem Abstand von 5 mm zum Großen Bayerischen Staatswappen. Der Freiraum rechts beträgt 35 mm. Der Gestaltungsraum beginnt bei 25 mm (Wappenbreite) von der oberen Blattkante gemessen.

Broschürentitel DIN A4 Querformat | StMWi



LMG

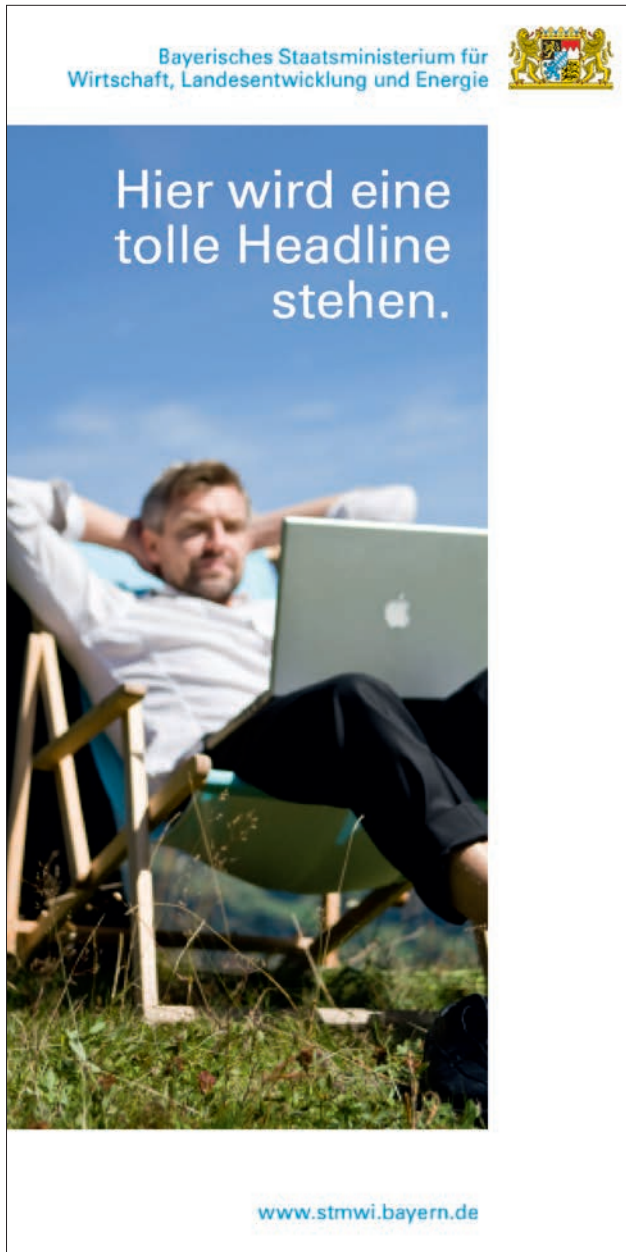


3. PRINTMEDIEN

3.2 BROSCHÜREN |

3.2.1 TITELSEITE |

Broschürentitel DIN lang



Broschüren Titel DIN lang und DIN A6

Das Große Bayerische Staatswappen ist bei der Broschüre DIN lang und DIN A6 in einer Breite von 17,5 mm abgebildet. Der Randabstand (RA) des Großen Bayerischen Staatswappens zum oberen und zum rechten Formatrand beträgt 3,5 mm. Die Wortmarke ist in der Univers LT 55 Roman, 9,5 pt/ZA 110 % gehalten. Die Wortmarke steht rechtsbündig in einem Abstand von 3,5 mm zum Großen Bayerischen Staatswappen. Der Freiraum rechts beträgt 24,5 mm. Der Gestaltungsraum beginnt bei 17,5 mm (Wappenbreite) von der oberen Blattkante gemessen. Die angegebenen Bemaßungen gelten bei allen Broschüren für Hoch- und Querformat gleichermaßen. Vermaßungen siehe auch „Vermaßungstabelle Winkel groß“, Seite 23.

3. PRINTMEDIEN

3.2 BROSCHÜREN |

3.2.2 RÜCKSEITE |

Broschürenrückseite DIN A4 Hochformat | StMWi



Broschürenrückseite DIN A4 Hochformat | LMG



Auf der Rückseite von Broschüren ist die zentrierte Wort-Bildmarke des StMWi bzw. des LMG mit Internetadresse anzuwenden.

Broschüren Rückseite DIN A4/DIN A5

Hier wird das Große Bayerische Staatswappen in einer Breite von 20 mm platziert. Die Schriftgröße beträgt 10,5 pt, der Zeilenabstand 110 %. Der Abstand vom unteren Formatrand ist gleich der Wappenbreite. Der Abstand zwischen Wappen und Wortmarke entspricht der Versalienhöhe der Wortmarke.

Broschüren Rückseite DIN A6/DIN lang

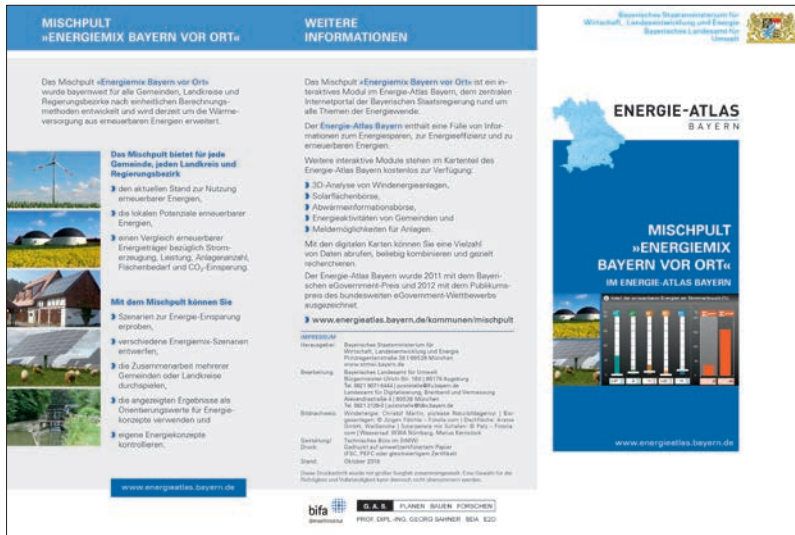
Hier wird das Große Bayerische Staatswappen in einer Breite von 15 mm platziert. Die Schriftgröße beträgt 8 pt, der Zeilenabstand 110 %. Der Abstand vom unteren Formatrand ist gleich der Wappenbreite. Der Abstand zwischen Wappen und Wortmarke entspricht der Versalienhöhe der Wortmarke.

3. PRINTMEDIEN

3.3 FLYER |

3.3.1 DIN LANG | QUADRATISCH |

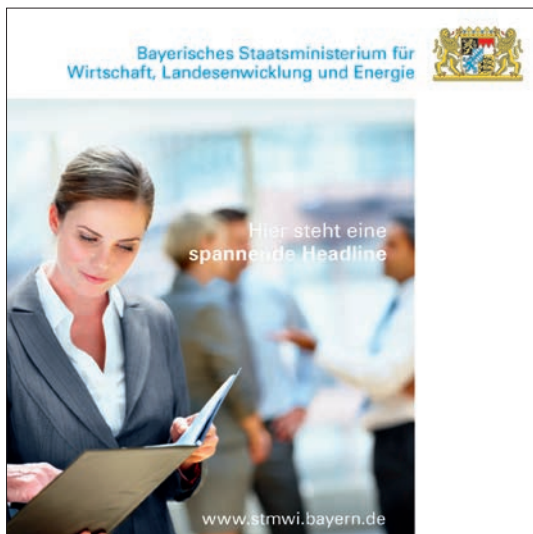
Flyer DIN lang



Der Standard DIN lang Flyer (Endformat 105 x 210 mm, offen 314 x 210 mm) entspricht nicht dem DIN A4 Format (offen 297 x 210 mm). Für Hausdrucksachen oder bei Online-Druckereien kann die Notwendigkeit entstehen, einen DIN lang Falzflyer auf das DIN A4 Querformat zu drucken (Endformat 99 x 210 mm gefalzt auf Zickzackfalz bzw. 100 x 210 mm gefalzt auf Wickelfalz).

Der Randabstand (RA) des Großen Bayerischen Staatswappens zum oberen und zum rechten Formatrand beträgt 3,5 mm. Die Wortmarke ist in der Univers LT 55 Roman, 9,5 Punkt gehalten. Die Wortmarke steht rechtsbündig in einem Abstand von 3,5 mm zum Großen Bayerischen Staatswappen. Der Freiraum rechts (Säule) beträgt 24,5 mm. Der Gestaltungs-freiraum beginnt bei 17,5 mm (Wappenbreite) von der oberen Blattkante gemessen. Die angegebenen Bemaßungen gelten auch für ein eventuelles Querformat.

Flyer quadratisch (148 x 148 mm)



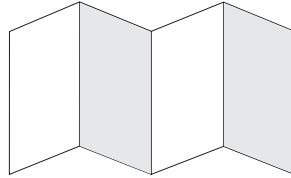
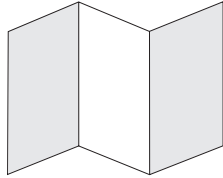
Für eine heraldisch korrekte Umsetzung ist die farbige Wort-Bildmarke zu verwenden. Der Einsatz der Farbversion ohne Schraffur erfolgt ab einer Wappenbreite kleiner gleich 20 mm.

3. PRINTMEDIEN

3.3 FLYER |

3.3.2 FALZARTEN |

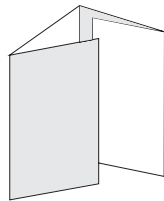
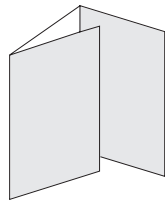
Leporellofalz



Leporello- oder Zickzackfalzungen

Hier wird der Bogen im Zickzack gefalzt, wobei zwei oder mehrere Parallelfalzbrüche in wechselnder Richtung in gleichen oder abgestuften Abständen ausgeführt werden (siehe Abbildung links).

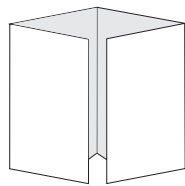
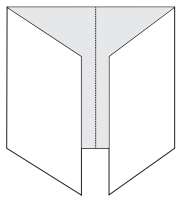
Wickelfalz



Wickelfalz

Beim Wickelfalz wird der Bogen in gleicher Richtung mit zwei oder mehreren Falzbrüchen aufgewickelt um das innere Blatt gefalzt (Abbildung links: Zweibruch-Wickelfalz mit 6 Seiten und Dreibruch-Wickelfalz mit 8 Seiten).

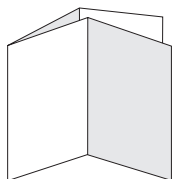
Altar-/Fensterfalz



Fensterfalz oder Altarfalz

Beim Fensterfalz oder Altarfalz werden die äußeren Teile des Falzbogens ohne Überlappung nach innen gefalzt. Der Zweibruch-Fensterfalz bzw. Altarfalz weist beidseitig eingefalzte Klappen auf (siehe Abbildung links) und hat damit 6 Seiten. Ein zusätzlicher Bruch in der Bogenmitte ergibt den Dreibruch-Fensterfalz bzw. 8-seitigen Altarfalz.

Parallelmittenfalz



Parallelmittenfalz

Hier wird das Falzprodukt in jeder Tasche der Falzmaschine auf die Hälfte der jeweiligen Einlauflänge gefalzt. Es erfolgt also eine fortgesetzte Halbierung durch parallele Falzbrüche (Abbildung links: Doppelparallelfalz mit 8 Seiten).

3. PRINTMEDIEN

3.4 IMPRESSUM |

Auf der sogenannten letzten Seite einer Broschüre sowie sonstiger Printprodukte müssen unverzichtbar die Servicestelle der Bayerischen Staatsregierung, der Vorwahlhinweis sowie das Impressum enthalten sein. Im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie ist das in der Regel die dritte Umschlagseite (U3). Die Anordnung dieser Angaben sollte dem Muster auf der nächsten Seite entsprechen.

Das Impressum beinhaltet die folgenden Punkte:

- Herausgeber
- Urheberrechtshinweis
- Bildnachweis
- Gestaltung
- Druck
- Angaben zum Papier
- QR-Code

Der Bildnachweis ist gemäß UrhG § 13 „Anerkennung der Urheberschaft“ auszuführen.

Für die Verwendung und Angabe der Papiersorte gilt die Umweltrichtlinie für die Verwendung umweltgerechter Papiersorten und deren nachhaltige Erwirtschaftung. Sie ist unter folgendem Link zu finden:

www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayVwV160136

Im Impressum könnte der Hinweis folgendermaßen lauten:

„Gedruckt auf umweltzertifiziertem Papier (FSC, PEFC oder vergleichbares Zertifikat)“.

Alternativ bei Produkten mit Recyclingpapier „Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier (Blauer Engel, Ecolabel, FSCMix oder vergleichbares Zertifikat)“.

Auf der letzten Seite können bei bestimmten Fällen auch andere Beratungsstellen (neben der Servicestelle)

angeführt werden.

Hinweis

Vorwahlhinweis auf Grundlage von: „Merkblatt für den Bezug von Informationsmaterial in der Zeit vor Wahlen der Bay. Staatskanzlei ÖA vom August 2001“.

QR-Code

Die Einbindung eines QR-Codes auf der letzten Seite ist optional. Die Größe des QR-Codes richtet sich nach seiner Umgebung und ist abhängig:

- Vom Abstand zwischen dem QR-Code und der Scan-Vorrichtung – also von der Größe des QR-Codes im Ansichtsfenster der Handy-Kamera.
- Von der Größe der Punkte im QR-Code: Je mehr Daten in den Code eingefügt werden, desto kleiner werden die Punkte.

Die Abbildungsgröße bei Broschüren sollte mindestens 15 x 15 mm, optimal 20 x 20 mm und maximal 25 x 25 mm betragen, um die elektronische Lesbarkeit des QR-Codes sicherzustellen.

3. PRINTMEDIEN

3.4 IMPRESSUM |

Impressum DIN A4 Hochformat | StMWi



BAYERN DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung.

Unter Telefon **089 122220** oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.

IMPRESSUM

Herausgeber: Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
Prinzregentenstraße 28 | 80538 München
Postanschrift 80525 München
Telefon 089 2162-0 | Telefax 089 2162-2760
poststelle@stmwi.bayern.de
www.stmwi.bayern.de

Gestaltung: Technisches Büro im StMWi

Druck: Firma Mustermann
Gedruckt auf umweltzertifiziertem Papier
(FSC, PEFC oder gleichwertigem Zertifikat)

Stand: Monat 201X



www.stmwi.bayern.de
Kosten abhängig vom
Netzbetreiber

HINWEIS

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden.

Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben von parteipolitischen Informationen oder Werbemitteln. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

Die Druckschrift wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts kann dessen ungeachtet nicht übernommen werden.

3. PRINTMEDIEN

3.4 IMPRESSUM |

Impressum DIN A4 Hochformat | LMG



BAYERN|DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung.

Unter Telefon **089 122220** oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.

IMPRESSUM

Herausgeber: Bayerisches Landesamt für
Maß und Gewicht
Franz-Schrank-Str. 9 | 80638 München
Postanschrift 80XXX München
Telefon 089 17901-0
Telefax 089 17901-336
poststelle@img.bayern.de
www.img.bayern.de

Gestaltung: Agentur Mustermann

Druck: Firma Mustermann
Gedruckt auf umweltzertifiziertem Papier
(FSC, PEFC oder gleichwertigem Zertifikat)

Stand: Monat 201X



www.img.bayern.de
Kosten abhängig vom
Netzbetreiber

HINWEIS

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden.

Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben von parteipolitischen Informationen oder Werbemitteln. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

Die Druckschrift wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts kann dessen ungeachtet nicht übernommen werden.

3. PRINTMEDIEN

3.5 ANZEIGEN |



Bei Anzeigen kann auf die Säule unterhalb des Großen Bayerischen Staatswappens verzichtet werden. Die Wappenbreite sollte mindestens 15 mm betragen, damit die feinen Linien erkennbar sind.



Die Gestaltung der Anzeigen ist auch in schwarz-weiß möglich. Hier kommt die Schwarzversion mit wenig Schraffur bzw. die Schwarzversion ohne Schraffur des Großen Bayerischen Staatswappens zum Einsatz.

4. WERBEARTIKEL

4. WERBEARTIKEL |

Auf Werbeartikeln ist in der Regel – analog zum Corporate Design – die Wort-Bildmarke des Ministeriums, ggfs. mit einem Claim oder ähnlichem anzubringen. Weitverbreitete klassische Werbeartikel (Give-aways) sind Kugelschreiber, Schlüsselanhänger, Mousepads, Süßwaren, etc..

Die Werbemittelgestaltung ist immer fallabhängig und ist in Abstimmung mit der zuständigen Öffentlichkeitsarbeit zu erstellen.

Die Wortmarke „Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie“ darf maximal zweizeilig verwendet werden und ist grundsätzlich mit dem Großen Bayerischen Staatswappen zu kombinieren. Eine zielführende Webadresse ist sinnvoll und zulässig.



5. AUSSENWERBUNG

5. AUSSENWERBUNG

5.1 CITY-LIGHT-POSTER |



City-Light-Poster (CLP) sind hinterleuchtete Werbeflächen. Sie werden im europaweit einheitlichen Format von 118,5 x 175 cm in einem Stück gedruckt.

City-Light-Poster werden hauptsächlich im innerstädtischen Bereich eingesetzt, zum Beispiel an Verkehrsknotenpunkten, in Fußgängerzonen, vor Einkaufszentren und vor Parkhäusern.

Da die Vitрины rund um die Uhr leuchten, besitzt diese Form der Außenwerbung eine sehr hohe Werbeaufmerksamkeit.



	Wappenbreite (mm)	Randabstand (mm)	Schriftgröße (pt) Zeilenabstand 110 %
Groß	200	40	108
Mittel	170	40	92
Klein	140	40	76

Vermaßung der Gestaltungselemente siehe Seite 21 ff.

5. AUSSENWERBUNG

5.2 BILLBOARD (PLAKATWAND) |



	Wappenbreite (mm)	Randabstand (mm)	Schriftgröße (pt) Zeilenabstand 110 %
Groß	200	40	108
Mittel	170	40	92
Klein	140	40	76

Es handelt sich hierbei um eine Plakatwand, die aus 3 x 6 aneinander geklebten DIN A1 Postern besteht.

Formatgröße: 3560 x 2520 mm

Vermaßung der Gestaltungselemente siehe Seite 21 ff.

5. AUSSENWERBUNG

5.3 FLAGGEN, BANNER, ROLL-UPS |

Roll-Ups



Flaggen, Banner und Roll-Ups sind flexibel bei unterschiedlichen Veranstaltungsformaten aller Art einsetzbar und vermitteln Kernbotschaften auf einen Blick.

Roll-Ups werden oft als Ergänzung zu größeren Displaysystemen verwendet, z. B. neben Faltwänden oder Messeständen.

Vermaßung der Gestaltungselemente siehe Seite 21 ff.

5. AUSSENWERBUNG

5.4 ELEKTRONISCHE AUSSENWERBUNG |

5.4.1 OC STATION |



Die OC Station ist ein modernes Medium digitaler Außenwerbung. Mit synchron geschalteten elektronischen Screens speziell in frequenzstarken Bahnhofsbereichen hält das „digitale Plakat“ bundesweit Einzug in deutsche Städte. Die innovative Form des TV-Spots im öffentlichen Raum ermöglicht die Ansprache breiter, mobiler Zielgruppen in brillanter HD-Qualität.

Vermaßung der Gestaltungselemente (bei Film oder Bildfolge nur auf der Start- oder Endseite) wie in der Tabelle unten angegeben, bei einer Monitorauflösung von 1080 x 1920 Pixel, bzw. 9:16.



	Wappenbreite (px)	Randabstand (px)	Schriftgröße (px)
Groß	198 x 120	40	28
Mittel	170 x 104	40	24
Klein	142 x 86	40	20

Vermaßung der Gestaltungselemente siehe Seite 21 ff.

