Stadt und Landkreis Bayreuth bauen derzeit gemeinsam ein Regionales Gründungs- und Innovationszentrum (RIZ) auf dem Campus der Universität Bayreuth, für welches durch eine Agentur eine Corporate Identity und ein Markenauftritt konzipiert werden soll.

1. Das Regionale Gründer- und Innovationszentrum (RIZ) – Der Gegenstand des Konzeptes

1.1. Einführung

Die Region Bayreuth besitzt enormes Potenzial, durch die Verknüpfung von Forschung, Lehre und Transfer in die Unternehmen – insbesondere unter Einbindung von Gründern und StartUps – zusätzliche Wirtschaftskraft zu entwickeln. Um diesen Prozess strukturell maßgeblich zu unterstützen, bauen Stadt und Landkreis Bayreuth derzeit gemeinsam ein Gründungs- und Innovationszentrum (RIZ) auf, für welches durch eine Agentur eine Corporate Identity und ein Markenauftritt gemäß den nachstehend beschriebenen Leistungsbausteinen konzipiert werden soll.

Die Inbetriebnahme durch eine, zu gleichen Teilen von Stadt und Landkreis Bayreuth getragene und derzeit noch in Aufbau befindliche Gesellschaft, ist für das zweite Halbjahr 2028 vorgesehen. Derzeit entsteht am Campus der Universität Bayreuth das Gebäude, in welchem das Regionale Gründer- und Innovationszentrum untergebracht sein wird. Aktuell wird ein Konzept für die Innenarchitektur des Gebäudes entwickelt.

1.2. Aufgabenstellung

Für die Positionierung und Vermarktung des Gründungs- und Innovationszentrum wird nun eine Agentur gesucht, die eine eigenständige Markenidentität für die neu entstehende Einrichtung entwickelt (Leistungsbausteine CI und CD gemäß nachstehender Beschreibung) und deren Umsetzung begleitet.

Ziel des Auftrags ist die Entwicklung einer professionellen, modernen und zukunftsorientierten Marke für das „Regionale Gründungs- und Innovationszentrum“ von Stadt und Landkreis Bayreuth. Die Marke soll gleichermaßen die Grundzüge des RIZ verdeutlichen, die Inhalte emotional transportieren und die eingebundenen Stakeholder – insbesondere Gründende und Unternehmen – positiv ansprechen.

1.3. Das RIZ und seine Zielsetzung

Das RIZ will Gründenden in der Definitions- und Aufbauphase ihres Geschäftsmodells durch Infrastruktur, durch Begleitung/Beratung und durch Vernetzung Hilfestellung leisten. Hierfür stellt das RIZ die benötigten Räumlichkeiten bereit, gewährleistet durch die Ansiedelung auf dem Campus der Universität die notwendige Nähe zur Forschung und zur Expertise des Partners „Institut für Entrepreneurship und Innovation“ (IEI) der Universität Bayreuth) und fungiert als Plattform, welche Raum für Vernetzung, Transfer und Kooperation bieten wird.

Das RIZ legt hierbei seinen inhaltlichen Fokus auf innovationsgetriebene Vorhaben, bei welchen technologische, technische und wissensbasierte Lösungen entstehen. Dabei werden neben werden neben Gründenden auch Bestandsunternehmen aus der Region, insbesondere auch aus dem Bereich des Handwerks, angesprochen, welche im RIZ ihre Innovationsvorhaben umsetzen können.