5. AUSSENWERBUNG

5.4 ELEKTRONISCHE AUSSENWERBUNG |

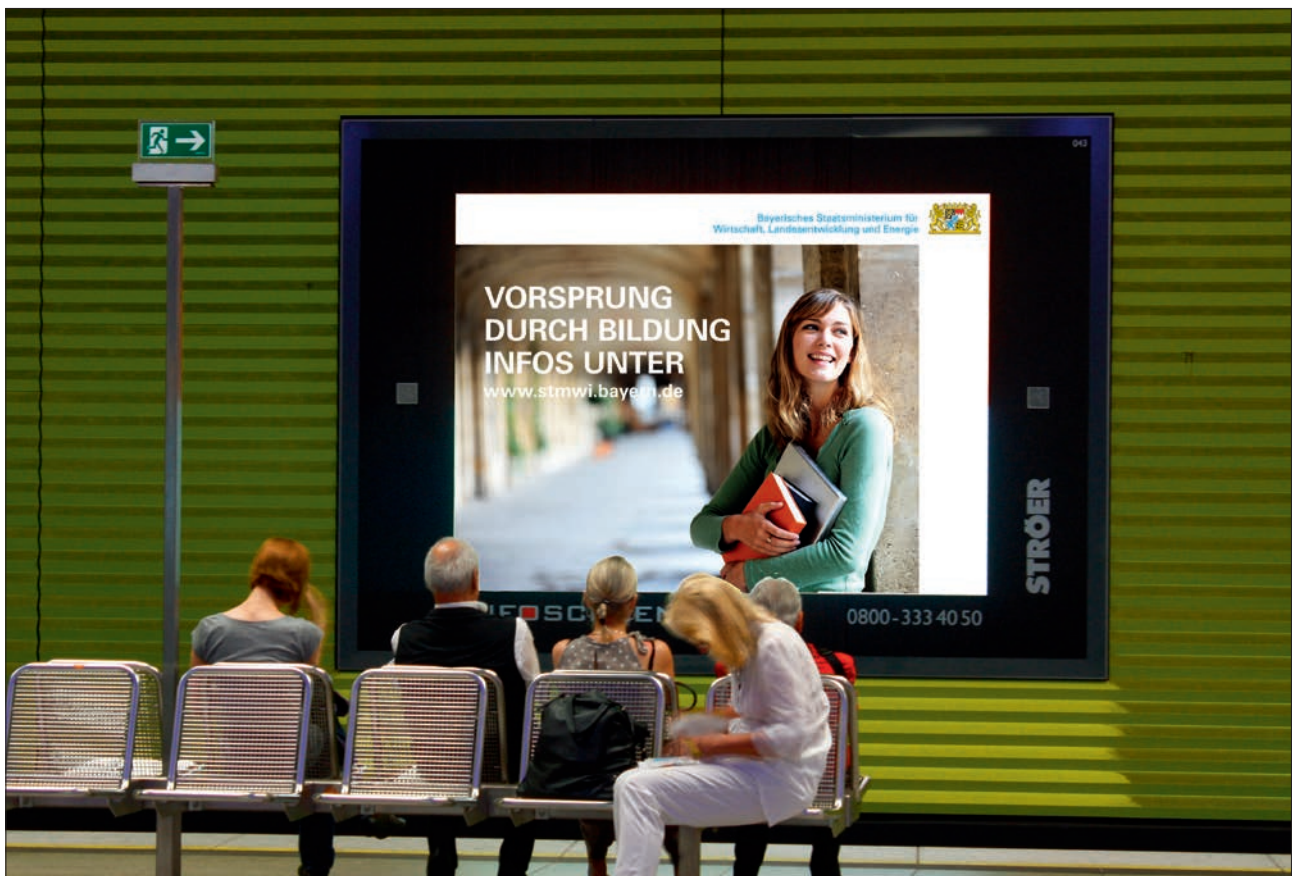
5.4.2 INFOSCREEN |

Beim Infoscreen handelt es sich um eine digitale Großbildfläche an zentralen, stark frequentierten Knotenpunkten im Bereich der U- und S-Bahn sowie in Bahnhöfen und auf Flughäfen. Aktuelle Nachrichten, Wettervorhersagen, Lifestyle- und Kulturtipps, etc. informieren und unterhalten die wartenden Fahr- bzw. Fluggäste.

	Wappenbreite (px)	Randabstand (px)	Schriftgröße (px)
Groß	120 x 73	19	18
Mittel	99 x 61	19	15
Klein	86 x 53	19	13

Vermaßung der Gestaltungselemente (bei Film oder Bildfolge nur auf der Start- oder Endseite) wie in der Tabelle links angegeben, bei einer Monitauflösung von 1024 x 768 Pixel, bzw. 4:3.

Vermaßung der Gestaltungselemente siehe Seite 21 ff.



6. DIGITALE MEDIEN

6. DIGITALE MEDIEN

6.1 ONLINE AUFTRITT |

Der „Winkel“ als grundlegendes Gestaltungselement des gemeinsamen Erscheinungsbildes der Bayerischen Staatsregierung ist zwar grundsätzlich auch im Internet beizubehalten.

Responsives Webdesign

Der Ministerrat hat in seiner Sitzung vom 15. Juli 2014 hinsichtlich der Gestaltung responsiver Webseiten jedoch Folgendes beschlossen:

„Für den Fall, dass Onlineangebote der Staatsregierung im responsiven Webdesign gestaltet werden und die Einhaltung des ‚Winkels‘ dazu führen würde, dass eine adäquate Wiedergabe der Inhalte auf mobilen Endgeräten nicht möglich ist, kann künftig von der Einhaltung des ‚Winkels‘ abgesehen werden. Dies gilt auch für die Entwicklung und Darstellung von mobilen Applikationen (Apps) der Staatsregierung“.

Das StMWi setzt alle neuen Portale in responsivem Webdesign um. Die bereits bestehenden Portale werden, soweit es wirtschaftlich ist, ebenfalls auf responsives Webdesign umgestellt. Die Internetseiten passen sich an das jeweilige Gerät an, auf denen sie betrachtet werden. Der Winkel kann bei responsiv gestalteten Webseiten entfallen.

Für die Internetgestaltung gilt:

- Die Schriftart Univers LT 55 Roman ist bei der Wortmarke verbindlich.
- Staatswappen und Wortmarke sollen als Grafik auf der Homepage der Ressorts eingebaut werden.
- Zusätzliche Logos (z. B. Lebensbaum des Umweltministeriums, Initiativenlogos, Hauslogos, etc.) sollen grundsätzlich oben links platziert werden.
- Das Erscheinungsbild von Webseiten soll Wortmarke und Staatswappen enthalten und in drei Größenrelationen, analog zu den DIN-Formaten, adaptiert werden (siehe Seite 21 ff).

- Die Wortmarke ist analog zu den Printmedien in Bayerisch Blau darzustellen.

- Als Schriftart für die Fließtexte wird ein serifenloser Standardfont, z. B. Arial, Helvetica (siehe Seite 19) empfohlen.

Schriftarten, Farben und Gestaltung lehnen sich an die im Online-Styleguide definierten Seitentypen an.

Der „Online-Styleguide des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie“ wurde auf Basis der Gestaltungsvorgaben der Bayerischen Staatsregierung entwickelt. Er liefert Richtlinien für die Gestaltung des Online-Auftritts des Bayerischen Wirtschaftsministeriums, dessen Partner-, Tochter- und Mikroseiten sowie seiner mobilen Anwendungen.

Der Online-Styleguide gewährleistet eine einheitliche Online-Kommunikation und einen visuell prägnanten Auftritt des Wirtschaftsministeriums innerhalb der Designvorgaben der Bayerischen Staatsregierung.

Die Seite „Mobilfunk Bayern“ (www.mobilfunk.bayern) ist ein Beispiel für responsives Web Design. Sie wird auf allen Bildschirmen optimiert dargestellt und zeichnet sich vor allem durch das großflächige Headerbild aus.

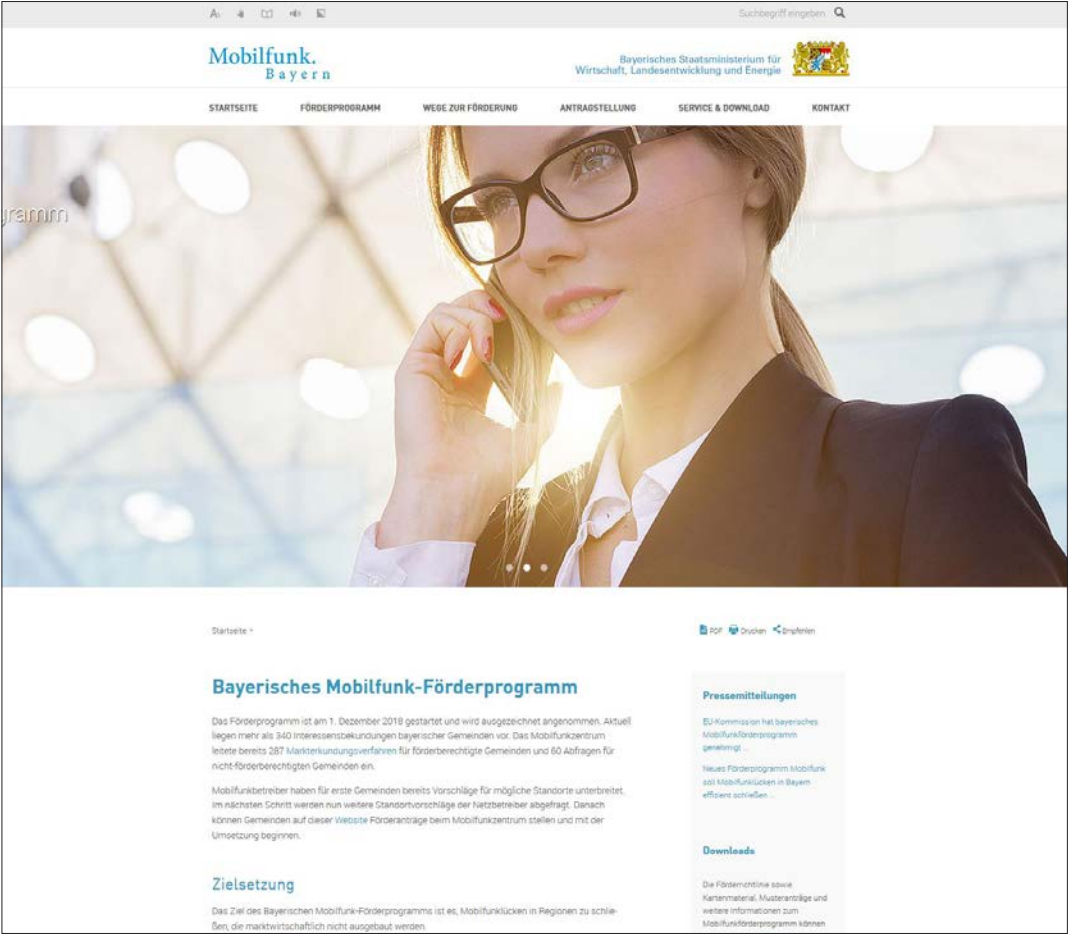
Hinweis

Der Online-Styleguide ist im Downloadportal der Staatsregierung oder über die Online-Redaktion der Öffentlichkeitsarbeit im Bayerischen Wirtschaftsministerium (online@stmwi.bayern.de) erhältlich.

6. DIGITALE MEDIEN

6.1 ONLINE AUFTRITT |

Startseite



Vermaßungstabelle Startseite
(bei einer Monitorauflösung
von 1024 px Breite)

	Wappenbreite (px)	Randabstand (px)	Schriftgröße (px)
Groß	120 x 73	19	18
Mittel	99 x 61	19	15 (18,5 pt)
Klein	86 x 53	19	13

6. DIGITALE MEDIEN

6.2 BANNERWERBUNG |

Als Bannerwerbung wird die Online-Anzeige von grafischen Elementen mit einer Werbebotschaft verstanden. Der Werbeerfolg wird in der Regel durch die Anzahl der Einblendungen und die Anzahl der Klicks gemessen.

Bei Online-Bannern kann auf die Säule unterhalb des Großen Bayerischen Staatswappens verzichtet werden. Um die Wort-Bildmarke auch bei Online-Bannern möglichst CD-konform zu verwenden, wird empfohlen, größere Querformate zu wählen. Sehr schmale Formate sollten wegen der Lesbarkeit der Wort-Bildmarke nicht verwendet werden.

Interessant sind die Layer Ads ¹, die nicht wie Pop-Up-Werbung ein neues Fenster öffnen, sondern sich animiert über den Content einer Website legen. Sie bieten mit ihrem großflächigen Format kreative Umsetzungsmöglichkeiten für prominente und individuelle Platzierungen von Werbebotschaften.

Neben den gängigen Bannerformaten wie z. B. Wide Skyscraper ², Superbanner ³ und Medium Rectangle ⁴ (siehe Seite 63), etc. finden zunehmend sogenannte Tandem Ads Verbreitung. Ein Tandem Ad ist die Kombination aus zwei Werbeformen wie beispielsweise Superbanner ³ und Half Page Ad ⁵ (siehe Seite 63). Es können beide Werbemittel grafisch und textlich miteinander interagieren. So bieten sich vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten.

Tandem Ad (hier Layer Ad ¹ und Wide Skyscraper ²)

¹ Layer Ad

² Wide Skyscraper

6. DIGITALE MEDIEN

6.2 BANNERWERBUNG |

Tandem Ad (hier Superbanner ③ und Medium Rectangle ④)

Tandem Ad (hier Superbanner ③ und Half Page Ad ⑤)

③ Superbanner

④ Medium Rectangle

⑤ Half Page Ad

ANHANG

ANHANG

Hinweis

Alle in diesem Design Manual aufgeführten Logos erhalten Sie zum Download in verschiedenen Dateiformaten unter cd.bayern.de (kennwortgeschützt) oder unter www.stmwi.bayern.de/design.

Bei Fragen zur Verwendung und zur Übermittlung der Zugangsberechtigung wenden Sie sich bitte an Ihren Ansprechpartner in der jeweiligen Behörde.

Die Schriftfamilie Univers LT ist im Handel erhältlich; sie kann aus lizenzrechtlichen Gründen nicht bereitgestellt werden.

IMPRESSUM

IMPRESSUM



BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung.

Unter Telefon **089 122220** oder per E-Mail unter **direkt@bayern.de** erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.

IMPRESSUM

Herausgeber: Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
Prinzregentenstraße 28 | 80538 München
Postanschrift 80525 München
Telefon 089 2162-0 | Telefax 089 2162-2760
info@stmwi.bayern.de
www.stmwi.bayern.de

Gestaltung: Technisches Büro im StMWi auf Basis der Konzeption
von Frau Astrid Lenné, Gröbenzell

Druck: Technisches Büro im StMWi

Stand: April 2021



www.stmwi.bayern.de
Kosten abhängig vom
Netzbetreiber

HINWEIS

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden.

Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben von parteipolitischen Informationen oder Werbemitteln. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

Die Druckschrift wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts kann dessen ungeachtet nicht übernommen werden.



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
www.stmwi.bayern.de



Webseitenarchitektur

#	URL
1	www.stmwi.bayern.de
2	www.ausbildungswochen.bayern
3	www.aussenwirtschaft.bayern
4	www.bavariaworldwide.de
5	www.bierspione-und-garnelenzuechter.bayern
6	www.by-cz.eu
7	www.digitalbonus.bayern
8	www.efre-bayern.de
9	www.enponline.de
10	www.energieatlas.bayern.de
11	www.flaechensparoffensive.bayern
12	www.gruenderland.bayern
13	www.innovationspreis-bayern.de
14	www.landschafttnergie.bayern
15	www.mobilfunk.bayern
16	www.regulierungskammer-bayern.de
17	www.staatspreis.de

Stand: 17.03.2026

Rahmenvereinbarung über die Erbringung von Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen für die Online-Kommunikation des StMWi

zwischen

dem Freistaat Bayern

vertreten durch das

Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft,

Landesentwicklung und Energie,

Prinzregentenstraße 28, 80538 München

vertreten durch Ltd. MR`in Dr. Regina Otto (Leiterin ÖA)

- Auftraggeber - (AG)

und

- Auftragnehmer - (AN)

wird folgende Rahmenvereinbarung geschlossen:

Präambel

Die Parteien schließen vorliegende Rahmenvereinbarung über die Erbringung von Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen für die Online-Kommunikation des StMWi ab.

§ 1 Gegenstand und Zweckbestimmung

(1) Gegenstand dieser Rahmenvereinbarung sind Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen für die Online-Kommunikation des AG auf Abruf des AG. Die Leistungen werden aufgrund schriftlicher oder elektronischer Einzelaufträge erbracht.

(2) Zielsetzung, Inhalt und Art der Durchführung des jeweiligen Einzelauftrags ergeben sich aus den Bestimmungen dieser Rahmenvereinbarung sowie aus:

- der Leistungsbeschreibung,
- dem Angebot des AN,
- dem jeweiligen Einzelauftrag, sowie

- den „Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen“, Teil B der Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen – ausgenommen Bauleistungen – (VOL/B).

Alle genannten Dokumente gelten als Bestandteil des jeweiligen Einzelauftrags. Bei Widersprüchen zwischen einer einzelnen Auftragsvergabe und dieser Vereinbarung gehen die Regelungen dieser Rahmenvereinbarung vor. Bei Widersprüchen zwischen einem Dokument und dieser Vereinbarung geht die Vereinbarung vor. Bei Widersprüchen zwischen zwei Dokumenten geht das jeweils erstgenannte vor.

(3) Der konkrete Umfang der vom AN zu erbringenden Einzelleistung sowie der jeweils zu entrichtende Stundensatz bzw. Festpreis ergibt sich aus den jeweiligen Einzelaufträgen. Der AN ist verpflichtet, die vereinbarten Leistungen entsprechend den getroffenen Einzelvereinbarungen vollständig und fristgerecht zu erbringen.

(4) Eine Mindestabnahmeverpflichtung des Auftraggebers aufgrund dieser Rahmenvereinbarung besteht nicht.

(5) Der AG behält sich unbeschadet dieser Rahmenvereinbarung vor, Leistungen nach Abs. 1 an Dritte zu vergeben oder selbst zu erbringen.

(6) Darauf, dass eine zur Durchführung eines Einzelauftrags erforderliche Leistung dem AG selbst obliegt, kann sich der Auftragnehmer nur berufen, soweit diese Leistung bei Auftragserteilung ausdrücklich als dem AG obliegende Mitwirkungshandlung vereinbart wurde.

(7) Der AN hält die für die jeweilige Leistungserbringung notwendigen und im Angebot benannten Mitarbeiter während der gesamten Dauer des Auftrags bereit. Im Falle einer Personalfluktuations müssen die eingesetzten Mitarbeiter des AN in gleicher geeigneter Weise qualifiziert und vom AG akzeptiert sein.

§ 2 Informationsrechte und –pflichten

(1) Der AN führt die jeweiligen Einzelaufträge im ständigen Kontakt mit dem AG durch. Als Ansprechpartner des AG zu Fragen zu dieser Rahmenvereinbarung sowie im Rahmen der Durchführung der Einzelaufträge (soweit im Einzelauftrag nicht anders vereinbart) wird vorbehaltlich einer Änderung durch den AG Herr Steffen Schnappauf, Referat Öffentlichkeitsarbeit, Internet, Webauftritte, Veranstaltungen, (+49 89 2162 2199, Steffen.Schnappauf@stmwi.bayern.de) benannt. Der AG ist berechtigt, sich jederzeit über den Fortgang der Arbeiten zu informieren und Arbeitsergebnisse einzusehen.

(2) Stellt der AN im Verlauf der Arbeiten fest, dass der einzelne Auftrag in der vereinbarten Form undurchführbar wird oder ist, das angestrebte Ergebnis nicht oder nur teilweise erreicht werden kann oder vollständig oder teilweise von Dritten erreicht wurde, hat der AN den AG hierüber unverzüglich in Textform zu unterrichten.

§ 3 Anregungen und Änderungswünsche des AG

(1) Der AG kann gegenüber dem AN jederzeit Anregungen und Änderungswünsche zu den in den Einzelverträgen beauftragten Leistungen geltend machen.

(2) Soweit der AN der Auffassung ist, dass

- dadurch das Ergebnis des Vorhabens beeinträchtigt wird,
- er den vertraglichen Zeitplan nicht einhalten kann,
- sich dadurch die vereinbarte Vergütung ändert oder
- die Anregungen und Änderungswünsche die Undurchführbarkeit des Auftrages nach sich ziehen,

hat er den AG hierauf unverzüglich in Textform hinzuweisen. Ein Anspruch auf erhöhte Vergütung nach § 2 Nr. 3 S. 1 VOL/B setzt die Bestätigung des AG in Textform nach Vorlage einer detaillierten Kostenaufstellung durch den AN vor Ausführung der Leistung voraus.

§ 4 Nutzungs- und Verwertungsrechte

(1) Der AG erwirbt die ausschließlichen, zeitlich, inhaltlich und räumlich unbeschränkten urheberrechtlichen und sonstigen Nutzungs- und Verwertungsrechte an der Vertragsleistung für die Dauer der urheberrechtlichen Schutzfrist mit deren Entstehung, insbesondere

- a) das Recht zur Vervielfältigung und Verbreitung, unabhängig vom Verfahren. Dies gilt für Ausgaben und Auflagen in allen Sprachen;
- b) das Recht zur Übertragung auf elektronische Trägermedien zur digitalen Wiedergabe, Vervielfältigung oder Verbreitung;
- c) das Recht auf Vor- oder Nachabdruck, auch von einzelnen Teilen;
- d) das Recht zur Verwendung von Layout, Graphiken und anderen gestalterischen Elementen, auch in Auszügen oder Übersetzungen des Vertragsgegenstands;
- e) das Recht zur Herstellung von Mikrokopieausgaben;
- f) das Recht zur sonstigen Vervielfältigung, insbesondere durch Fotokopie oder sonstige fotomechanische oder elektronische Verfahren;
- g) das Recht zur öffentlichen Zugänglichmachung, insbesondere im Printbereich, im Internet und durch sonstige Formen der Onlinekommunikation;
- h) das Recht bei Texten zur Übersetzung und deren Vervielfältigung und Verbreitung;
- i) das Vorführungs-, Ausstellungs- und Senderecht.

Von Satz 1 ausgenommen sind frei verfügbar Open-Source Inhalte, die lizenzfrei nutzbar sind; diesbezüglich stellt der AN sicher, dass der vertragsgemäßen Nutzung durch den AG keine Rechte Dritter entgegenstehen.

(2) Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) für Ablieferung von Einzelleistungen ist mit dem AG im Einzelfall abzustimmen. Im Falle einer KI-Nutzung muss der AN sicherstellen, dass der Einsatz von KI-Anwendungen für die Leistungserbringung oder KI-generierte Inhalte nicht die Exklusivität der Rechte des AG gefährden oder Urheberrechte oder sonstige Rechte Dritter verletzen.

(3) Der AG ist berechtigt, (unter Wahrung eventueller Urheberpersönlichkeitsrechte) Bearbeitungen, Umgestaltungen und Fortschreibungen der Leistung vorzunehmen und diese in gleicher Weise wie die Leistung zu nutzen. Auf Verlangen des AN in Textform ist auf die Umgestaltung bzw. Bearbeitung hinzuweisen.

(4) Der AG kann die nach den Absätzen 1 und 2 eingeräumten Rechte Dritten übertragen oder Rechte hieran einräumen.

(5) Der AG ist nicht verpflichtet, von den eingeräumten Rechten Gebrauch zu machen. Insbesondere ist er nicht verpflichtet, das überlassene Material zu verwenden.

(6) Jede Veröffentlichung, Auswertung oder Weitergabe der Leistung oder von Vorarbeiten oder Teilen hiervon durch den AN bedarf auch nach Vertragsbeendigung der ausdrücklichen Zustimmung des AG in Textform.

(7) Der AN ist dafür verantwortlich, dass er alle für die Veröffentlichung oder Verwertung erforderlichen Urheber- oder sonstigen Rechte besitzt oder erwirbt oder, soweit diese Rechte Dritten zustehen, er die entsprechenden Nutzungsrechte eingeräumt erhält und übertragen darf.

§ 5 Beauftragung der Einzelleistungen

(1) Die Beauftragung der Einzelleistungen aus den in § 1 Absatz 1 genannten Bereichen erfolgt in Textform. Der AG setzt dabei fest,

- welche Leistung oder welches Produkt im Einzelnen,
- in welchem Zeitraum und
- zu welchen Konditionen (einschließlich der jeweils zu entrichtenden Stundensätze bzw. Festpreise)

zu erbringen sind (sog. Anfrage). Der AN lässt dem AG schnellstmöglich (möglichst innerhalb von 48 Stunden bezogen auf bayerische Werktage) nach Erhalt der Anfrage ein Angebotsschreiben in Textform zukommen, in dem die konkreten Leistungen sowie weitere Konditionen aufgezählt sind. Der AG prüft dieses Angebot innerhalb von vier Wochen (Prüfungsfrist) und kann bei Bedarf Gegenvorschläge machen. Die Beauftragung der Einzelleistung kommt erst durch eine ausdrückliche elektronische oder schriftliche Bestätigung des AG zustande. Andernfalls gilt das Angebot nach Ablauf der Prüfungsfrist als abgelehnt. Eine Verpflichtung zur Annahme des Angebots seitens des AG besteht nicht. Alternativ kann der AN die Anfrage innerhalb von 48 Stunden begründet ablehnen.

(2) Lehnt der AN die Erbringung der einzelnen Leistung oder des einzelnen Produkts ab oder kann keine Einigung über die Konditionen für die Einzelleistung erzielt werden bzw. lehnt der AG die Beauftragung ab, kann der AG die bereits angefragte Leistung auch fremd vergeben.

§ 6 Übermittlung der Leistung, Abnahme

(1) Die jeweilige Einzelleistung ist dem AG gemäß den Vorgaben des jeweiligen Einzelauftrags in reproduktionsfähiger und weiterbearbeitbarer Form zur Verfügung zu stellen. Dies ist insbesondere in Form

von Photoshop-, Illustrator- oder InDesign-Dateien bzw. auch als gängige Bilddatei bereitzustellen. Des Weiteren umfasst dies auch die Formate der gängigen Branchenstandard-Software (z. B. Adobe Creative Cloud, Figma oder vergleichbare Tools), wobei die Wahl des konkreten Formats im Einzelauftrag spezifiziert wird oder sich nach dem Stand der Technik zum Zeitpunkt der Beauftragung richtet. Die Übermittlung auf dem elektronischen Weg oder mittels eines Downloadlinks ist der Regelfall. Soweit die Einzelleistungen auf einem Datenträger (bspw. USB-Stick) bereitgestellt werden, ist das Eigentum daran zu übertragen.

(2) Die Einzelleistung bedarf der Abnahme des AG. Die Vertragspartner sind sich einig, dass eine Abnahme zu erfolgen hat, wenn die jeweils vereinbarten Einzelleistungen vollständig und ordnungsgemäß erbracht sind.

(3) Die Abnahme bzw. gänzliche oder teilweise Ablehnung der Leistungen hat spätestens zwei Wochen nach Eingang der formal vollständigen Unterlagen beim AG zu erfolgen.

(4) Verweigert der AG die Abnahme ganz oder teilweise wegen nicht nur unwesentlicher Mängel, hat es dem AN eine angemessene Frist zur Beseitigung der Mängel einzuräumen. Kommt der AN der Mängelbeseitigung innerhalb der Frist nicht nach, gilt die Abnahme als nicht erteilt.

§ 7 Vergütung und Fälligkeit

(1) Der Auftragnehmer erhält für seine Leistungen aufgrund dieser Vereinbarung nur dann eine Vergütung, wenn ein Einzelauftrag erteilt wurde. Die Vergütung der Einzelaufträge erfolgt auf der Kalkulationsgrundlage entsprechend der Angaben des Angebots. Die angegebenen Stundensätze und Festpreise verstehen sich zzgl. der jeweils geltenden Mehrwertsteuer. Es besteht eine Preisobergrenze (Höchstwert) für alle Leistungen aus dieser Rahmenvereinbarung in Höhe von maximal 760.000 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer bezogen auf den gesamten Vertragszeitraum (inkl. Verlängerungsoptionen).

(2) Mit den vereinbarten Stundensätzen und Festpreisen sind alle nach dieser Vereinbarung zu erbringenden Leistungen und alle bei der Durchführung anfallenden Aufwendungen und Kosten, insbesondere Reisekosten, alle Steuern und Abgaben, Risiko, Gewinn sowie sämtliche Ansprüche urheberrechtlicher Art abgegolten. Durch Änderungswünsche des AG bedingte Mehraufwendungen sind gleichfalls von den Stundensätzen und Festpreisen mit umfasst. Die Erfassungsgenauigkeit bei der Kalkulation einer zu erbringenden Leistung beträgt 0,25 h.

(3) Die Lizenzgebühr für die Einräumung von Verwertungs- und Nutzungsrechten ist bereits in den festgesetzten Stundensätzen und Festpreisen enthalten. Die Parteien sind sich einig, dass die Lizenzgebühr im Zeitpunkt der jeweiligen Beauftragung dem entspricht, was im Geschäftsverkehr nach Art und Umfang der eingeräumten Nutzungsmöglichkeit, insbesondere nach Dauer und Zeitpunkt der Nutzung, unter Berücksichtigung aller Umstände üblicher- und redlicherweise zu leisten ist.

Von der Vergütung nicht umfasst ist der für Einzelaufträge erforderliche Zukauf von Lizenzen und Verwertungs- und Nutzungsrechten von Bild-, Video- und Tonmaterial von Dritten durch den AN. Diese Kosten trägt der AG nach Vorlage einer detaillierten und nachprüfaren Aufstellung durch den AN, sofern die Kosten bereits im Angebot der Einzelleistung des AN gem. § 5 Abs. 2 ausgewiesen bzw. mit dem AG in

Textform abgestimmt wurden. Die Übernahme der Kosten erfolgt nach Abnahme des Einzelauftrags durch den AG. Die Aufstellung der Kosten ist im Rahmen der Gesamtrechnung gem. Abs. 4 aufzuführen.

(4) Die Vergütung der einzelnen Leistungen erfolgt nach der Abnahme der Leistungen durch den Auftraggeber, außer es wird im Einzelfall eine abweichende Abrechnungsmodalität vereinbart. Die Zahlung ist 30 Tage nach Zugang einer detaillierten und prüffähigen Rechnung fällig. Der AG meldet dem AN innerhalb von zwei Wochen, ob gegen die Aufstellungen Einwände bestehen bzw. welche Änderungen/Umbuchungen erforderlich sind.

(5) Vor der Zusendung einer Mahnung erhält der AG Gelegenheit Stellung zu nehmen, ob die entsprechende Rechnung tatsächlich angefallen bzw. beim AG eingegangen ist.

(6) Verweigert der AG rechtmäßig die Abnahme der Leistung, ist nur eine anteilige Vergütung fällig. Die Vergütung ist einvernehmlich, ggf. unter Einschaltung eines Sachverständigen, unter Berücksichtigung der getätigten Aufwendungen und Kosten des AN und den Verwertungs- bzw. Nutzungsmöglichkeiten der Leistungen durch den AG zu bestimmen.

(7) Zum Zweck der Zahlungsabwicklung werden die hierfür erforderlichen Daten der Staatsoberkasse Bayern in Landshut übermittelt.

§ 8 Laufzeit der Rahmenvereinbarung

(1) Die Rahmenvereinbarung tritt mit Zuschlagserteilung, frühestens jedoch zum 1. Dezember 2026 in Kraft und hat eine Laufzeit von zwei Jahren.

(2) Die Vereinbarung verlängert sich automatisch zweimal um weitere 12 Monate, wenn der AG der automatischen Verlängerung der Vereinbarung nicht spätestens zwei Monate vor Ablauf der jeweiligen Vertragslaufzeit in Textform widerspricht (Verlängerungsoption). Die maximale Gesamtlaufzeit der Rahmenvereinbarung beträgt damit vier Jahre.

§ 9 Kündigung

(1) Die Rahmenvereinbarung kann beiderseitig in Textform mit einer Frist von sechs Monaten zum Monatsende ohne Angabe von Gründen gekündigt werden. Dies gilt sowohl für die reguläre als auch optional verlängerte Laufzeit der Vereinbarung.

(2) Die Rahmenvereinbarung kann darüber hinaus aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die Kündigung ist innerhalb von zwei Wochen nach Kenntnis der Umstände in Textform zu erklären, damit sie wirksam ist. Dies gilt auch für die jeweiligen Einzelaufträge.

(3) Ein wichtiger Grund im Sinne des Absatzes 3 liegt insbesondere vor, wenn

- der AN durchführbare Anregungen und Änderungswünsche des AG nicht berücksichtigt;
- sich herausstellt, dass der Auftrag in der vereinbarten Form undurchführbar ist;
- der AN vereinbarte Leistungen innerhalb der festgelegten Fristen nicht ordnungsgemäß und vollständig vorgelegt hat und eine festgesetzte Nachfrist erfolglos abgelaufen ist;

- der AN ohne Zustimmung des AG Unterauftragnehmer einschaltet;
- Rechte Dritter dem Erwerb der Nutzungsrechte entgegenstehen;
- der AN erheblich gegen die Verpflichtungen zum Datenschutz oder zur Verschwiegenheit verstößt;
- der AN eine unzulässige Wettbewerbsabrede aus Anlass der Vergabe oder bei Durchführung dieser Vereinbarung getroffen hat.

(4) Im Falle der Kündigung aus wichtigem Grund sind dem AN nach Vorlage einer detaillierten und prüf-fähigen Rechnung oder Kostenaufstellung die bereits erbrachten Leistungen zu erstatten. Darüberhin-ausgehende Ansprüche des AN bestehen nicht.

(5) Eine Kündigung der Rahmenvereinbarung lässt die Wirksamkeit eines Vertrags über einen Einzelauf-trag sowie insoweit relevante Bestimmungen dieser Rahmenvereinbarung unberührt.

(6) Im Übrigen bleiben die gesetzlichen Rechte der Parteien unberührt.

§ 10 Unterauftragnehmer

(1) Die Einschaltung von Unterauftragnehmern durch den AN bedarf der vorherigen schriftlichen Zustim-mung des AG. Der AN hat dem AG auf Verlangen eine Erklärung des Unterauftragnehmers über das Nichtvorliegen von Ausschlussgründen entsprechend § 35 UVgO/ § 48 VgV vorzulegen.

(2) Eine Beauftragung i.S.d. Abs. 1 erfolgt im Namen und auf Rechnung des AN. Der AN steht für die Einhaltung der Verpflichtungen aus diesem Vertrag durch den Unterauftragnehmer ein, soweit dieser nicht auf schriftliche Weisung des AG eingeschaltet wurde.

(3) Bei Beauftragungen i.S.d. Abs. 1

- verfährt der AN nach wettbewerblichen Gesichtspunkten,
- beteiligt der AN bei der Einholung von Angeboten für die Unteraufträge regelmäßig kleine und mittlere Unternehmen in angemessener Weise,
- benennt der AN dem Unterauftragnehmer auf Verlangen den AG und
- stellt der AN dem Unterauftragnehmer insgesamt keine ungünstigeren Bedingungen – insbe-sondere hinsichtlich der Zahlungsweise und Sicherheitsleistungen – als zwischen ihm und dem AG vereinbart sind.

(4) Vergibt der AN Aufträge an Dritte im wesentlichen Umfang, ist er verpflichtet, mit dem Unterauftrag-nehmer die Anwendung der VO PR Nr. 30/53 auf den Unterauftrag zu vereinbaren. Als wesentlicher Um-fang gilt, wenn die Vergütung (ohne Mehrwertsteuer) für den Einzelauftrag 20 v.H. der Gesamtvergütung aus dieser Vereinbarung (ohne Mehrwertsteuer) übersteigt.

(5) Vergibt der AN Aufträge an Unterauftragnehmer, so ist dieser auf § 14 dieses Vertrages zu verpflich-ten.

§ 11 Datenschutz

- (1) Der AN gewährleistet die Einhaltung datenschutzrechtlicher Vorschriften.
- (2) Vom AN zur Durchführung des Vorhabens erhobene sowie vom AG dem AN übermittelte personenbezogene Daten dürfen vom AN nur zur Durchführung des Vorhabens verarbeitet werden.
- (3) Der AN stellt sicher, dass personenbezogene Daten bei Übermittlung oder beim Transport auf Datenträgern nicht unbefugt gelesen, verändert oder gelöscht werden können.
- (4) Der AN stellt sicher, dass nach Beendigung der Arbeiten alle personenbezogenen Daten nach Ablauf von etwaigen Aufbewahrungsfristen gelöscht werden. Unterlagen mit personenbezogenen Daten, die der AG dem AN zur Durchführung des Vorhabens übermittelt hat, sind nach Beendigung der Arbeiten an den AG zurückzugeben.
- (5) Bei der Verarbeitung personenbezogener Daten sind die Vorgaben des Auftragsverarbeitungs-Vertrags zu beachten (Anlage 3).
- (6) Der AN ist verpflichtet sicherzustellen, dass alle mit der Durchführung der Rahmenvereinbarung sowie der Einzelaufträge befassten Personen an die Einhaltung dieser Vorschriften gebunden sind und entsprechende Unterweisungen erhalten.

§ 12 Verschwiegenheitsverpflichtung

- (1) Der AN hat alle ihm bei der Durchführung der Vereinbarung bekannt gewordenen Tatsachen, Angaben, Umstände und Ergebnisse Dritten gegenüber geheim zu halten, soweit ihn der AG nicht durch eine Mitteilung in Textform hiervon entbindet. Dies gilt auch für die Zeit nach Beendigung der Laufzeit der Vereinbarung.
- (2) Der AN ist verpflichtet, nur die für die Erfüllung des ihm erteilten Auftrags notwendigen Personen und nur im erforderlichen Umfang über die bei der Durchführung des Auftrags bekannt gewordenen Tatsachen, Angaben, Umstände und Ergebnisse zu unterrichten.
- (3) Der AN hat sicherzustellen, dass alle mit der Durchführung des Auftrags befassten Personen an die Einhaltung dieser Vorschriften gebunden sind.
- (4) Etwaige standesrechtliche Bestimmungen bleiben unberührt.

§ 13 Auftragsausführung

Der AN hat bei der Ausführung des öffentlichen Auftrags alle für ihn geltenden rechtlichen Verpflichtungen einzuhalten, insbesondere den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern wenigstens diejenigen Mindestbedingungen einschließlich des Mindestentgelts zu gewähren, die nach dem Mindestlohngesetz, einem nach dem Tarifvertragsgesetz mit den Wirkungen des Arbeitnehmerentsendegesetzes (AEntG) für allgemein verbindlich erklärten Tarifvertrag oder einer nach § 7, § 7a oder § 11 AEntG oder einer nach § 3a AÜG erlassenen Rechtsverordnung für die betreffende Leistung verbindlich vorgegeben werden, sowie gem. § 7 Abs. 1 AGG und § 3 Abs. 1 EntgTranspG Frauen und Männern bei gleicher oder gleichwertiger Arbeit gleiches Entgelt zu bezahlen.

§ 14 Haftung

(1) Der AN gewährleistet die gewissenhafte Durchführung der Einzelaufträge. Er haftet nach den gesetzlichen Vorschriften.

(2) Der AG haftet – außer bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit oder bei Ansprüchen aus dem Produkthaftungsgesetz – nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Wird eine wesentliche Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, so ist die Haftung des AG auf den vorhersehbaren vertragstypischen Schaden begrenzt, sofern keine Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit vorliegt bzw. Ansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz bestehen. Wesentliche Vertragspflichten sind solche, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des jeweiligen Einzelauftrags überhaupt erst ermöglicht und auf die der Vertragspartner vertraut hat und auch vertrauen durfte und deren schuldhafte Nichterfüllung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet.

(3) Absatz 2 gilt auch für Schäden, die durch ein schuldhaftes Verhalten von Vertretern oder Erfüllungsgehilfen des AG verursacht wurden.

(4) Der AN stellt den AG von allen durch Dritte gegen den AG erhobenen Ansprüchen – gleich aus welchem Rechtsgrund – frei, wenn und soweit diese Ansprüche Folge der Nicht- oder Schlechterfüllung von Verpflichtungen des AN sind. Dies gilt nicht, wenn und soweit der AN die Nicht- oder Schlechterfüllung der Vertragspflichten nicht zu vertreten hat. Die Freistellung sowie die Haftung gegenüber dem AG in Haftpflichtfällen umfassen auch Folgeschäden.

§ 15 Unzulässige Wettbewerbsbeschränkung

(1) Wenn der AN aus Anlass der Vergabe nachweislich eine Abrede getroffen hat, die eine unzulässige Wettbewerbsbeschränkung darstellt, hat er 5 v.H. der Auftragssumme an den AG zu zahlen, es sei denn, es wird ein Schaden in anderer Höhe nachgewiesen. Dies gilt auch, wenn diese Vereinbarung gekündigt wird oder bereits erfüllt ist.

(2) Unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen im Sinne des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen - GWB - sind insbesondere Vereinbarungen und darauf abgestimmte Verhaltensweisen mit anderen Bietern über

- die Abgabe oder Nichtabgabe von Angeboten,
- die zu fordernden Preise,
- Bindungen sonstiger Entgelte,
- Gewinnaufschläge,
- Verarbeitungsspannen und andere Preisbestandteile,
- Zahlungs-, Lieferungs- und andere Vertragsbedingungen, soweit sie unmittelbar oder mittelbar den Preis beeinflussen,
- Entrichtung von Ausfallentschädigungen oder Abstandszahlungen,
- sowie Gewinnbeteiligungen oder andere Abgaben.