1.4. Schnittstellen – was gerade entsteht und was bereits gegeben ist

- Farbkonzept der Innenarchitektur: in der Entstehungsphase (der Abstimmungsprozess mit dem Markenauftritt ist zu gewährleisten)
- Qualität und Typus der Innenraumgestaltung: in der Entstehungsphase
- Namensgebung: existiert/zur Beurteilung und Überarbeitung:
  Die Bezeichnung RIZ (Regionales Gründer- und Innovationszentrum) ist als Arbeitstitel nun bereits seit über 10 Jahren in der Diskussion. Da der Name begrifflich in Teilbereichen als etabliert betrachtet werden kann, gibt es Überlegungen, diesen auch beizubehalten (RIZ – Das Gründerzentrum s.a. Anhang). Dennoch ist dies im Rahmen der Leistungserbringung durch die Agentur professionell zu hinterfragen und durch weitere Alternativen zu ergänzen.
- Schriftzug auf der Fassade (s.a. Anhang): existiert; der Platzierung des Schriftzuges ist räumlich durch die Fassadengestaltung bereits ein gewisser Rahmen vorgegeben. Schriftzug an der Fassade ist natürlich der Entwicklung des Namens/Logos anzupassen
- Gesamtbild des Gebäudekomplexes: existiert
- Signaletik wird derzeit im Paket der innenarchitektonischen Gestaltung betrachtet/entwickelt. Eine Abstimmung mit dem Leistungspaket Corporate Identity und Markenauftritt ist nötig! Es soll ein deutlicher Wiedererkennungswert geschaffen werden.
- Es wurde ein umfangreiches Betriebskonzept erarbeitet, welches dem Auftragnehmer nach Beauftragung zur Verfügung gestellt wird.

1.5. Markenidentität

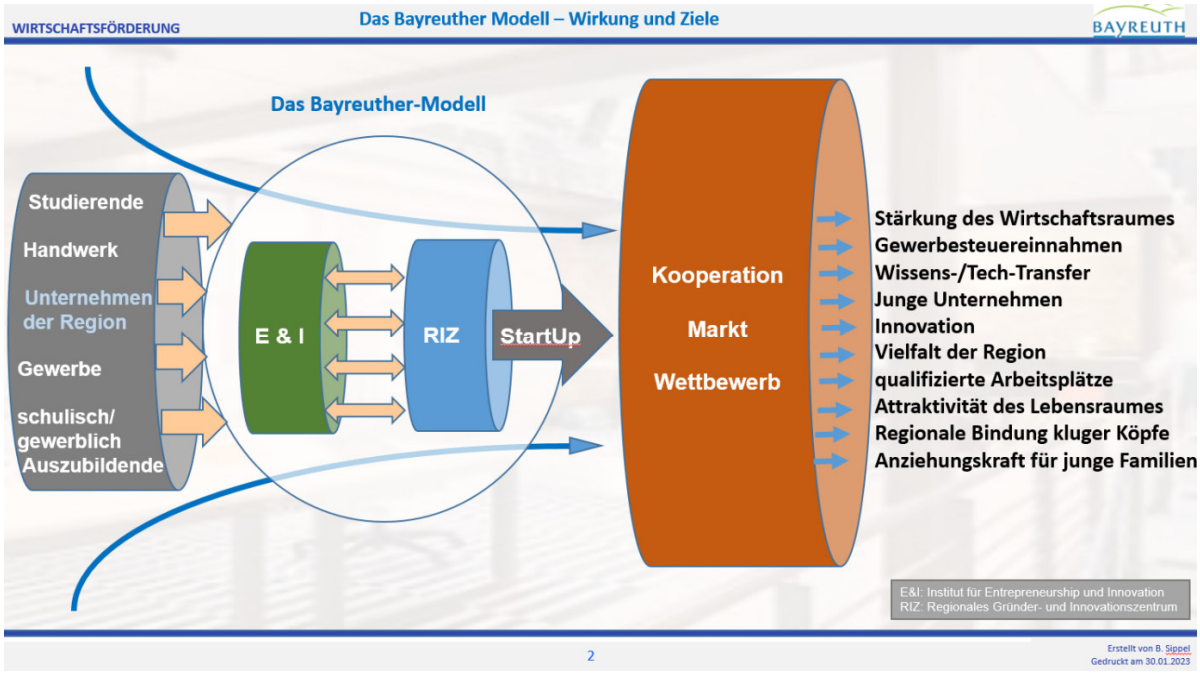
Das Gründerzentrum soll in seiner Präsentation und Außenwirkung folgende Merkmale und Charakteristika repräsentieren.