(3) Solchen Handlungen des AN selbst stehen Handlungen von Personen gleich, die von ihm beauftragt oder für ihn tätig sind.

(4) Die übrigen Rechte des AG bleiben unberührt.

§ 16 Sonstige Vereinbarungen

(1) Sofern sich die vereinbarte Vergütung aufgrund einer Preisprüfung nach der Verordnung PR Nr. 30/53 über die Preise bei öffentlichen Aufträgen als unzulässig erweist, so tritt an deren Stelle der preisrechtlich höchstzulässige Preis.

(2) Von dieser Rahmenvereinbarung und den VOL/B abweichende Bestimmungen werden ausdrücklich und in Textform unter Bezugnahme auf die vorliegende Rahmenvereinbarung dokumentiert.

(3) Allgemeine Geschäftsbedingungen des AN kommen weder für diese Rahmenvereinbarung noch für Einzelaufträge zur Anwendung.

(4) Sollten Bestimmungen dieser Rahmenvereinbarung teilweise oder ganz unwirksam oder undurchführbar sein, wird die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen hierdurch nicht berührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung tritt diejenige wirksame und durchführbare Regelung, deren Wirkungen der wirtschaftlichen Zielsetzung am nächsten kommen, die die Vertragsparteien mit der unwirksamen bzw. undurchführbaren Bestimmung verfolgt haben. Dasselbe gilt für etwaige Lücken dieser Rahmenvereinbarung.

(5) Der Vertrag wird mit Zuschlagserteilung und ohne Unterschrift wirksam.

(6) Auf diese Rahmenvereinbarung und die Einzelaufträge findet deutsches Recht unter Ausschluss des deutschen internationalen Privatrechts und des UN-Kaufrechts Anwendung.

§ 17 Erfüllungsort und Gerichtsstand

Die Parteien vereinbaren als Erfüllungsort und Gerichtsstand München (Stadt).

VOL Teil B
Allgemeine Vertragsbedingungen
für die Ausführung von Leistungen
(VOL/B)

Fassung 2003

Präambel

Die nachstehenden Allgemeinen Vertragsbedingungen sind bestimmt für Verträge über Leistungen, insbesondere für Dienst-, Kauf- und Werkverträge sowie für Verträge über die Lieferung herzustellender oder zu erzeugender beweglicher Sachen.

§ 1

Art und Umfang der Leistungen

1. Art und Umfang der beiderseitigen Leistungen werden durch den Vertrag bestimmt.
2. Bei Widersprüchen im Vertrag gelten nacheinander
 - a) die Leistungsbeschreibung
 - b) Besondere Vertragsbedingungen
 - c) etwaige Ergänzende Vertragsbedingungen
 - d) etwaige Zusätzliche Vertragsbedingungen
 - e) etwaige allgemeine Technische Vertragsbedingungen
 - f) die Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B).

§ 2

Änderungen der Leistung

1. Der Auftraggeber kann nachträglich Änderungen in der Beschaffenheit der Leistung im Rahmen der Leistungsfähigkeit des Auftragnehmers verlangen, es sei denn, dies ist für den Auftragnehmer unzumutbar.

...

2. Hat der Auftragnehmer Bedenken gegen die Leistungsänderung, so hat er sie dem Auftraggeber unverzüglich schriftlich mitzuteilen. Teilt der Auftraggeber die Bedenken des Auftragnehmers nicht, so bleibt er für seine Angaben und Anordnungen verantwortlich. Zu einer gutachtlichen Äußerung ist der Auftragnehmer nur aufgrund eines gesonderten Auftrags verpflichtet.
3. Werden durch Änderung in der Beschaffenheit der Leistung die Grundlagen des Preises für die im Vertrag vorgesehene Leistung geändert, so ist ein neuer Preis unter Berücksichtigung der Mehr- und Minderkosten zu vereinbaren. In der Vereinbarung sind etwaige Auswirkungen der Leistungsänderung auf sonstige Vertragsbedingungen, insbesondere auf Ausführungsfristen, zu berücksichtigen. Diese Vereinbarung ist unverzüglich zu treffen.
4. (1) Leistungen, die der Auftragnehmer ohne Auftrag oder unter eigenmächtiger Abweichung vom Vertrag ausführt, werden nicht vergütet. Solche Leistungen hat er auf Verlangen innerhalb einer angemessenen Frist zurückzunehmen oder zu beseitigen, sonst können sie auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt oder beseitigt werden. Eine Vergütung steht ihm jedoch zu, wenn der Auftraggeber solche Leistungen nachträglich annimmt.

(2) Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers bleiben unberührt.

§ 3

Ausführungsunterlagen

1. Die für die Ausführung erforderlichen Unterlagen sind dem Auftragnehmer unentgeltlich und rechtzeitig zu übergeben, soweit sie nicht allgemein zugänglich sind.
2. Die von den Vertragsparteien einander überlassenen Unterlagen dürfen ohne Zustimmung des Vertragspartners weder veröffentlicht, vervielfältigt noch für einen anderen als den vereinbarten Zweck genutzt werden. Sie sind, soweit nichts anderes vereinbart ist, auf Verlangen zurückzugeben.

§ 4

Ausführung der Leistung

1. (1) Der Auftragnehmer hat die Leistung unter eigener Verantwortung nach dem Vertrag auszuführen. Dabei hat er die Handelsbräuche, die anerkannten Regeln der Technik sowie die gesetzlichen Vorschriften und behördlichen Bestimmungen zu beachten.

(2) Der Auftragnehmer ist für die Erfüllung der gesetzlichen, behördlichen und berufsgenossenschaftlichen Verpflichtungen gegenüber seinen Arbeitnehmern allein verantwortlich. Es ist ausschließlich seine Aufgabe, die Vereinbarungen und Maßnahmen zu treffen, die sein Verhältnis zu seinen Arbeitnehmern regeln.
2. (1) Ist mit dem Auftraggeber vereinbart, dass er sich von der vertragsgemäßen Ausführung der Leistung unterrichten kann, so ist ihm innerhalb der Geschäfts- oder Betriebsstunden zu den Arbeitsplätzen, Werkstätten und Lagerräumen, in denen die Gegenstände der Leistung oder Teile von ihr hergestellt oder die hierfür bestimmten Stoffe gelagert werden, Zutritt zu gewähren. Auf Wunsch sind ihm die zur Unterrichtung erforderlichen Unterlagen zur Einsicht vorzulegen und die entsprechenden Auskünfte zu erteilen.

(2) Dabei hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf Preisgabe von Fabrikations- oder Geschäftsgeheimnissen des Auftragnehmers.

(3) Alle bei der Besichtigung oder aus den Unterlagen und der sonstigen Unterrichtung erworbenen Kenntnisse von Fabrikations- oder Geschäftsgeheimnissen sind vertraulich zu behandeln. Bei Missbrauch haftet der Auftraggeber.
3. Für die Qualität der Zulieferungen des Auftraggebers sowie für die von ihm vereinbarten Leistungen anderer haftet der Auftraggeber, soweit nichts anderes vereinbart ist. Der Auftragnehmer hat die Pflicht, dem Auftraggeber die bei Anwendung der verkehrüblichen Sorgfalt erkennbaren Mängel der Zulieferungen des Auftraggebers und der vom Auftraggeber vereinbarten Leistungen anderer unverzüglich schriftlich mitzuteilen. Unterlässt er dies, so übernimmt er damit die Haftung.

4. Der Auftragnehmer darf die Ausführung der Leistung oder wesentlicher Teile davon nur mit vorheriger Zustimmung des Auftraggebers an andere übertragen. Die Zustimmung ist nicht erforderlich bei unwesentlichen Teilleistungen oder solchen Teilleistungen, auf die der Betrieb des Auftragnehmers nicht eingerichtet ist. Diese Bestimmung darf nicht zum Nachteil des Handels ausgelegt werden.

§ 5

Behinderung und Unterbrechung der Leistung

1. Glaubt sich der Auftragnehmer in der ordnungsgemäßen Ausführung der Leistung behindert, so hat er dies dem Auftraggeber unverzüglich schriftlich anzuzeigen. Die Anzeige kann unterbleiben, wenn die Tatsachen und deren hindernde Wirkung offenkundig sind.
2. (1) Die Ausführungsfristen sind angemessen zu verlängern, wenn die Behinderung im Betrieb des Auftragnehmers durch höhere Gewalt, andere vom Auftragnehmer nicht zu vertretende Umstände, Streik oder durch rechtlich zulässige Aussperrung verursacht worden ist. Gleiches gilt für solche Behinderungen von Unterauftragnehmern und Zulieferern, soweit und solange der Auftragnehmer tatsächlich oder rechtlich gehindert ist, Ersatzbeschaffungen vorzunehmen.

(2) Falls nichts anderes vereinbart ist, sind die Parteien, wenn eine nach Absatz 1 vom Auftragnehmer nicht zu vertretende Behinderung länger als drei Monate seit Zugang der Mitteilung gemäß Nr. 1 Satz 1 oder Eintritt des offenkundigen Ereignisses gemäß Nr. 1 Satz 2 dauert berechtigt, binnen 30 Tagen nach Ablauf dieser Zeit durch schriftliche Erklärung den Vertrag mit sofortiger Wirkung zu kündigen oder ganz oder teilweise von ihm zurückzutreten.
3. Sobald die hindernden Umstände wegfallen, hat der Auftragnehmer unter schriftlicher Mitteilung an den Auftraggeber die Ausführung der Leistung unverzüglich wieder aufzunehmen.

§ 6

Art der Anlieferung und Versand

Der Auftragnehmer hat, soweit der Auftraggeber die Versandkosten gesondert trägt, unter Beachtung der Versandbedingungen des Auftraggebers dessen Interesse sorgfältig zu wahren. Dies bezieht sich insbesondere auf die Wahl des Beförderungsweges, die Wahl und die Ausnutzung des Beförderungsmittels sowie auf die tariflich günstigste Warenbezeichnung.

§ 7

Pflichtverletzungen des Auftragnehmers

1. Im Fall von Pflichtverletzungen des Auftragnehmers finden vorbehaltlich der Regelungen des § 14 VOL/B die gesetzlichen Vorschriften nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen Anwendung.
2. (1) Der Auftragnehmer hat dem Auftraggeber im Fall leicht fahrlässig verursachter Schäden aufgrund von Pflichtverletzungen den entgangenen Gewinn des Auftraggebers nicht zu ersetzen. Die Pflicht zum Ersatz dieser Schäden ist ebenfalls ausgeschlossen, wenn der Verzug durch Unterauftragnehmer verursacht worden ist, die der Auftraggeber dem Auftragnehmer vorgeschrieben hat.

(2) Darüber hinaus kann die Schadensersatzpflicht im Einzelfall weiter begrenzt werden. Dabei sollen branchenübliche Lieferbedingungen z. B. dann berücksichtigt werden, wenn die Haftung summenmäßig oder auf die Erstattung von Mehraufwendungen für Ersatzbeschaffungen beschränkt werden soll.

(3) Macht der Auftraggeber Schadensersatz statt der ganzen Leistung oder anstelle davon Aufwendungsersatz geltend, so ist der Auftragnehmer verpflichtet, die ihm überlassenen Unterlagen (Zeichnungen, Berechnungen usw.) unverzüglich zurückzugeben. Der Auftraggeber hat dem Auftragnehmer unverzüglich eine Aufstellung über die Art seiner Ansprüche mitzuteilen.

Die Mehrkosten für die Ausführung der Leistung durch einen Dritten hat der Auftraggeber dem Auftragnehmer innerhalb von 3 Monaten nach Abrechnung mit dem Dritten mitzuteilen. Die Höhe der übrigen Ansprüche hat der Auftraggeber dem Auftragnehmer unverzüglich anzugeben.

(4) Macht der Auftraggeber bei bereits teilweise erbrachter Leistung Ansprüche auf Schadensersatz statt der Leistung oder anstelle davon Aufwendungsersatz nur wegen des noch ausstehenden Teils der Leistung geltend, so hat der Auftragnehmer dem Auftraggeber unverzüglich eine prüfbare Rechnung über den bereits bewirkten Teil der Leistung zu übermitteln. Im Übrigen findet Absatz 3 Anwendung.

3. Übt der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht aus, finden Nr. 2 Absatz 3 Sätze 1 und 4 entsprechende Anwendung; bei teilweisem Rücktritt gilt zusätzlich Nr. 2 Absatz 4 Satz 1 entsprechend.

4. (1) Gerät der Auftragnehmer in Verzug, setzt der Auftraggeber dem Auftragnehmer vor Ausübung des Rücktrittsrechtes eine angemessene Frist zur Leistung oder Nacherfüllung. .

(2) Der Auftraggeber ist verpflichtet, auf Verlangen des Auftragnehmers zu erklären, ob er wegen der Verzögerung der Leistung vom Vertrag zurücktritt oder auf der Leistung besteht. Diese Anfrage ist vor Ablauf der Frist nach Absatz 1 zu stellen. Bis zum Zugang der Antwort beim Auftragnehmer bleibt dieser zur Leistung berechtigt.

§ 8

Lösung des Vertrags durch den Auftraggeber

1. Der Auftraggeber kann vom Vertrag zurücktreten oder den Vertrag mit sofortiger Wirkung kündigen, wenn über das Vermögen des Auftragnehmers das Insolvenzverfahren oder ein vergleichbares gesetzliches Verfahren eröffnet oder die Eröffnung beantragt oder dieser Antrag mangels Masse abgelehnt worden ist oder die ordnungsgemäße Abwicklung des Vertrags dadurch in Frage gestellt ist, dass er seine Zahlungen nicht nur vorübergehend einstellt.

...

2. Der Auftraggeber kann auch vom Vertrag zurücktreten oder den Vertrag mit sofortiger Wirkung kündigen, wenn sich der Auftragnehmer in bezug auf die Vergabe an einer unzulässigen Wettbewerbsbeschränkung im Sinne des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen beteiligt hat.
3. Im Falle der Kündigung ist die bisherige Leistung, soweit der Auftraggeber für sie Verwendung hat, nach den Vertragspreisen oder nach dem Verhältnis des geleisteten Teils zu der gesamten vertraglichen Leistung auf der Grundlage der Vertragspreise abzurechnen; die nicht verwendbare Leistung wird dem Auftragnehmer auf dessen Kosten zurückgewährt.
4. Die sonstigen gesetzlichen Rechte und Ansprüche des Auftraggebers bleiben unberührt.

§ 9

Verzug des Auftraggebers, Lösung des Vertrags durch den Auftragnehmer

1. Im Fall des Verzugs des Auftraggebers als Schuldner und als Gläubiger finden die gesetzlichen Vorschriften nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen Anwendung.
2. (1) Unterlässt der Auftraggeber ohne Verschulden eine ihm nach dem Vertrag obliegende Mitwirkung und setzt er dadurch den Auftragnehmer außerstande, die Leistung vertragsgemäß zu erbringen, so kann der Auftragnehmer dem Auftraggeber zur Erfüllung dieser Mitwirkungspflicht eine angemessene Frist setzen mit der Erklärung, dass er sich vorbehalte, den Vertrag mit sofortiger Wirkung zu kündigen, wenn die Mitwirkungspflicht nicht bis zum Ablauf der Frist erfüllt werde.

(2) Im Fall der Kündigung sind bis dahin bewirkte Leistungen nach den Vertragspreisen abzurechnen. Im Übrigen hat der Auftragnehmer Anspruch auf eine angemessene Entschädigung, deren Höhe in entsprechender Anwendung von § 642 Abs. 2 des Bürgerlichen Gesetzbuches zu bestimmen ist.
3. Ansprüche des Auftragnehmers wegen schuldhafter Verletzung von Mitwirkungspflichten durch den Auftraggeber bleiben unberührt.

...

§ 10

Obhutspflichten

Der Auftragnehmer hat bis zum Gefahrübergang die von ihm ausgeführten Leistungen und die für die Ausführung übergebenen Gegenstände vor Beschädigungen oder Verlust zu schützen.

§ 11

Vertragsstrafe

1. Wenn Vertragsstrafen vereinbart sind, gelten die §§ 339 bis 345 des Bürgerlichen Gesetzbuches. Eine angemessene Obergrenze ist festzulegen.
2. Ist die Vertragsstrafe für die Überschreitung von Ausführungsfristen vereinbart, darf sie für jede vollendete Woche höchstens 1/2 vom Hundert des Wertes desjenigen Teils der Leistung betragen, der nicht genutzt werden kann. Diese beträgt maximal 8%. Ist die Vertragsstrafe nach Tagen bemessen, so zählen nur Werktag; ist sie nach Wochen bemessen, so wird jeder Werktag einer angefangenen Woche als 1/6 Woche gerechnet.

Der Auftraggeber kann Ansprüche aus verwirkter Vertragsstrafe bis zur Schlusszahlung geltend machen.

§ 12

Güteprüfung

1. Güteprüfung ist die Prüfung der Leistung auf Erfüllung der vertraglich vereinbarten technischen und damit verbundenen organisatorischen Anforderungen durch den Auftraggeber oder seinen gemäß Vertrag benannten Beauftragten. Die Abnahme bleibt davon unberührt.

...

2. Ist im Vertrag eine Vereinbarung über die Güteprüfung getroffen, die Bestimmungen über Art, Umfang und Ort der Durchführung enthalten muss, so gelten ergänzend hierzu, falls nichts anderes vereinbart worden ist, die folgenden Bestimmungen:
- a) Auch Teilleistungen können auf Verlangen des Auftraggebers oder Auftragnehmers geprüft werden, insbesondere in den Fällen, in denen die Prüfung durch die weitere Ausführung wesentlich erschwert oder unmöglich würde.
 - b) Der Auftragnehmer hat dem Auftraggeber oder dessen Beauftragten den Zeitpunkt der Bereitstellung der Leistung oder Teilleistungen für die vereinbarten Prüfungen rechtzeitig schriftlich anzuzeigen. Die Parteien legen dann unverzüglich eine Frist fest, innerhalb derer die Prüfungen durchzuführen sind. Verstreicht diese Frist aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat ungenutzt, kann der Auftragnehmer dem Auftraggeber eine angemessene Nachfrist setzen mit der Forderung, entweder innerhalb der Nachfrist die Prüfungen durchzuführen oder zu erklären, ob der Auftraggeber auf die Güteprüfung verzichtet. Führt der Auftraggeber die Prüfungen nicht innerhalb der Nachfrist durch und verzichtet der Auftraggeber auf die Prüfungen nicht, so hat er nach dem Ende der Nachfrist Schadensersatz nach den Vorschriften über den Schuldnerverzug zu leisten.
 - c) Der Auftragnehmer hat die zur Güteprüfung erforderlichen Arbeitskräfte, Räume, Maschinen, Geräte, Prüf- und Messeinrichtungen sowie Betriebsstoffe zur Verfügung zu stellen.
 - d) Besteht aufgrund der Güteprüfung Einvernehmen über die Zurückweisung der Leistung oder von Teilleistungen als nicht vertragsgemäß, so hat der Auftragnehmer diese durch vertragsgemäße zu ersetzen.
 - e) Besteht kein Einvernehmen über die Zurückweisung der Leistung aufgrund von Meinungsverschiedenheiten über das angewandte Prüfverfahren, so kann der Auftragnehmer eine weitere Prüfung durch eine mit dem Auftraggeber zu vereinbarende Prüfstelle verlangen, deren Entscheidung endgültig ist. Die hierbei entstehenden Kosten trägt der unterliegende Teil.

- f) Der Auftraggeber hat vor Auslieferung der Leistung einen Freigabevermerk zu erteilen. Dieser ist die Voraussetzung für die Auslieferung an den Auftraggeber.
- g) Der Vertragspreis enthält die Kosten, die dem Auftragnehmer durch die vereinbarte Güteprüfung entstehen. Entsprechend der Güteprüfung unbrauchbar gewordene Stücke werden auf die Leistung nicht angerechnet.

§ 13

Abnahme

1. (1) Für den Übergang der Gefahr gelten, soweit nichts anderes vereinbart ist, die gesetzlichen Vorschriften.

(2) Wenn der Versand oder die Übergabe der fertiggestellten Leistung auf Wunsch des Auftraggebers über den im Vertrag vorgesehenen Termin hinausgeschoben wird, so geht, sofern nicht ein anderer Zeitpunkt vereinbart ist, für den Zeitraum der Verschiebung die Gefahr auf den Auftraggeber über.
2. (1) Abnahme ist die Erklärung des Auftraggebers, dass der Vertrag der Hauptsache nach erfüllt ist. Ist eine Abnahme gesetzlich vorgesehen oder vertraglich vereinbart, hat der Auftraggeber innerhalb der vorgesehenen Frist zu erklären, ob er die Leistung abnimmt.

Liegt ein nicht wesentlicher Mangel vor, so kann der Auftraggeber die Abnahme nicht verweigern, wenn der Auftragnehmer seine Pflicht zur Beseitigung des Mangels ausdrücklich anerkennt.

Bei Nichtabnahme gibt der Auftraggeber dem Auftragnehmer die Gründe bekannt und setzt, sofern insbesondere eine Nacherfüllung möglich und beiden Parteien zumutbar ist, eine Frist zur erneuten Vorstellung zur Abnahme, unbeschadet des Anspruchs des Auftraggebers aus der Nichteinhaltung des ursprünglichen Erfüllungszeitpunkts.

- (2) Mit der Abnahme entfällt die Haftung des Auftragnehmers für erkannte Mängel, soweit sich der Auftraggeber nicht die Geltendmachung von Rechten wegen eines bestimmten Mangels vorbehalten hat.
 - (3) Hat der Auftraggeber die Leistung in Benutzung genommen, so gilt die Abnahme mit Beginn der Benutzung als erfolgt, soweit nichts anderes vereinbart ist.
 - (4) Bei der Abnahme von Teilen der Leistung gelten die vorstehenden Absätze entsprechend.
3. Der Auftraggeber kann dem Auftragnehmer eine angemessene Frist setzen um Sachen, die der Auftraggeber als nicht vertragsgemäß zurückgewiesen hat, fortzuschaffen. Nach Ablauf der Frist kann er diese Sachen unter möglichster Wahrung der Interessen des Auftragnehmers auf dessen Kosten veräußern.

§ 14

Mängelansprüche und Verjährung

1. Ist ein Mangel auf ein Verlangen des Auftraggebers nach Änderung der Beschaffenheit der Leistung (§ 2 Nr. 1), auf die von ihm gelieferten oder vorgeschriebenen Stoffe oder von ihm geforderten Vorlieferungen eines anderen zurückzuführen, so ist der Auftragnehmer von Ansprüchen aufgrund dieser Mängel frei, wenn er die schriftliche Mitteilung nach § 2 Nr. 2 oder § 4 Nr. 3 erstattet hat oder wenn die vom Auftraggeber gelieferten Stoffe mit Mängeln behaftet sind, die bei Anwendung verkehrsüblicher Sorgfalt nicht erkennbar waren.

2. Für die Mängelansprüche gelten die gesetzlichen Vorschriften mit folgenden Maßgaben:

- a) Weist die Leistung Mängel auf, so ist dem Auftragnehmer zunächst Gelegenheit zur Nacherfüllung innerhalb angemessener Frist zu gewähren. Alle diejenigen Teile oder Leistungen sind nach Wahl des Auftragnehmers unentgeltlich nachzubessern, neu zu liefern oder neu zu erbringen, die innerhalb der Verjährungsfrist einen Sachmangel aufweisen, soweit dessen Ursache bereits im Zeitpunkt des Gefahrübergangs vorlag.

Nach Ablauf der Frist zur Nacherfüllung kann der Auftraggeber die Mängel auf Kosten des Auftragnehmers selbst beseitigen oder durch einen Dritten beseitigen lassen.

Der Auftraggeber kann eine angemessene Frist auch mit dem Hinweis setzen, dass er die Beseitigung des Mangels nach erfolglosem Ablauf der Frist ablehne; in diesem Fall kann der Auftraggeber nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen

- 1. die Vergütung mindern oder vom Vertrag zurücktreten sowie
- 2. Schadensersatz oder Ersatz vergeblicher Aufwendungen verlangen.

- b) Ein Anspruch des Auftraggebers auf Schadensersatz bezieht sich auf den Schaden am Gegenstand des Vertrages selbst, es sei denn,

- aa) der entstandene Schaden ist durch Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Auftragnehmers selbst, seiner gesetzlichen Vertreter oder seiner Erfüllungsgehilfen (§ 278 des Bürgerlichen Gesetzbuches) verursacht,
- bb) der Schaden ist durch die Nichterfüllung einer Garantie für die Beschaffenheit der Leistung verursacht oder
- cc) der Schaden resultiert aus einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.

Soweit der Auftragnehmer nicht nach aa) – cc) haftet, ist der Anspruch auf Ersatz vergeblicher Aufwendungen begrenzt auf den Wert der vom Mangel betroffenen Leistung.

...

Die Schadens- und Aufwendungsersatzpflicht gemäß aa) entfällt, wenn der Auftragnehmer nachweist, dass Sabotage vorliegt, oder wenn der Auftraggeber die Erfüllungsgehilfen gestellt hat oder wenn der Auftragnehmer auf die Auswahl der Erfüllungsgehilfen einen entscheidenden Einfluss nicht ausüben konnte.

- c) Der Auftraggeber kann dem Auftragnehmer eine angemessene Frist setzen, mangelhafte Sachen fortzuschaffen. Nach Ablauf der Frist kann er diese Sachen unter möglichster Wahrung der Interessen des Auftragnehmers auf dessen Kosten veräußern.
 - d) Für vom Auftraggeber unsachgemäß und ohne Zustimmung des Auftragnehmers vorgenommene Änderungen oder Instandsetzungsarbeiten und deren Folgen haftet der Auftragnehmer nicht.
3. Soweit nichts anderes vereinbart ist, gelten für die Verjährung der Mängelansprüche die gesetzlichen Fristen des Bürgerlichen Gesetzbuches. Andere Regelungen sollen vorgesehen werden, wenn dies wegen der Eigenart der Leistung erforderlich ist; hierbei können die in dem jeweiligen Wirtschaftszweig üblichen Regelungen in Betracht gezogen werden. Der Auftraggeber hat dem Auftragnehmer Mängel unverzüglich schriftlich anzuzeigen.

§ 15

Rechnung

1. (1) Der Auftragnehmer hat seine Leistung nachprüfbar abzurechnen. Er hat dazu Rechnungen übersichtlich aufzustellen und dabei die im Vertrag vereinbarte Reihenfolge der Posten einzuhalten, die in den Vertragsbestandteilen enthaltenen Bezeichnungen zu verwenden sowie gegebenenfalls sonstige im Vertrag festgelegte Anforderungen an Rechnungsvordrucke zu erfüllen und Art und Umfang der Leistung durch Belege in allgemein üblicher Form nachzuweisen. Rechnungsbeträge, die für Änderungen und Ergänzungen zu zahlen sind, sollen unter Hinweis auf die getroffenen Vereinbarungen von den übrigen getrennt aufgeführt oder besonders kenntlich gemacht werden.
- (2) Wenn vom Auftragnehmer nicht anders bezeichnet, gilt diese Rechnung als Schlussrechnung.

...

2. Wird eine prüfbare Rechnung gemäß Nr. 1 trotz Setzung einer angemessenen Frist nicht eingereicht, so kann der Auftraggeber die Rechnung auf Kosten des Auftragnehmers für diesen aufstellen, wenn er dies angekündigt hat.

§ 16

Leistungen nach Stundenverrechnungssätzen

1. Leistungen werden zu Stundenverrechnungssätzen nur bezahlt, wenn dies im Vertrag vorgesehen ist oder wenn sie vor Beginn der Ausführung vom Auftraggeber in Auftrag gegeben worden sind.

2. Dem Auftraggeber sind Beginn und Beendigung von derartigen Arbeiten anzuzeigen. Soweit nichts anderes vereinbart ist, sind über die Arbeiten nach Stundenverrechnungssätzen wöchentlich Listen einzureichen, in denen die geleisteten Arbeitsstunden und die etwa besonders zu vergütenden Roh- und Werkstoffe, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie besonders vereinbarte Vergütungen für die Bereitstellung von Gerüsten, Werkzeugen, Geräten, Maschinen und dergleichen aufzuführen sind.
3. Soweit nichts anderes vereinbart ist, sind Listen wöchentlich, erstmalig 12 Werktage nach Beginn, einzureichen.

§ 17

Zahlung

1. Die Zahlung des Rechnungsbetrages erfolgt nach Erfüllung der Leistung. Sie kann früher gemäß den vereinbarten Zahlungsbedingungen erfolgen. Fehlen solche Vereinbarungen, so hat die Zahlung des Rechnungsbetrages binnen 30 Tagen nach Eingang der prüfbaren Rechnung zu erfolgen. Die Zahlung geschieht in der Regel bargeldlos. Maßgebend für die Rechtzeitigkeit ist der Zugang des Überweisungsauftrages beim Zahlungsinstitut des Auftraggebers.
2. Sofern Abschlagszahlungen vereinbart sind, sind sie in angemessenen Fristen auf Antrag entsprechend dem Wert der erbrachten Leistungen in vertretbarer Höhe zu leisten. Die Leistungen sind durch nachprüfbare Aufstellungen nachzuweisen. Abschlagszahlungen gelten nicht als Abnahme von Teilen der Leistung.
3. Bleiben bei der Schlussrechnung Meinungsverschiedenheiten, so ist dem Auftragnehmer gleichwohl der ihm unbestritten zustehende Betrag auszuzahlen.
4. Die vorbehaltlose Annahme der als solche gekennzeichneten Schlusszahlung schließt Nachforderungen aus. Ein Vorbehalt ist innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Schlusszahlung zu erklären.

...

Ein Vorbehalt wird hinfällig, wenn nicht innerhalb eines weiteren Monats eine prüfbare Rechnung über die vorbehaltenen Forderungen eingereicht oder, wenn dies nicht möglich ist, der Vorbehalt eingehend begründet wird.

5. Werden nach Annahme der Schlusszahlung Fehler in den Unterlagen der Abrechnung festgestellt, so ist die Schlussrechnung zu berichtigen. Solche Fehler sind Fehler in der Leistungsermittlung und in der Anwendung der allgemeinen Rechenregeln, Komma- und Übertragungs- einschließlich Seitenübertragungsfehler. Auftraggeber und Auftragnehmer sind verpflichtet, die sich daraus ergebenden Beträge zu erstatten.

§ 18

Sicherheitsleistung

1. (1) Soweit nichts anderes vereinbart ist, sind Sicherheitsleistungen unter den Voraussetzungen des § 14 VOL/A erst ab einem Auftragswert von 50.000,-- Euro zulässig. Wenn eine Sicherheitsleistung vereinbart ist, gelten die §§ 232-240 des Bürgerlichen Gesetzbuches, soweit sich aus den nachstehenden Bestimmungen nichts anderes ergibt.

(2) Die Sicherheit dient dazu, die vertragsgemäße Ausführung der Leistung und die Durchsetzung von Mängelansprüchen sicherzustellen.

2. (1) Wenn im Vertrag nichts anderes vereinbart ist, kann Sicherheit durch Hinterlegung von Geld oder durch Bürgschaft eines in der Europäischen Union oder in einem Staat, der Vertragspartei des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum oder Mitglied des WTO-Dienstleistungsübereinkommens (GATS) ist, zugelassenen Kreditinstituts oder Kreditversicherers geleistet werden. Sofern der Auftraggeber im Einzelfall begründete Bedenken gegen die Tauglichkeit des Bürgen hat, hat der Auftragnehmer die Tauglichkeit nachzuweisen.

(2) Der Auftragnehmer hat die Wahl unter den verschiedenen Arten der Sicherheit; er kann eine Sicherheit durch eine andere ersetzen.

...

3. Bei Bürgschaft durch andere als zugelassene Kreditinstitute oder Kreditversicherer ist Voraussetzung, dass der Auftraggeber den Bürgen als tauglich anerkannt hat.
4. (1) Die Bürgschaftserklärung ist schriftlich mit der ausdrücklichen Bestimmung, dass die Bürgschaft deutschem Recht unterliegt, unter Verzicht auf die Einreden der Aufrechenbarkeit, der Anfechtbarkeit und der Vorklage abzugeben (§§ 770, 771 des Bürgerlichen Gesetzbuches); sie darf nicht auf bestimmte Zeit begrenzt und muss nach Vorschrift des Auftraggebers ausgestellt sein. Die Bürgschaft muss unter den Voraussetzungen von § 38 der Zivilprozessordnung die ausdrückliche Vereinbarung eines vom Auftraggeber gewählten inländischen Gerichtsstands für alle Streitigkeiten über die Gültigkeit der Bürgschaftsvereinbarung sowie aus der Vereinbarung selbst enthalten.

(2) Der Auftraggeber kann als Sicherheit keine Bürgschaft fordern, die den Bürgen zur Zahlung auf erstes Anfordern verpflichtet.
5. Wird Sicherheit durch Hinterlegung von Geld geleistet, so hat der Auftragnehmer den Betrag bei einem zu vereinbarenden Geldinstitut auf ein Sperrkonto einzuzahlen, über das beide Parteien nur gemeinsam verfügen können. Etwaige Zinsen stehen dem Auftragnehmer zu.
6. Der Auftragnehmer hat die Sicherheit binnen 18 Werktagen nach Vertragsschluss zu leisten, wenn nichts anderes vereinbart ist.
7. Der Auftraggeber hat eine Sicherheit entsprechend dem völligen oder teilweisen Wegfall des Sicherungszwecks unverzüglich zurückzugeben.

§ 19

Streitigkeiten

1. Bei Meinungsverschiedenheiten sollen Auftraggeber und Auftragnehmer zunächst versuchen, möglichst binnen zweier Monate eine gütliche Einigung herbeizuführen.

...

2. Liegen die Voraussetzungen für eine Gerichtsstandsvereinbarung nach § 38 der Zivilprozessordnung vor, richtet sich der Gerichtsstand für alle Streitigkeiten über die Gültigkeit des Vertrages und aus dem Vertragsverhältnis ausschließlich nach dem Sitz der für die Prozessvertretung des Auftraggebers zuständigen Stelle, soweit nichts anderes vereinbart ist. Die auftraggebende Stelle ist auf Verlangen verpflichtet, die den Auftraggeber im Prozess vertretende Stelle mitzuteilen.
3. Streitfälle berechtigen den Auftragnehmer nicht, die übertragenen Leistungen einzustellen, wenn der Auftraggeber erklärt, dass aus Gründen besonderen öffentlichen Interesses eine Fortführung der Leistung geboten ist.

Es gilt der beigefügte Vertrag zur Auftragsverarbeitung, der nach erfolgtem Zuschlag im Original ausgefüllt und unterzeichnet an den Auftraggeber zu übersenden ist.

Vereinbarung zur Verarbeitung personenbezogener Daten im Auftrag nach Art. 28 Abs. 3 der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

zwischen

dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Prinzregentenstr. 28, 80538 München

– Verantwortlicher (nachfolgend Auftraggeber genannt) –

und

.....

– Auftragsverarbeiter (nachfolgend Auftragnehmer genannt) –

Präambel

Diese Vereinbarung regelt die Verpflichtungen der Vertragsparteien nach Art. 28 Abs. 3 DSGVO und ergänzt insoweit den Vertrag vom XX.XX.2026 (im Folgenden „Auftrag“ genannt). Sie findet Anwendung auf alle Verarbeitungen personenbezogener Daten, die mit dem Auftrag in Zusammenhang stehen und bei denen der Auftragnehmer oder durch den Auftragnehmer beauftragte Dritte personenbezogene Daten für den Auftraggeber verarbeiten.

1 Spezifizierung der Auftragsverarbeitung

1.1 Art, Zweck und Gegenstand der Verarbeitung

Gegenstand der Auftragsverarbeitung sowie Art und Zweck der vorgesehenen Verarbeitung von Daten bestimmen sich nach der Rahmenvereinbarung für Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen für die Online-Kommunikation des AG.1.2 Art und Kategorie der verarbeiteten Daten

Verarbeitet werden insb. Personenstammdaten, Kommunikationsdaten, Vertragsstammdaten, Kundenhistorie, Vertragsstamm-, Vertragsabrechnungs- und Zahlungsdaten, Planungs- und Steuerungsdaten, Technische Protokolldaten, IP-Adressen, Daten, die Nutzer in Nachrichten, Freitextfeldern oder als Inhalt von Dateien von sich aus übermitteln.

1.3 Kategorien der betroffenen Personen

Bürgerinnen und Bürger, Beschäftigte und ehemals Beschäftigte des Auftraggebers, Ansprechpartner von Lieferanten und Dienstleistern des Auftraggebers, Interessenten des Auftraggebers.

1.4 Dauer der Verarbeitung

Die Dauer der Verarbeitung richtet sich grundsätzlich nach der Laufzeit und den Regelungen des zugrundeliegenden Rahmenvertrags.

- 1.5 Die in diesem Vertrag vereinbarten Leistungen werden ausschließlich in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union oder in einem Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum erbracht. Jede Verlagerung der Leistungen oder von Teilarbeiten dazu in ein Drittland bedarf der vorherigen Zustimmung des Auftraggebers und darf nur erfolgen, wenn die besonderen Voraussetzungen der Art. 44 ff. DSGVO erfüllt sind.

2 Rechte und Pflichten des Auftragnehmers

- 2.1 Der Auftragnehmer verarbeitet Daten von betroffenen Personen ausschließlich im Rahmen der getroffenen Vereinbarungen und der dokumentierten Weisungen des Auftraggebers sowie entsprechend den datenschutzrechtlichen Regelungen, sofern er nicht zu einer anderen Verarbeitung durch das Recht der Union oder der Mitgliedstaaten, dem der Auftragnehmer unterliegt, verpflichtet ist. In letzterem Fall teilt der Auftragnehmer dem Auftraggeber diese rechtlichen Anforderungen vor der Verarbeitung mit, sofern das betreffende Recht eine solche Mitteilung nicht wegen eines wichtigen öffentlichen Interesses verbietet (Art. 28 Abs. 3 Satz 2 Buchst. a DSGVO). Der Auftragnehmer verwendet die zur Verarbeitung überlassenen Daten für keine anderen Zwecke und insbesondere nicht für eigene Zwecke. Kopien der Daten werden, ohne dass sie im Auftrag oder in diesem Vertrag geregelt sind, nicht erstellt.

Sofern Weisungen des Auftraggebers zunächst mündlich erfolgen, sind sie unverzüglich schriftlich oder elektronisch zu bestätigen.

- 2.2 Der Auftragnehmer informiert den Auftraggeber unverzüglich, wenn er der Auffassung ist, dass eine Weisung gegen gesetzliche Vorschriften verstößt (Art. 28 Abs. 3 Satz 3 DSGVO). Ist die Rechtmäßigkeit einer Weisung zweifelhaft, ist der Auftragnehmer berechtigt, die Durchführung der Weisung solange auszusetzen, bis sie durch den Auftraggeber bestätigt oder geändert wird. Stehen schwere Persönlichkeitsrechtsverletzungen im Raum oder nimmt der Auftragnehmer bei weisungsgemäßem Handeln das Risiko

einer strafbaren Handlung auf sich, darf er die Umsetzung der Weisung darüber hinaus aussetzen, bis die Parteien eine einvernehmliche Lösung gefunden haben.

- 2.3 Der Auftragnehmer gestaltet seine innerbetriebliche Organisation so, dass sie den Anforderungen des Datenschutzes gerecht wird. Er trifft insbesondere geeignete technische und organisatorische Maßnahmen, um einen dem Risiko angemessenen Schutz der Daten des Auftraggebers zu gewährleisten (Art. 32 Abs. 1 DSGVO). Sofern personenbezogene Daten in Tele- oder Heimarbeit verarbeitet werden, ist er verpflichtet, dies dem Auftraggeber mitzuteilen. Er trifft diese technischen und organisatorischen Maßnahmen so, dass die Vertraulichkeit, Integrität, Verfügbarkeit und Belastbarkeit der Systeme und Dienste im Zusammenhang mit der Verarbeitung auf Dauer sichergestellt sind. Die entsprechenden technischen und organisatorischen Maßnahmen ergeben sich aus *Nr. 5.1 der Vereinbarung*. Änderungen der getroffenen Maßnahmen durch den Auftragnehmer sind nur zulässig, wenn sichergestellt ist, dass das vertraglich vereinbarte Schutzniveau nicht unterschritten wird. Wesentliche Änderungen sind dem Auftraggeber mitzuteilen und mit diesem abzustimmen.
- 2.4 Der Auftragnehmer unterstützt den Auftraggeber nach Möglichkeit mit geeigneten technischen und organisatorischen Maßnahmen bei der Erfüllung von Anträgen betroffener Personen auf Wahrnehmung der in Kapitel III DSGVO genannten Rechte (Art. 28 Abs. 3 Buchst. e DSGVO) sowie unter Berücksichtigung der ihm zur Verfügung stehenden Informationen bei der Einhaltung der in den Art. 32 bis 36 DSGVO genannten Pflichten, wie etwa bei erforderlichen Datenschutz-Folgenabschätzungen (Art. 28 Abs. 3 Satz 2 Buchst. f DSGVO).
- 2.5 Der Auftragnehmer gewährleistet, dass es den mit der Verarbeitung der Daten des Auftraggebers befassten Beschäftigten und anderen für den Auftragnehmer tätigen Personen untersagt ist, die Daten außerhalb der Weisung zu verarbeiten. Ferner gewährleistet der Auftragnehmer, dass sich die zur Verarbeitung der personenbezogenen Daten befugten Personen zur Vertraulichkeit verpflichtet haben oder einer angemessenen gesetzlichen Verschwiegenheit unterliegen. Die Vertraulichkeits-/Verschwiegenheitspflicht besteht auch nach Beendigung des Auftrags fort.
- 2.6 Der Auftragnehmer unterrichtet den Auftraggeber unverzüglich, wenn ihm im Rahmen des Auftragsverhältnisses Verletzungen des Schutzes personenbezogener Daten des Auftraggebers bekannt werden. Er trifft die erforderlichen Maßnahmen zur Sicherung der Daten und zur Minderung möglicher nachteiliger Folgen für die betroffenen Personen.