- Offenheit
- Transparenz
- Neugierde
- Idee-Innovation-Wirtschaftskraft als Wirkungszusammenhang
- Raum für Möglichkeiten
- Raum für Experimente
- Spielwiese
- Qualität und Zukunftsfähigkeit
- Ernsthaftigkeit und Belastbarkeit
- Freude am Machen
- Umsetzungskraft - Wirksamkeit
- Anschlussfähigkeit (unterschiedliche Fachgebiete und Gründungsschwerpunkte, unterschiedliche Altersgruppen der Gründenden, unterschiedliche Herkunft der Gründenden (Uni, Handwerk, aus Festanstellung, aus Unternehmen/Spin-Off, etc.))
- Strahlkraft in die oberfränkische Region (kein internationaler Wirkungsanspruch)

1.6. Zielgruppen:

- Gründende
- Etablierte Unternehmen
- Handwerk
- Universität und Forschungseinrichtungen
- Kammern als Vertreter der Unternehmerschaft
- Forschung/Institute
- Partner aus der Vor-Gründungsphase (Schulen, Berufsschulen etc.)
- Innovationsorientierte Menschen
- Öffentlichkeit

1.7. Funktionsweise des RIZ – Das Bayreuther Modell



Wesentlich ist die ganzheitliche Betrachtung der Wirkungskette von Forschung, Lehre und Transfer hin zu Gründung und Innovation mit nachhaltiger Strukturwirkung im Wirtschaftsraum.

Im Zentrum steht die enge konzeptionelle und inhaltliche Zusammenarbeit des Institutes für Entrepreneurship und Innovation (IEI) mit dem Regionalen Gründer- und Innovationszentrum (RIZ). Das IEI übernimmt dabei Kernfunktionen als Plattform für Forschung, Lehre und Transfer. Das beinhaltet in Hinblick auf gründungswillige und -fähige Jungunternehmer/-innen die Vermittlung der Grundlagen für Gründung, Entrepreneurship und Innovation.

Die Überführung in die praktische Phase der unternehmerischen Tätigkeit erfolgt dann im RIZ – immer mit Orientierung auf Praxis, Markt und Wettbewerb. Dies kann in der Konstellation des Bayreuther Modells sozusagen in einem durchgängigen Konzept aus einer Hand angeboten werden. Wir bilden so die komplette Wertschöpfungskette von der unternehmerischen Ausbildung über die Entwicklung von Geschäftsmodellen und die praktische Unternehmensgründung bis hin zur Umsetzung von Innovationsvorhaben in Wirtschaft und Gesellschaft durchgängig ab.

Auch Gründer aus dem Handwerk sollen in dieses Konzept eingebunden werden. Das Leistungsangebot des RIZ ist diesen spezifischen Anforderungen anzupassen.

In Richtung Markt ergänzen wir dies durch die Einbindung der Bestandsunternehmen. Diese können einerseits Leistungen des IEI aus den Themenbereichen „Bildung eines Unternehmens-Innovations-Ökosystems“ und „Schaffung Innovations-affiner Strukturen“ wahrnehmen. Andererseits bietet sich den Unternehmen der Region die Möglichkeit, mit konkreten prozess- und produkttechnischen Fragestellungen im Kreise der Start-ups im RIZ kompetente und innovative Partner zu finden.

Dieses Leistungsangebot im Verbund darstellen zu können, ist bislang einmalig und birgt enormes Potenzial für die Attraktivität und Entwicklung des Wirtschaftsraumes.

2. Angebotsinhalte und Leistungsumfang im Detail

Der Auftragnehmer erbringt die nachstehenden Leistungen. Der Leistungsumfang ist verbindlich. Erweiterungen sind im Angebot als Option auszuweisen.

Um eine Beurteilung der Angebote zur Auftragsvergabe zu ermöglichen, sind im Rahmen der Angebotserstellung mindestens zwei vergleichbare Referenzprojekte zu benennen und mit zugehörigen Arbeitsproben zu hinterlegen. Insbesondere Beispiele aus den Bereichen Logogestaltung, Farbkonzeption und Tonalität in Sprache und Erscheinung sind in der Darstellung von Referenzprojekten zu berücksichtigen.
Das Angebot soll einleitend eine kurze Zusammenfassung enthalten, welche das Projektverständnis und die Vorgehensweise des Auftragnehmers beschreibt.