- 2.7 Der Auftragnehmer nennt dem Auftraggeber Ansprechpartner für im Rahmen des Vertrags anfallende Weisungen sowie einen etwaigen Datenschutzbeauftragten. Bei einem Wechsel oder einer längerfristigen Verhinderung der Ansprechpartner sind dem Auftraggeber die Kontaktdaten eines neuen zuständigen Ansprechpartners bzw. etwaigen Datenschutzbeauftragten unverzüglich anzuzeigen.

Ansprechpartner des Auftragnehmers:

Name, Vorname und Funktion, Organisationseinheit, Telefon, E-Mail.

Datenschutzbeauftragter des Auftragnehmers:

Name, Vorname und Funktion, Organisationseinheit, Telefon, E-Mail.

- 2.8 Der Auftragnehmer berichtigt, löscht oder sperrt die vertragsgegenständlichen Daten, wenn der Auftraggeber dies anweist und dies vom Weisungsrahmen umfasst ist, es sei denn, die Weisung widerspricht etwaigen gesetzlichen Aufbewahrungspflichten.
- 2.9 Nach Auftragsende sind Daten, Datenträger sowie sonstige Materialien auf Verlangen und nach Wahl des Auftraggebers entweder zurückzugeben oder zu löschen, sofern nicht nach dem Unionsrecht oder dem Recht der Mitgliedstaaten eine Verpflichtung zur weiteren Speicherung der personenbezogenen Daten besteht.
- 2.10 Im Falle einer Inanspruchnahme des Auftraggebers durch eine Person hinsichtlich etwaiger Schadenersatzansprüche nach Art. 82 DSGVO verpflichtet sich der Auftragnehmer, den Auftraggeber bei der Abwehr der Ansprüche im Rahmen seiner Möglichkeiten zu unterstützen.

3 Rechte und Pflichten des Auftraggebers

- 3.1 Der Auftraggeber ist im Rahmen dieser Vereinbarung für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen der Datenschutzgesetze, insbesondere für die Beurteilung der Rechtmäßigkeit der Verarbeitung gemäß Art. 6 Abs. 1 DSGVO, die Datenweitergabe an den Auftragnehmer sowie für die Wahrung der Rechte der betroffenen Personen nach den Art. 12 bis 22 DSGVO verantwortlich („Verantwortlicher“ im Sinn des Art. 4 Nr. 7 DSGVO).
- 3.2 Der Auftraggeber informiert den Auftragnehmer unverzüglich, falls er in den Auftragsergebnissen Fehler oder Unregelmäßigkeiten bzgl. datenschutzrechtlicher Bestimmungen feststellt.

- 3.3 Im Falle einer Inanspruchnahme des Auftragnehmers durch eine Person hinsichtlich etwaiger Schadenersatzansprüche nach Art. 82 DSGVO verpflichtet sich der Auftraggeber, den Auftragnehmer bei der Abwehr der Ansprüche im Rahmen seiner Möglichkeiten zu unterstützen.
- 3.4 Der Auftraggeber nennt dem Auftragnehmer weisungsberechtigte Personen für im Rahmen des Vertrags anfallende Weisungen sowie den Datenschutzbeauftragten. Bei einem Wechsel oder einer längerfristigen Verhinderung der Ansprechpartner sind dem Auftragnehmer unverzüglich die Kontaktdaten eines neuen zuständigen Ansprechpartners bzw. Datenschutzbeauftragten anzuzeigen.

Weisungsberechtigte Personen des Auftraggebers sind:

Ltd. MR'in Dr. Regina Otto, Leiterin „Öffentlichkeitsarbeit, Internet, Webauftritte, Veranstaltungen“, Tel.: 089/2162-2709, E-Mail: regina.otto@stmwi.bayern.de

Datenschutzbeauftragte(r) des Auftraggebers:

Ltd. MR Bernhard Klein, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, Tel.: 089/2162-2337, E-Mail: datenschutz@stmwi.bayern.de.

- 3.5 Der Auftraggeber ist verpflichtet, alle im Rahmen des Vertragsverhältnisses erlangten Kenntnisse von Geschäftsgeheimnissen und Datensicherheitsmaßnahmen des Auftragnehmers vertraulich zu behandeln. Diese Verpflichtung bleibt auch nach Beendigung dieser Vereinbarung bestehen. Die Befugnisse der Aufsichtsbehörden – insbesondere nach Art. 58 Abs. 1 DSGVO – bleiben hiervon unberührt.

4 Anfragen betroffener Personen

Macht eine betroffene Person ihre Rechte gemäß Art. 15 ff. DSGVO gegenüber dem Auftragnehmer geltend, wird dieser die betroffene Person an den Auftraggeber verweisen, sofern eine Zuordnung an den Auftraggeber auf Basis der Angaben der betroffenen Person möglich ist. Gemäß Nr. 2.4 dieser Vereinbarung unterstützt der Auftragnehmer den Auftraggeber nach Möglichkeit mit geeigneten technischen und organisatorischen Maßnahmen.

5 Kontrollrechte des Auftraggebers

- 5.1 Der Auftragnehmer stellt dem Auftraggeber alle erforderlichen Informationen zum Nachweis der Einhaltung der in Art. 28 DSGVO niedergelegten Pflichten zur Verfügung (Art. 28 Abs. 3 Satz 2 Buchst. h DSGVO).

- ☐ Ergebnisse eines Selbstaudits ().
- ☐ Zertifikat zu Datenschutz- bzw. Informationssicherheit ().
- ☐ Verbindliche interne Datenschutzvorschriften (Art. 47 DSGVO) vom ().
- ☐ Aktuelles Testat bzw. Berichte oder Berichtsauszüge unabhängiger Instanzen gemäß Anlage ().

- 5.2 Sofern einschlägig, verpflichtet sich der Auftragnehmer, den Auftraggeber über den Ausschluss von genehmigten Verhaltensregeln nach Art. 41 Abs. 4 DSGVO und den Widerruf einer Zertifizierung nach Art. 42 Abs. 7 DSGVO unverzüglich zu informieren.
- 5.3 Der Auftraggeber ist berechtigt, sich vor Beginn und während der Verarbeitung von der Einhaltung der beim Auftragnehmer getroffenen technischen und organisatorischen Maßnahmen sowie der in dieser Vereinbarung festgelegten Verpflichtungen zu überzeugen. Dies und Maßnahmen nach Nr. 5.4 werden nicht durch die Vorlage von Nachweisen nach Nr. 5.1 ausgeschlossen.
- 5.4 Inspektionen durch den Auftraggeber oder durch einen von diesem beauftragten Prüfer werden grundsätzlich nach vorheriger Anmeldung unter Berücksichtigung einer angemessenen Vorlaufzeit zu den üblichen Geschäftszeiten durchgeführt. Der Auftragnehmer hat die Inspektion von der Unterzeichnung einer Verschwiegenheitserklärung abhängig zu machen, wenn die Möglichkeit besteht, dass der Auftraggeber oder ein von diesem beauftragter Prüfer im Rahmen seiner Inspektion auch Kenntnis von Daten erlangt, die der Auftragnehmer im Auftrag eines anderen Verantwortlichen verarbeitet. Der Auftraggeber stellt sicher, dass ein von ihm beauftragter Prüfer in keinem Wettbewerbsverhältnis zu dem Auftragnehmer steht.

6 Subunternehmer (weitere Auftragsverarbeiter)

- 6.1 Ein Subunternehmerverhältnis liegt vor, wenn der Auftragnehmer weitere Auftragnehmer mit der ganzen oder einer Teilleistung der im Vertrag vereinbarten Leistung beauftragt.

Der Auftragnehmer trägt bei der Auswahl eines Subunternehmers insbesondere Sorge dafür, dass dieser hinreichende Garantien dafür bietet, dass die geeigneten technischen und organisatorischen Maßnahmen so durchgeführt werden, dass die Verarbeitung personenbezogener Daten entsprechend den Anforderungen der DSGVO erfolgt.

Nicht als Subunternehmerverhältnis im Sinn dieser Regelung sind solche Leistungen zu verstehen, die der Auftragnehmer bei Dritten als Nebenleistung zur Unterstützung bei

der Auftragsdurchführung in Anspruch nimmt. Hierzu zählen z. B. Telekommunikationsleistungen, Wartung und Benutzerservice (wenn ein Zugriff auf personenbezogene Daten des Auftraggebers ausgeschlossen ist), Reinigungskräfte und Prüfer. Der Auftragnehmer trifft mit diesen Dritten im erforderlichen Umfang schriftliche Vereinbarungen, um angemessene Datenschutz- und Informationssicherheitsmaßnahmen zu gewährleisten, und behält sich Kontrollmaßnahmen vor, um den Schutz und die Sicherheit der Daten des Auftraggebers zu gewährleisten.

- 6.2 Der Vertrag mit dem Subunternehmer muss schriftlich abgefasst werden, was auch in einem elektronischen Format erfolgen kann (Art. 28 Abs. 4 und 9 DSGVO). In dem Vertrag mit dem Subunternehmer sind diesem dieselben datenschutzrechtlichen Pflichten wie in der vorliegenden Vereinbarung wirksam aufzuerlegen. Insbesondere muss der Auftraggeber berechtigt sein, im Bedarfsfall angemessene Überprüfungen und Inspektionen, auch vor Ort, bei Subunternehmern durchzuführen oder durch von ihm beauftragte Dritte durchführen zu lassen.
- 6.3 Der Auftragnehmer haftet gegenüber dem Auftraggeber dafür, dass der Subunternehmer den Datenschutzpflichten nachkommt, die ihm durch den Auftragnehmer im Einklang mit dem vorliegenden Abschnitt vertraglich auferlegt wurden.
- 6.4 Der Auftragnehmer nimmt keinen Subunternehmer ohne vorherige gesonderte oder allgemeine schriftliche Genehmigung in Anspruch. Der Auftragnehmer teilt dem Auftraggeber die bereits bei Abschluss dieses Vertrags bestehenden Subunternehmer vorab mit. Die bei Vertragsbeginn bestehenden Subunternehmer sind in Anlage ... zu diesem Vertrag aufgeführt. Diese gelten als von Beginn des Auftrags an genehmigt.
- 6.5 Weitere Subunternehmer

Gemäß den vorgenannten Regelungen erteilt der Auftraggeber dem Auftragnehmer die allgemeine Genehmigung, weitere Auftragsverarbeiter im Sinne des Art. 28 Abs. 2 DSGVO in Anspruch zu nehmen (Art. 28 Abs. 2 Satz 1 Alt. 2, Satz 2 DSGVO). Der Auftragnehmer informiert den Auftraggeber frühzeitig, wenn er Änderungen in Bezug auf die Hinzuziehung oder die Ersetzung weiterer Auftragsverarbeiter beabsichtigt. Der Auftraggeber kann gegen derartige Änderungen Einspruch erheben. Der Einspruch ist innerhalb von einem Monat nach Zugang der Information über die Änderungen schriftlich gegenüber dem Auftragnehmer einzulegen. Kann keine einvernehmliche Lösung erzielt werden, erfolgt eine Einschränkung oder Beendigung der Auftragsverarbeitung.

- 6.6 Eine Beauftragung von Subunternehmern in Drittstaaten darf nur erfolgen, wenn die besonderen Voraussetzungen der Art. 44 ff. DSGVO erfüllt sind und der Auftraggeber vorab zustimmt.

7 Haftung und Schadenersatz

Die Vertragsparteien haften entsprechend den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen bzw. gegenüber betroffenen Personen gemäß Art. 82 DSGVO.

8. Schlussbestimmungen

- 8.1 Laufzeit und Kündigungsmöglichkeiten richten sich nach § 8 und § 9 des Rahmenvertrags.
- 8.2 Der Auftragnehmer informiert den Auftraggeber unverzüglich, wenn die Daten des Auftraggebers durch Pfändung oder Beschlagnahme, durch ein Insolvenz- oder Vergleichsverfahren oder durch sonstige Ereignisse oder Maßnahmen Dritter beim Auftragnehmer gefährdet werden. Der Auftragnehmer informiert in diesem Fall alle Beteiligten unverzüglich darüber, dass das Eigentum an den Daten ausschließlich beim Auftraggeber liegt.
- 8.3 Änderungen und Ergänzungen dieser Vereinbarung und aller ihrer Bestandteile – einschließlich etwaiger Zusicherungen des Auftragnehmers – bedürfen einer schriftlichen oder in einem elektronischen Format abgefassten Vereinbarung, die den ausdrücklichen Hinweis darauf enthält, dass es sich um eine Änderung bzw. Ergänzung dieser Vereinbarung handelt.
- 8.4 Sollten einzelne Bestimmungen dieser Vereinbarung ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so ist die Wirksamkeit der übrigen Regelungen hiervon nicht betroffen. In diesem Fall werden die Parteien einvernehmlich eine neue Regelung oder Ergänzung der bestehenden Regelung vereinbaren, die die unwirksame oder undurchführbare Regelung in einer Art und Weise ersetzt bzw. ergänzt, die der ursprünglich von den Parteien bei Abfassung dieser Vereinbarung beabsichtigten Regelung am nächsten kommt, hätten sie denn die Unwirksamkeit oder Undurchführbarkeit bedacht. Dies gilt auch für Regelungslücken.

Ort, Datum

Ort, Datum

Auftraggeber

Auftragnehmer

1. Ergänzende Darstellung der Auswahlkriterien im Teilnahmewettbewerb

Zum Nachweis der Fachkunde und Leistungsfähigkeit (Eignung) der Bewerber sind dem Angebot die nachfolgend aufgeführten Erklärungen und Unterlagen beizufügen.

Im Falle der Bildung einer Bewerbergemeinschaft oder der Berufung auf die Leistungsfähigkeit eines Dritten (Eignungsleihe) können sich die Angaben und Erklärungen für die einzelnen Unternehmen ergänzen, um die insgesamt erforderliche Leistungsfähigkeit des Bewerbers nachzuweisen. Sofern ein Bewerber bzw. eine Bewerbergemeinschaft zum Nachweis der Leistungsfähigkeit die Kapazitäten anderer Unternehmen in Anspruch nehmen möchte, hat er nachzuweisen, dass ihm die für den Auftrag erforderlichen Mittel bei der Ausführung des Auftrags tatsächlich zur Verfügung stehen. Der Nachweis kann z.B. durch eine entsprechende unterschriebene Verpflichtungserklärung des Dritten erfolgen (vgl. „Verpflichtungserklärung anderer Unternehmen“ aus Arbeitsschritt "Teilnahmeunterlagen").

Bei Bewerbern, die sich präqualifiziert haben, genügt insoweit die Vorlage des Zertifikats des amtlichen Verzeichnisses präqualifizierter Unternehmen (AVPQ).

1.1. Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit

Angaben über den spezifischen Jahresumsatz des Bieters in dem Tätigkeitsbereich des Auftrags (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und/oder Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation, vgl. insbesondere die geforderten Referenzprojekte entsprechend der EU-Bekanntmachung) während der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre. Der Mindestjahresumsatz muss mindestens 850.000 € netto betragen.

Hierfür ist eine Erklärung über den spezifischen Jahresumsatz als Anlage in einer PDF-Datei im Arbeitsschritt „Eigene Anlagen“ hochzuladen.

Hinweis für Bewerber, die noch nicht volle drei Geschäftsjahre tätig sind:

Die Angaben zu den Jahresumsätzen sind ab Zeitpunkt der Geschäftsaufnahme vorzulegen.

1.2. **Technische und berufliche Leistungsfähigkeit**

Referenzen:

Hinweis für Bieter in der eVergabe:

- Bitte laden Sie die Angaben zu den erforderlichen Referenzen als PDF-Datei unter „Eigene Anlagen“ hoch.
- Die Angabe der Referenzen soll wie folgt gegliedert sein:
 - Name des Empfängers (Dritten)
 - Erbringungszeitpunkt
 - Wert der erbrachten Leistung
 - inhaltliche Darstellung des Referenzprojekts sowie aussagekräftige Beschreibung von Art und Umfang der erbrachten Leistung

Vorlage von mind. 3 geeigneten Referenzen bezogen auf den zu vergebenden Auftragsgegenstand (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und/oder Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation). Berücksichtigt werden Leistungen, die innerhalb der letzten 3 Jahre erbracht worden sind.

Mindestanforderungen:

- Mindestens eine Referenz muss alle fünf Leistungsbereiche (Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion) des zu vergebenden Auftragsgegenstandes (Online-Kommunikation) umfassen.
- Mindestens eine Referenz muss in Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber aus dem Bereich der öffentlichen Verwaltung (mind. oberste Landes- oder Bundesbehörde oder vergleichbar) erbracht worden sein.

Hinweis:

Die geforderten Mindestanforderungen können auch innerhalb einer Referenz erfüllt werden. Die Referenzen müssen noch nicht zwingend abgeschlossen sein.

2. Beschränkung der Zahl der Wirtschaftsteilnehmer

Geplante Zahl: 5

Der Auftraggeber wird auf Grundlage der eingegangenen Teilnahmeanträge fünf Teilnehmer auswählen und voraussichtlich bis zum 30.07.2026 zur Abgabe eines Angebotes auffordern. Zur Angebotsabgabe werden nur diejenigen Bewerber aufgefordert, die die Teilnahmebedingungen erfüllen und deren Eignung anhand der vorgelegten Erklärungen und Nachweise insgesamt die beste Prognose rechtfertigt, dass der Auftrag zweckgerecht und ordnungsgemäß erfüllt wird. Sollten nach Auswertung der Teilnahmeanträge an fünfter Stelle mehrere Bewerber die gleiche Bewertung aufweisen, werden entsprechend mehr Bewerber zur Angebotsabgabe aufgefordert.

Dabei werden folgende objektive Kriterien für den Teilnahmewettbewerb zugrunde gelegt:

- a. Anzahl der Referenzen für Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation (zu 50%)
- b. Anzahl der Referenzen für Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- oder Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation innerhalb einer übergeordneten Dachmarkenarchitektur bzw. im Rahmen einer Dachmarken-Strategie (zu 25%)
- c. Anzahl der Referenzen in Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber aus dem Bereich der öffentlichen Verwaltung (mind. oberste Landes- oder Bundesbehörde oder vergleichbar) (zu 25%)

Die Bewertung der Referenzprojekte erfolgt anhand der nachfolgenden Kriterien und Skalen:

- a. Anzahl an Referenzenprojekten für Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation
Gewertet wird die Anzahl an Projekten, die innerhalb der letzten drei Jahre erbracht wurden und die alle fünf Leistungsbereiche „Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen der Online-Kommunikation“ bezogen auf den zu vergebenden Auftragsgegenstand in einer Referenz abdecken.

Mindestanforderung:

Mindestens eine Referenz muss alle fünf Leistungsbereiche (Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion) des zu vergebenden Auftragsgegenstandes (Online-Kommunikation) umfassen.

Bitte laden Sie Ihre Referenzliste als Anlage in einer PDF-Datei im Arbeitsschritt "Eigene Anlagen" hoch.

Punkte	Anzahl der geeigneten Referenzen
0	1 Referenz (Mindestanforderung)
1	2 Referenzen
2	3 Referenzen
3	ab 4 Referenzen

- b. Anzahl der Referenzen zu Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- oder Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation innerhalb einer übergeordneten Dachmarkenarchitektur bzw. im Rahmen einer Dachmarken-Strategie.

Gewertet wird die Anzahl an Projekten, die innerhalb der letzten drei Jahre erbracht wurden und die Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- oder Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation

innerhalb einer übergeordneten Dachmarkenarchitektur bzw. im Rahmen einer Dachmarken-Strategie enthalten haben.

Punkte	Anzahl der Referenzen
0	keine Referenz
1	1 Referenz
2	2 Referenzen
3	ab 3 Referenzen

- c. Anzahl der Referenzen in Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber aus dem Bereich der öffentlichen Verwaltung (mind. oberste Landes- oder Bundesbehörde oder vergleichbar).

Gewertet wird die Anzahl an Projekten, die innerhalb der letzten drei Jahre erbracht wurden und von Auftraggebern aus der öffentlichen Verwaltung einer obersten Landes- oder Bundesbehörde (oder vergleichbar) sind.

Mindestanforderung:

Mindestens eine Referenz muss aus dem Bereich der öffentlichen Verwaltung mind. einer obersten Landes- oder Bundesbehörde (oder vergleichbar) stammen.

Punkte	Anzahl der Referenzen
0	1 Referenz (Mindestanforderung)
1	2 Referenzen
2	3 Referenzen
3	ab 4 Referenzen

1. Ergänzende Darstellung der Zuschlagskriterien

Der Zuschlag wird auf das Angebot mit dem höchsten Zuschlagsquotienten / der höchsten Gesamtpunktzahl erteilt. Die Gesamtpunktzahl berechnet sich wie folgt

$$\text{Zuschlagsquotient} = \frac{\text{Summe Punkte Qualität}}{\text{Euro Preis}} \times 10.000$$

Für eine Wertung des Angebots ist im Bereich Qualität in Summe der gewichteten Punktzahl eine Mindestpunktzahl von 1,0 gewichteten Punkten von max. 3 gewichteten Punkten zu erzielen.

1.1. Preis

Zur Bewertung des Preises müssen im Bearbeitungsschritt „Produkte/Leistungen“ in eVergabe die nachfolgend aufgelisteten Preisangaben gemacht werden.

Hinweis für die Bieter in eVergabe:

Hinweis für die Durchführung der späteren Rahmenvereinbarung:

Für die zu erbringenden vertragsgegenständlichen Leistungen wird eine **Preisobergrenze (Höchstwert) in Höhe von 760.000 Euro (netto)** bezogen auf den gesamten Vertragszeitraum (inkl. Verlängerungsoptionen) festgelegt.

Der Gesamtpreis des Angebots ergibt sich aus der Multiplikation der Gewichtung der Einzelleistungen mit dem jeweiligen Einzelpreis (Stundensatz/Pauschalpreis) im jeweiligen Vertragszeitraum:

Hinweis: Gemäß § 7 Abs. 3 der Rahmenvereinbarung ist von der Vergütung der für Einzelaufträge erforderliche Zukauf von Drittlizenzen von Bild-, Video- und Tonmaterial durch den AN nicht umfasst. Diese Kosten trägt der AG nach Vorlage einer detaillierten und nachprüfaren Aufstellung durch den AN, insofern die Kosten bereits im Angebot des AN ausgewiesen bzw. mit dem AG

schriftlich abgestimmt wurden. Die Übernahme der Kosten erfolgt nach Abnahme des Einzelauftrags durch den AG.

1. **Grundlaufzeit: 2 Jahre ab Zuschlagserteilung, frühestens ab 01.12.2026:**

Stundensatz pro Person:

• Projektleitung	25 %
• Projektassistenz	15 %
• Art Direktor/in	20 %
• Creative Designer/in	20 %
• Online-Marketing-/Social Media Manager/in	4 %
• Fotograf/in	2 %
• Developer/in	2 %
• Motion Designer/in	2 %
• Redakteur/in	2 %
• Assistenz bei Content Erzeugung	2 %

Pauschalpreis:

- Vor-Ort-Termin im StMWi (z.B. Schulung, Besprechung, Strategietermin)
(Pauschalpreis für 4h, mit 2 Personen + 1 Projektassistenz inkl. Kosten für An- und Abfahrt) 4 %
- Weitere Personalstunde bei Vor-Ort-Termin im StMWi 2 %

2. **Verlängerungsoption 1: weitere 12 Monate:**

Stundensatz pro Person:

• Projektleitung	25 %
• Projektassistenz	15 %
• Art Direktor/in	20 %
• Creative Designer/in	20 %
• Online-Marketing-/Social Media Manager/in	4 %
• Fotograf/in	2 %
• Developer/in	2 %
• Motion Designer/in	2 %
• Redakteur/in	2 %

- Assistenz bei Content Erzeugung 2 %

Pauschalpreis:

- Vor-Ort-Termin im StMWi (z.B. Schulung, Besprechung, Strategietermin)
(Pauschalpreis für 4h, mit 2 Personen + 1 Projektassistenz inkl. Kosten für An- und Abfahrt) 4 %
- Weitere Personalstunde bei Vor-Ort-Termin im StMWi 2 %

3. Verlängerungsoption 2: weitere 12 Monate:

Stundensatz pro Person:

- Projektleitung 25 %
- Projektassistenz 15 %
- Art Direktor/in 20 %
- Creative Designer/in 20 %
- Online-Marketing-/Social Media Manager/in 4 %
- Fotograf/in 2 %
- Developer/in 2 %
- Motion Designer/in 2 %
- Redakteur/in 2 %
- Assistenz bei Content Erzeugung 2 %

Pauschalpreis:

- Vor-Ort-Termin im StMWi (z.B. Schulung, Besprechung, Strategietermin)
(Pauschalpreis für 4h, mit 2 Personen + 1 Projektassistenz inkl. Kosten für An- und Abfahrt) 4 %
- Weitere Personalstunde bei Vor-Ort-Termin im StMWi 2 %

1.2. Qualitative Bewertung

Die Wertung der Qualität ergibt sich anhand der im Leistungskriterienkatalog aufgeführten Kriterien. Dabei sind die Mindestanforderungen (sog. K.O-Kriterien) von den Bewertungskriterien (sog. B-Kriterien) zu unterscheiden.

- Mindestanforderungen sind Anforderungen, die das Angebot mindestens erfüllen muss. Angebote, die ein oder mehrere Mindestanforderungen nicht erfüllen, werden ausgeschlossen. Sie sind im Kriterienkatalog als „K.O.-Kriterium“ gekennzeichnet („K.O.-Kriterium = Ja“).
- Bewertungskriterien hingegen müssen nicht vorliegen, sondern beeinflussen lediglich die qualitative Bewertung der angebotenen Leistung. (Sie sind gekennzeichnet als „K.O.-Kriterium = Nein“).

1.2.1. **Mindestanforderungen**

Mindestanforderungen an das mit der Auftragsausführung betraute und dem AG namentlich zu benennende Personal (Projektteam):

Das Projektteam umfasst alle Personen, die mit der inhaltlichen Ausführung der geforderten Leistung (Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion für die Online-Kommunikation des StMWi) im Wesentlichen betraut sind. Bei der Angabe der Personen im Projektteam ist es nicht zulässig, dass eine Person mehrere Rollen gleichzeitig einnimmt (keine Personalunion). Es ist je Position eine reale Person anzugeben. Folgende Mindestanforderungen müssen dabei erfüllt werden.

1. Größe des Projektteams

Für die Leistungserbringung „Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion für die Online-Kommunikation des StMWi“ muss das Projektteam mindestens fünf Personen umfassen, davon mindestens eine Projektleitung, eine stellvertretende Projektleitung, einen Art Director, einen Creative Designer und einen Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager.

2. Erfahrung der Projektleitung und stellvertretenden Projektleitung

- a) Die Projektleitung muss mindestens 4 Jahre Berufserfahrung als Projektleitung oder stellvertretende Projektleitung im Bereich

Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation haben.

- b) Die stellvertretende Projektleitung muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung als Projektleitung oder stellvertretende Projektleitung im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation haben.

3. Erfahrung im Bereich Grafikdesign & Layout, Online-Marketing & Social-Media-Marketing

- a) Der Art Director muss mindestens 4 Jahre Berufserfahrung im Bereich Grafikdesign und Layout haben.
- b) Der Creative Designer muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung im Bereich Grafikdesign und Layout haben.
- c) Der Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung im Bereich Online-Marketing und Social-Media-Marketing haben.

1.2.2. **Bewertungskriterien**

Es werden folgende objektive Kriterien zugrunde gelegt:

- a. Grobkonzept zur funktionalen und konzeptionellen Weiterentwicklung der Ministeriumswebseite stmwi.bayern.de zu einer nutzerzentrierten Plattform (zu 60%)
- b. Grobkonzept zur Konzeption und Gestaltung einer bedarfsgerechten Krisen-Informationssseite (Landingpage) auf Basis eines „Digitalen Notfall-Sets“ (zu 20%)
- c. Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals (Projektleitung und stellvertretende Projektleitung) im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation (zu 10%)
- d. Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals (Art Director, Creative Designer, Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager) (zu 10%)

Die Bewertung der Qualität erfolgt wie folgt:

a. Grobkonzept zur funktionalen und konzeptionellen Weiterentwicklung der Ministeriumswebseite stmwi.bayern.de zu einer nutzerzentrierten Plattform

Es ist ein Grobkonzept zur funktionalen und konzeptionellen Weiterentwicklung der Webseite stmwi.bayern.de einzureichen. Das Ziel ist die Transformation der aktuellen Webseite in eine moderne, nutzerfreundliche Plattform, die eine verbesserte User Experience bietet und den Fokus auf die Bedürfnisse und die aktive Einbindung der Nutzer (Zielgruppen: Unternehmen, Bürger, Pressevertreter, Multiplikatoren und politische Organe) legt.

Das Konzept muss eine Analyse und Bewertung des Ist-Zustands enthalten, aus der die spezifischen Stärken und Schwächen des aktuellen Online-Auftritts hervorgehen. Darauf aufbauend sind schlüssige Maßnahmen zu entwickeln, die eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung ermöglichen. Mithilfe einer Visualisierung sind die Maßnahmen zu veranschaulichen. Hierbei sind die Vorgaben des Online-Styleguides des StMWi zu beachten.

Für die Wertung des Grobkonzepts ist dabei insbesondere auf folgende Punkte einzugehen:

- **Analyse und Bewertung:** Es ist schlüssig darzulegen, wie die funktionale und konzeptionelle Analyse und Bewertung des Ist-Zustandes der Ministeriumswebseite stmwi.bayern.de erfolgt ist, damit die Nachvollziehbarkeit der abgeleiteten Maßnahmen gegeben ist.
- **Maßnahmen zur Weiterentwicklung:** Es ist methodisch darzulegen, mit welchen geeigneten Maßnahmen die Ministeriumswebseite stmwi.bayern.de funktional und konzeptionell, innovativ und praktikabel weiterentwickelt werden kann.
- **Visualisierung:** Es ist für eine der vorgeschlagenen Maßnahmen eine Visualisierung mit Designentwurf vorzunehmen, bei der

konzeptionelle und funktionale Weiterentwicklungen nach den Vorgaben des Online-Styleguides ersichtlich und benannt sind.

Das Konzept soll ca. 4-6 DIN-A4 Seiten zzgl. Graphiken, Tabellen, o.ä. nicht überschreiten.

Bitte laden Sie das Grobkonzept als Anlage in einer PDF-Datei im Arbeitsschritt „Eigene Anlagen“ hoch.

Für die Bewertung wird folgende Skala festgelegt, welche sich am Grad der Zielerreichung orientiert:

Kriterium	Bewertungsmaßstab	Punkte
Schlüssige Analyse und Bewertung des Ist-Zustandes der Ministeriumswebseite stmwi.bayern.de	Die Analyse und Bewertung ist unschlüssig.	0
	Die Analyse und Bewertung ist nur teilweise schlüssig.	1
	Die Analyse und Bewertung ist überwiegend schlüssig.	2
	Die Analyse und Bewertung ist schlüssig.	3
Darstellung und Begründung geeigneter Maßnahmen zur innovativen und praktikablen Weiterentwicklung der Ministeriumswebseite stmwi.bayern.de	Die Vorschläge zur Weiterentwicklung sind ungeeignet.	0
	Die Vorschläge zur Weiterentwicklung sind nur teilweise geeignet.	1
	Die Vorschläge zur Weiterentwicklung sind überwiegend geeignet.	2
	Die Vorschläge zur Weiterentwicklung sind geeignet.	3

Visualisierung einer vorgeschlagenen Maßnahme mit Designentwurf	Die Visualisierung ist nicht nachvollziehbar und berücksichtigt die Vorgaben nicht.	0
	Die Visualisierung ist teilweise nachvollziehbar und berücksichtigt die Vorgaben teilweise.	1
	Die Visualisierung ist überwiegend nachvollziehbar und berücksichtigt die Vorgaben überwiegend.	2
	Die Visualisierung ist konkret und nachvollziehbar und berücksichtigt die Vorgaben vollständig.	3

b. Grobkonzept zur Konzeption und Gestaltung einer bedarfsgerechten Krisen-Informationsseite (Landingpage) auf Basis eines „Digitalen Notfall-Sets“

Es ist ein Grobkonzept zur strukturellen und gestalterischen Planung einer bedarfsgerechten Krisen-Informationsseite (Landingpage) einzureichen. Das Konzept soll darlegen, wie mittels eines vordefinierten „Digitalen Notfall-Sets“ – bestehend aus modularen Design- und Redaktionslösungen – eine schnelle und zielgerichtete Informationsbereitstellung an betroffene Zielgruppen bei politischer Dringlichkeit realisiert werden kann. Als praxisnahes Anwendungsbeispiel für das Grobkonzept dient das Szenario eines „Brownouts“ (kontrollierte, zeitlich begrenzte Stromabschaltungen aufgrund von Energieknappheit).

Für die Wertung des Grobkonzepts ist dabei insbesondere auf folgende Punkte einzugehen:

- **Analyse und Empfehlungen:** Es ist in einer schlüssigen Analyse darzulegen, wie sich die Informationsbedarfe von betroffenen Zielgruppen (z. B. Bürgern und Unternehmen) im Krisenfall darstellen und welche kommunikativen Prioritäten daraus für die Landingpage resultieren.
- **Maßnahmen und Visualisierung:** Es ist darzulegen, wie auf Basis der Analyse eine modulare Seitenarchitektur entwickelt wird und mit welchen funktionalen Elementen des Notfall-Sets (z. B. Warn-Banner, FAQ-Module) die visuelle bedarfsgerechte Nutzerführung erfolgen soll. Dies beinhaltet die vereinfachte Visualisierung einer Krisen-Informationssseite in Form eines Wireframes.
- **Redaktionelle Handhabung:** Es ist darzulegen, wie die redaktionellen Inhalte des Notfall-Sets prozessual so aufbereitet werden, dass eine unmittelbare und effiziente Integration der Informationen auf der Webseite gewährleistet ist.

Das Konzept soll ca. 3-4 DIN-A4 Seiten zzgl. Graphiken, Tabellen, o.ä. nicht überschreiten.

Bitte laden Sie das Grobkonzept als Anlage in einer PDF-Datei im Arbeitsschritt „Eigene Anlagen“ hoch.

Für die Bewertung wird folgende Skala festgelegt, welche sich am Grad der Zielerreichung orientiert:

Kriterium	Bewertungsmaßstab	Punkte
Schlüssige Analyse von Informationsbedarfen und Empfehlungen	Die Analyse mit Empfehlungen ist unschlüssig.	0
	Die Analyse mit Empfehlungen ist nur teilweise schlüssig.	1

	Die Analyse mit Empfehlungen ist überwiegend schlüssig.	2
	Die Analyse mit Empfehlungen ist schlüssig.	3
Darstellung einer geeigneten Krisen-Seitenarchitektur und nutzergerechte Visualisierung im Wireframe	Die Vorschläge mit Visualisierung sind nicht geeignet.	0
	Die Vorschläge mit Visualisierung sind nur teilweise geeignet.	1
	Die Vorschläge mit Visualisierung sind überwiegend geeignet.	2
	Die Vorschläge mit Visualisierung sind geeignet.	3
Erläuterung der redaktionellen Handhabung	Die Erläuterungen der organisatorischen und redaktionellen Abläufe sind nicht nachvollziehbar und ungeeignet.	0
	Die Erläuterungen der organisatorischen und redaktionellen Abläufe sind nur teilweise nachvollziehbar und teilweise geeignet.	1
	Die Erläuterungen der organisatorischen und redaktionellen Abläufe sind überwiegend nachvollziehbar und überwiegend geeignet.	2
	Die Erläuterungen der organisatorischen und redaktionellen Abläufe sind nachvollziehbar und geeignet.	3

c) Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals (Projektleitung und stellvertretende Projektleitung) im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation

Es wird die Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals bewertet. Hierzu ist das Formular „Übersicht Projektteam“ (Arbeitsschritt "Formulare/Vertragsbedingungen") auszufüllen und im Arbeitsschritt „Eigene Anlagen“ hochzuladen. Zudem ist für jedes Mitglied des Projektteams das Formular „Nachweis Personal“ (Arbeitsschritt "Formulare/Vertragsbedingungen") auszufüllen und ebenfalls im Arbeitsschritt „Eigene Anlagen“ hochzuladen. Darin ist auszuführen, welche Rolle die einzelnen Mitglieder des Projektteams im Projektteam haben und über welche Erfahrungen sie verfügen. Für jedes Mitglied im Projektteam ist die Erfahrung anhand der Personenmonate (nicht zwingend zusammenhängend) anzugeben.

Die Bewertung der Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals (Projektleitung, stellvertretende Projektleitung) erfolgt nach den folgenden Kriterien:

Es wird die Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals in den Positionen „Projektleitung“ und „Stellvertretende Projektleitung“ im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation gewertet, das für das Projekt während der Vertragslaufzeit eingesetzt wird. Die Anzahl der Personenmonate Erfahrung der Projektleitung sowie der stellvertretenden Projektleitung wird zu einer Gesamtsumme aufsummiert und nach folgender Matrix bepunktet. Bewertet

wird die Erfahrung, welche nach Abschluss einer Erstausbildung gewonnen wurde.

Bewertungspunkte	Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals in den Bereichen Projektleitung, Stellvertretenden Projektleitung im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation
0	72 (= 48+24) Personenmonate (Mindestvoraussetzung)
1	73 bis 90 Personenmonate
2	91 bis 108 Personenmonate
3	109 und mehr Personenmonate

d) Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals (Art Director, Creative Designer, Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager)

Es wird die Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals bewertet. Hierzu ist das Formular „Übersicht Projektteam“ (Arbeitsschritt "Formulare/Vertragsbedingungen") auszufüllen und im Arbeitsschritt „Eigene Anlagen“ hochzuladen. Zudem ist für jedes Mitglied des Projektteams das Formular „Nachweis Personal“ (Arbeitsschritt "Formulare/Vertragsbedingungen") auszufüllen und ebenfalls im Arbeitsschritt „Eigene Anlagen“ hochzuladen. Darin ist auszuführen, welche Rolle die einzelnen Mitglieder des Projektteams im Projektteam haben und über welche

Erfahrungen sie verfügen. Für jedes Mitglied im Projektteam ist die Erfahrung anhand der Personenmonate (nicht zwingend zusammenhängend) anzugeben.

Die Bewertung der Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals (Art Director, Creative Designer sowie Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager) erfolgt nach den folgenden Kriterien:

Es wird die Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals in den Positionen „Art Director“, „Creative Designer“ und „Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager“ im Bereich Grafikdesign und Layout bzw. Online-Marketing und Social-Media-Marketing gewertet, das für das Projekt während der Vertragslaufzeit eingesetzt wird. Die Anzahl der Personenmonate Erfahrung der einzelnen o.g. Teammitglieder in den Positionen „Art Director“, „Creative Designer“ und „Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager“ wird zu einer Gesamtsumme aufsummiert und nach folgender Matrix bepunktet. Bewertet wird die Erfahrung, welche nach Abschluss einer Erstausbildung gewonnen wurde.

Bewertungspunkte	Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals in den Bereichen Art Director, Creative Designer, Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager
0	96 (=48+24+24) Personenmonate (Mindestvoraussetzung)
1	97 bis 120 Personenmonate
2	121 bis 144 Personenmonate
3	145 und mehr Personenmonate

Die Punkte Qualität ermitteln sich aus der Summe der prozentualen Zielerreichungsgrade je Bewertungskriterium.

1.3. Entscheidung bei gleichwertigen Angeboten:

Bei gleichwertigen Angeboten (gleiche Gesamtbeurteilung) wird dem Angebot mit der höheren Bewertung im Kriterium „Qualität“ (in der Reihenfolge a), b), c), d)) der Vorzug gegeben.

RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Bitte laden Sie das ausgefüllte Formular als pdf-Anlage unter „Eigene Anlagen“ in eVergabe hoch.

Mindestanforderungen:

Mindestanforderungen an das mit der Auftragsausführung betraute und dem AG namentlich zu benennende Personal (Projektteam):

Das Projektteam umfasst alle Personen, die mit der inhaltlichen Ausführung der geforderten Leistung (Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion für die Online-Kommunikation des StMWi) im Wesentlichen betraut sind. Bei der Angabe der Personen im Projektteam ist es nicht zulässig, dass eine Person mehrere Rollen gleichzeitig einnimmt (keine Personalunion). Es ist je Position eine reale Person anzugeben. Folgende Mindestanforderungen müssen dabei erfüllt werden.

1. Größe des Projektteams

Für die Leistungserbringung „Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion für die Online-Kommunikation des StMWi“ muss das Projektteam mindestens fünf Personen umfassen, davon mindestens eine Projektleitung, eine stellvertretende Projektleitung, einen Art Director, einen Creative Designer und einen Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager.

2. Erfahrung der Projektleitung und stellvertretenden

Projektleitung

- a) Die Projektleitung muss mindestens 4 Jahre Berufserfahrung als Projektleitung oder stellvertretende Projektleitung im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation haben.
- b) Die stellvertretende Projektleitung muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung als Projektleitung oder stellvertretende Projektleitung im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation haben.

3. Erfahrung im Bereich Grafikdesign & Layout, Online-Marketing & Social-Media-Marketing

- a) Der Art Director muss mindestens 4 Jahre Berufserfahrung im Bereich Grafikdesign und Layout haben.
- b) Der Creative Designer muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung im Bereich Grafikdesign und Layout haben.
- c) Der Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung im Bereich Online-Marketing und Social-Media-Marketing haben.

Das Projektteam besteht aus folgenden Personen (Bitte Name, Vorname und Position/Aufgabe im Projektteam angeben):

RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

Dieses Formblatt ist für jedes Mitglied des Projektteams auszufüllen und mit dem Angebot abzugeben. Bitte laden Sie das ausgefüllte Formular jeweils als pdf-Anlage unter „Eigene Anlagen“ in eVergabe hoch.

Name, Vorname der Person (Projektmitglied):

Die genannte Person wird eingesetzt als:

- ☐ Projektleitung
- ☐ Stellv. Projektleitung
- ☐ Art Director
- ☐ Creative Designer
- ☐ Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager

Mindestanforderungen:

Mindestanforderungen an das mit der Auftragsausführung betraute und dem AG namentlich zu benennende Personal (Projektteam):

Das Projektteam umfasst alle Personen, die mit der inhaltlichen Ausführung der geforderten Leistung (Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion für die Online-Kommunikation des StMWi) im Wesentlichen betraut sind. Bei der Angabe der Personen im Projektteam ist es nicht zulässig, dass eine Person mehrere Rollen gleichzeitig einnimmt (keine Personalunion). Es ist je Position eine reale Person anzugeben. Folgende Mindestanforderungen müssen dabei erfüllt werden.

1. Größe des Projektteams

Für die Leistungserbringung „Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion für die Online-Kommunikation des StMWi“ muss das Projektteam mindestens fünf Personen umfassen, davon mindestens eine Projektleitung, eine stellvertretende Projektleitung, einen Art Director,

einen Creative Designer und einen Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager.

2. Erfahrung der Projektleitung und stellvertretenden Projektleitung

- a) Die Projektleitung muss mindestens 4 Jahre Berufserfahrung als Projektleitung oder stellvertretende Projektleitung im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation haben.
- b) Die stellvertretende Projektleitung muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung als Projektleitung oder stellvertretende Projektleitung im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation haben.

3. Erfahrung im Bereich Grafikdesign & Layout, Online-Marketing & Social-Media-Marketing

- a) Der Art Director muss mindestens 4 Jahre Berufserfahrung im Bereich Grafikdesign und Layout haben.
- b) Der Creative Designer muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung im Bereich Grafikdesign und Layout haben.
- c) Der Online-Marketing- bzw. Social-Media-Manager muss mindestens 2 Jahre Berufserfahrung im Bereich Online-Marketing und Social-Media-Marketing haben.

Bewertungskriterien:

Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals (Projektleitung und stellvertretende Projektleitung) im Bereich Beratung, Konzeption, Design, Marketing und/oder Redaktion in der Online-Kommunikation

Die o.g. Person (sofern Projektleitung oder stellv. Projektleitung) hat insgesamt folgende Erfahrung im geforderten Bereich:

Personenmonate

- Formular Nachweis Personal -

Bitte belegen Sie die Erfahrung der o.g. Person anhand einschlägiger
Projektreferenzen

A large, empty blue rectangular box with a thin black border, intended for the user to provide project references for the person being evaluated.

**Erfahrung des mit der Auftragsausführung betrauten Personals (Art
Director, Creative Designer, Online-Marketing- bzw. Social-Media-
Manager)**

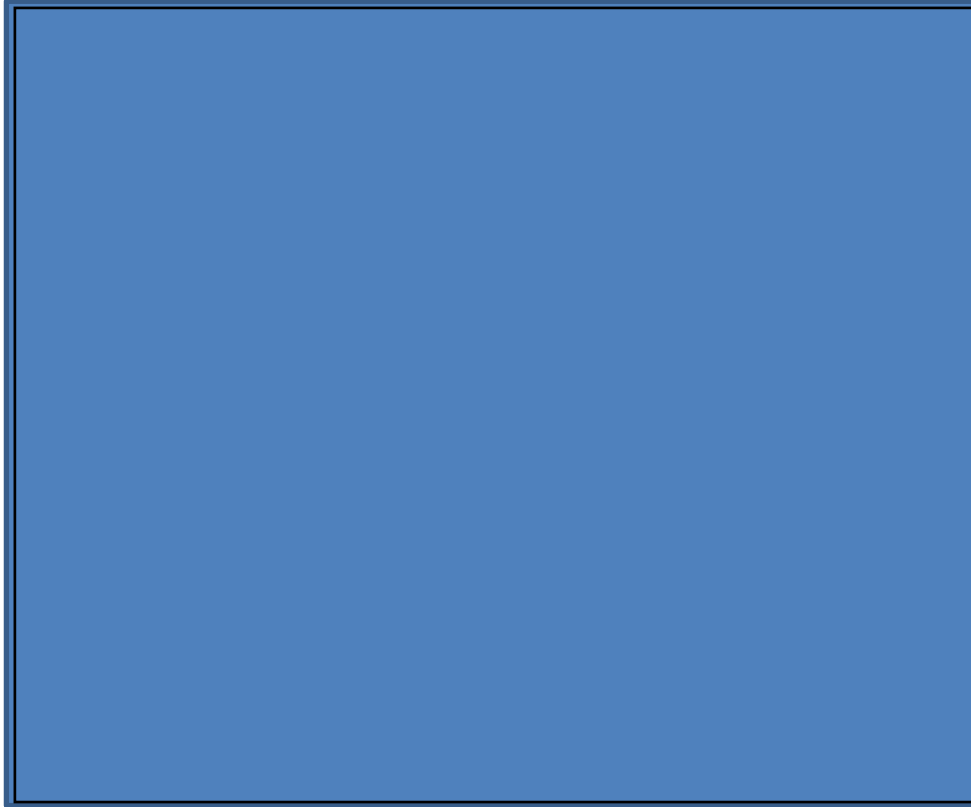
Die o.g. Person (sofern Art Director, Creative Designer oder Online-Marketing-
bzw. Social-Media-Manager) hat insgesamt folgende Erfahrung im geforderten
Bereich:

A small, empty blue rectangular box with a thin black border, intended for the user to enter the number of person-months of experience.

Personenmonate

- Formular Nachweis Personal -

Bitte belegen Sie die Erfahrung der o.g. Person anhand einschlägiger
Projektreferenzen

A large blue rectangular box with a black border, intended for project references.

Hinweis:

Sollte der Platz für die Angaben zu den Projektreferenzen nicht ausreichend sein,
bitten wir Sie, Ihre Angaben in einem ergänzenden PDF-Dokument unter „Eigene
Anlagen“ hochzuladen.

Bewertet wird die Erfahrung, welche nach Abschluss einer Erstausbildung gewonnen
wurde.

Die Rechte an den im Vergabeverfahren zur Verfügung gestellten Unterlagen stehen dem StMWi zu.

Die Unterlagen dürfen nur für die Angebotserstellung genutzt werden.

Verfahren: 2026KHI000005 - RV Online-Kommunikation (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- & Redaktionsleistungen)

EIGNUNGSKRITERIEN

1 Hinweise

Zum Nachweis der Fachkunde und Leistungsfähigkeit (Eignung) der Bewerber sind dem Angebot die nachfolgend aufgeführten Erklärungen und Unterlagen beizufügen.

Im Falle der Bildung einer Bewerbergemeinschaft oder der Berufung auf die Leistungsfähigkeit eines Dritten (Eignungsleihe) können sich die Angaben und Erklärungen für die einzelnen Unternehmen ergänzen, um die insgesamt erforderliche Leistungsfähigkeit des Bewerbers nachzuweisen.

Sofern ein Bewerber bzw. eine Bewerbergemeinschaft zum Nachweis der Leistungsfähigkeit die Kapazitäten anderer Unternehmen in Anspruch nehmen möchte, hat er nachzuweisen, dass ihm die für den Auftrag erforderlichen Mittel bei der Ausführung des Auftrags tatsächlich zur Verfügung stehen. Der Nachweis kann z.B. durch eine entsprechende unterschriebene Verpflichtungserklärung des Dritten erfolgen (vgl. „Verpflichtungserklärung anderer Unternehmen“ aus Arbeitsschritt "Teilnahmeunterlagen").

Bei Bewerbern, die sich präqualifiziert haben, genügt insoweit die Vorlage des Zertifikats des amtlichen Verzeichnisses präqualifizierter Unternehmen (AVPQ).

2 Ausschlussgründe nach den §§ 123, 124 GWB

2.1 Hinweis

Hinweis:

Ein Eintrag zu den folgenden Punkten erfolgt erst bei der Angebotsprüfung durch den Auftraggeber, es ist kein Eintrag durch den Bieter zulässig.

2.2 Ausschlussgründe nach § 123 GWB

Ausschlusskriterium

Der Auftraggeber hat keine Kenntnis von zwingenden Ausschlussgründen nach §123 GWB?

- ☐ Keine Angabe
☐ Ja
☐ Nein

Nur eine Antwort wählbar

2.3 Ausschluss nach § 124 GWB

Ausschlusskriterium

Der Auftraggeber hat keine Kenntnis von fakultativen Ausschlussgründen nach § 124 GWB, die zum Ausschluss führen?

- ☐ Keine Angabe
☐ Ja
☐ Nein

Nur eine Antwort wählbar

3 Eigenerklärung

3.1 Bestätigung der Kenntnisnahme [Mussangabe]

Ausschlusskriterium

Die Eigenerklärung habe ich zur Kenntnis genommen und bestätige ihren Inhalt.

- ☐ Keine Angabe
☐ Ja
☐ Nein

Nur eine Antwort wählbar

3.2 Bestätigung zu Bewerber- / Bietergemeinschaften

Als bevollmächtigter Vertreter bestätige ich, dass auch sämtliche beteiligte Unternehmen den Inhalt der Eigenerklärung zur Kenntnis genommen und bestätigt haben.

(Anmerkung: liegt keine Beteiligung als Bewerber- / Bietergemeinschaft vor, ist keine Angabe zu machen.)

- ☐ Keine Angabe (0)
☐ Ja (0)
☐ Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

3.3 Bestätigung der Kenntnisnahme RUS [Mussangabe]

Ausschlusskriterium

Die Eigenerklärung zu russischen Unternehmen habe ich zur Kenntnis genommen und bestätige ihren Inhalt.

- ☐ Keine Angabe
☐ Ja
☐ Nein

Nur eine Antwort wählbar

3.4 Angaben zu fakultativen Ausschlussgründen

Sollten für Sie bzw. Ihr Unternehmen fakultative Ausschlussgründe nach § 124 GWB vorliegen, schildern Sie bitte, warum diese nicht zu einem Ausschluss vom Verfahren führen sollen.

Der Auftraggeber entscheidet im Rahmen der Angebotsprüfung über den Ausschluss.

Sie können ausführlichere Angaben zum Sachverhalt auch im Arbeitsschritt Eigene Anlagen als Dokument hochladen.

4 Eigenerklärung für Unterauftragnehmer

4.1 Eigenerklärung Unterauftragnehmer Eignungsverl.

Ich bestätige, dass ich die Anlage "Eigenerklärung für Unterauftragnehmer und Eignungsverleiher" jedem Unterauftragnehmer oder Eignungsverleiher zur Bestätigung weitergeleitet habe. Sie wurde von diesen um Firmenbezeichnung und -anschrift ergänzt, unterschrieben und anschließend im Arbeitsschritt "Eigene Anlagen" als pdf-Datei hochgeladen.

(Anmerkung: Liegt keine Einbeziehung von Unterauftragnehmern oder Eignungsverleihern vor, ist keine Angabe zu machen.)

- ☐ Keine Angabe (0)
☐ Ja (0)
☐ Nein (0)

Nur eine Antwort wählbar

5 Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit

5.1 spezifischer Jahresumsatz des Bieters

Ausschlusskriterium

Angaben über den spezifischen Jahresumsatz des Bieters in dem Tätigkeitsbereich des Auftrags (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und/oder Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation, vgl. insbesondere die geforderten Referenzprojekte entsprechend der EU-Bekanntmachung) während der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre. Der Mindestjahresumsatz muss mindestens 850.000 € netto betragen.

Hierfür ist eine Erklärung über den spezifischen Jahresumsatz als Anlage in einer PDF-Datei im Arbeitsschritt „Eigene Anlagen“ hochzuladen.

Hinweis für Bewerber, die noch nicht volle drei Geschäftsjahre tätig sind:

Die Angaben zu den Jahresumsätzen sind ab Zeitpunkt der Geschäftsaufnahme vorzulegen.

Die nachfolgende Bewertung wird durch die Vergabestelle vorgenommen.

- ☐ Keine Angabe
☐ Ja
☐ Nein

Nur eine Antwort wählbar

6 Technische und berufliche Leistungsfähigkeit

6.1 Referenzanforderung

Ausschlusskriterium

• Bitte laden Sie die Angaben zu den erforderlichen Referenzen als PDF-Datei unter „Eigene Anlagen“ hoch.

• Die Angabe der Referenzen soll wie folgt gegliedert sein:

? Name des Empfängers (Dritten)

? Erbringungszeitpunkt

? Wert der erbrachten Leistung

? inhaltliche Darstellung des Referenzprojekts sowie aussagekräftige Beschreibung von Art und Umfang der erbrachten Leistung

Vorlage von mind. 3 geeigneten Referenzen bezogen auf den zu vergebenden Auftragsgegenstand (Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und/oder Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation). Berücksichtigt werden Leistungen, die innerhalb der letzten 3 Jahre erbracht worden sind.

Mindestanforderungen:

• Mindestens eine Referenz muss alle fünf Leistungsbereiche (Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion) des zu vergebenden Auftragsgegenstandes (Online-Kommunikation) umfassen.

• Mindestens eine Referenz muss in Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber aus dem Bereich der öffentlichen Verwaltung (mind. oberste Landes- oder Bundesbehörde oder vergleichbar) erbracht worden sein.

Die geforderten Mindestanforderungen können auch innerhalb einer Referenz erfüllt werden. Die Referenzen müssen noch nicht zwingend abgeschlossen sein.

Werden die o.g. Referenzanforderungen erfüllt? Die nachfolgende Bewertung wird von der Vergabestelle vorgenommen.

- ☐ Keine Angabe
☐ Ja
☐ Nein

7 Beschränkung der Zahl der Wirtschaftsteilnehmer

Gewichtung: 100,00%

7.1 Hinweise

Geplante Zahl: 5

Der Auftraggeber wird auf Grundlage der eingegangenen Teilnahmeanträge fünf Teilnehmer auswählen und voraussichtlich bis zum 30.07.2026 zur Abgabe eines Angebotes auffordern. Zur Angebotsabgabe werden nur diejenigen Bewerber aufgefordert, die die Teilnahmebedingungen erfüllen und deren Eignung anhand der vorgelegten Erklärungen und Nachweise insgesamt die beste Prognose rechtfertigt, dass der Auftrag zweckgerecht und ordnungsgemäß erfüllt wird. Sollten nach Auswertung der Teilnahmeanträge an fünfter Stelle mehrere Bewerber die gleiche Bewertung aufweisen, werden entsprechend mehr Bewerber zur Angebotsabgabe aufgefordert.

Dabei werden folgende objektive Kriterien für den Teilnahmewettbewerb zugrunde gelegt:

- a. Anzahl der Referenzen für Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen in der On-line-Kommunikation (zu 50%)
- b. Anzahl der Referenzen für Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- oder Redaktionsleistungen in der On-line-Kommunikation innerhalb einer übergeordneten Dachmarkenarchitektur bzw. im Rahmen einer Dachmarken-Strategie (zu 25%)
- c. Anzahl der Referenzen in Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber aus dem Bereich der öffentlichen Verwaltung (mind. oberste Landes- oder Bundesbehörde oder vergleichbar) (zu 25%)

Die Bewertung der Referenzprojekte erfolgt anhand der nachfolgenden Kriterien und Skalen:

7.2 Kriterium a)

Gewichtung: 50,00%

Maximalpunktzahl: 3

- a. Anzahl an Referenzprojekten für Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation

Gewertet wird die Anzahl an Projekten, die innerhalb der letzten drei Jahre erbracht wurden und die alle fünf Leistungsbereiche „Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- und Redaktionsleistungen der Online-Kommunikation“ bezogen auf den zu vergebenden Auftragsgegenstand in einer Referenz abdecken.

Mindestanforderung:

Mindestens eine Referenz muss alle fünf Leistungsbereiche (Beratung, Konzeption, Design, Marketing und Redaktion) des zu vergebenden Auftragsgegenstandes (Online-Kommunikation) umfassen.

Bitte laden Sie Ihre Referenzliste als Anlage in einer PDF-Datei im Arbeitsschritt "Eigene Anlagen" hoch.

Die nachfolgende Bewertung wird durch die Vergabestelle vorgenommen.

- ☐ Keine Angabe (0)
- ☐ 1 Referenz (Mindestanforderung) (0)
- ☐ 2 Referenzen (1)
- ☐ 3 Referenzen (2)
- ☐ ab 4 Referenzen (3)

Nur eine Antwort wählbar

7.3 Kriterium b)

Gewichtung: 25,00%

Maximalpunktzahl: 3

- b. Anzahl der Referenzen zu Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- oder Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation innerhalb einer übergeordneten Dachmarkenarchitektur bzw. im Rahmen einer Dachmarken-Strategie.

Gewertet wird die Anzahl an Projekten, die innerhalb der letzten drei Jahre erbracht wurden und die Beratungs-, Konzeptions-, Design-, Marketing- oder Redaktionsleistungen in der Online-Kommunikation innerhalb einer übergeordneten Dachmarkenarchitektur bzw. im Rahmen einer Dachmarken-Strategie enthalten haben.

Bitte laden Sie Ihre Referenzliste als Anlage in einer PDF-Datei im Arbeitsschritt "Eigene Anlagen" hoch.

Die nachfolgende Bewertung wird durch die Vergabestelle vorgenommen.

- ☐ Keine Angabe (0)
- ☐ keine Referenz (0)
- ☐ 1 Referenz (1)
- ☐ 2 Referenzen (2)
- ☐ ab 3 Referenzen (3)

Nur eine Antwort wählbar

7.4 Kriterium c)

Gewichtung: 25,00%

Maximalpunktzahl: 3

- c. Anzahl der Referenzen in Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber aus dem Bereich der öffentlichen Verwaltung (mind. oberste Landes- oder Bundesbehörde oder vergleichbar).

Gewertet wird die Anzahl an Projekten, die innerhalb der letzten drei Jahre erbracht wurden und von Auftraggebern aus der öffentlichen Verwaltung einer obersten Landes- oder Bundesbehörde (oder vergleichbar) sind.

Mindestanforderung:

Mindestens eine Referenz muss aus dem Bereich der öffentlichen Verwaltung mind. einer obersten Landes- oder Bundesbehörde (oder vergleichbar) stammen.

Bitte laden Sie Ihre Referenzliste als Anlage in einer PDF-Datei im Arbeitsschritt "Eigene Anlagen" hoch.

Die nachfolgende Bewertung wird durch die Vergabestelle vorgenommen.

- ☐ *Keine Angabe* (0)
- ☐ 1 Referenz (Mindestanforderung) (0)
- ☐ 2 Referenzen (1)
- ☐ 3 Referenzen (2)
- ☐ ab 4 Referenzen (3)

Nur eine Antwort wählbar

Typ	Dateiname	Größe	MIME-Type
-----	-----------	-------	-----------