Das Angebot soll weiterhin folgende Leistungsinhalte enthalten:

2.1 Leistungsbausteine der Corporate Identity

2.1.1 Beschreibung von Markenkern und Markenbotschaften

Auf Basis der oben beschriebenen Positionierung des RIZ, seiner Zielsetzungen und Zielgruppen sowie Kooperationspartner, sind die wesentlichen Markenmerkmale, Alleinstellungsmerkmale und Markenbotschaften herauszuarbeiten.

Im Wesentlichen sollen folgende Schritte enthalten sein.

- Durchführung mindestens eines Markenworkshops mit dem Auftraggeber (KW02/27)
- Ableitung von Markenkern, Markenwerten, Positionierung und Markenversprechen in einem Strategiepapier

Dieses Strategiepapier soll insbesondere verdeutlichen:

- welchen Nutzen das Gründungs- und Innovationszentrum für seine Nutzerinnen und Nutzer stiftet,
- welche Rolle es für die wirtschaftliche und innovative Entwicklung der Region einnimmt,
- welche Werte und welches Selbstverständnis die Marke repräsentiert.

Die Ergebnisse sind in einer Markenstrategie zu dokumentieren. Diese bildet die Grundlage für alle weiteren Leistungen im Rahmen des Projekts, insbesondere für die Entwicklung des Namens, des Corporate Designs sowie der Kommunikations- und Marketinginstrumente. Die Markenstrategie ist dem Auftraggeber vorzustellen.

2.1.2 Namensbildung

Wie bereits beschrieben, ist der Name „RIZ-Das Gründerzentrum“ über die Projektlaufzeit als Arbeitstitel bereits zu einem gewissen Grad eingeführt. Wir bitten daher zum einen um Bewertung des Namens hinsichtlich Umsetzbarkeit, Wiedererkennung etc.

Zum anderen sind im Leistungsumfang mindestens drei alternative Namensvorschläge zu erarbeiten (incl. Herleitung und Begründung). Unabhängig von der Entscheidung für den bestehenden oder einen neuen Namen soll eine starke, eigenständige und unverwechselbare Marke entwickelt werden,

die die besonderen Stärken des Standorts und die Zielsetzung des Gründungs- und Innovationszentrums sichtbar macht. Die Marke soll Aufbruch, Innovationskraft, Vernetzung, Zukunftsorientierung sowie Qualitätsverpflichtung vermitteln und gleichzeitig die regionale Verankerung des Zentrums zum Ausdruck bringen.
Hierbei ist auch die Verfügbarkeit und Schutzfähigkeit des Namensvorschlags zu berücksichtigen und zu dokumentieren.

Der finale Vorschlag ist nach Auswahl durch den Auftraggeber (AG) nach den beschriebenen Maßgaben (vgl. auch mit Vorgaben der weiteren Leistungsbausteine) umzusetzen.

2.2 Leistungsbausteine des Corporate Design

Die gestalterischen Elemente des Außenauftrittes sind als strukturierte Zusammenfassung in einem CD-Manual darzustellen.

2.2.1 Anforderungen an die Gestaltung

- Wiedererkennbarkeit: eigenständig, einprägsam, klar abgrenzbar vom Wettbewerb (z.B. andere Gründerzentren in Nordbayern)
- Zielgruppenorientierung: modern und offen für Gründer, zugleich seriös für Investoren und Partner aus Wirtschaft, Handwerk und Forschung. Das Erscheinungsbild soll die Bedürfnisse und Erwartungen der genannten Zielgruppen ansprechen.
- Skalierbarkeit: funktionsfähig in kleinen und großen Formaten, ein- und mehrfarbig, digital, in allen gegebenen Anwendungsbereichen
- Barrierefreiheit: ausreichende Kontraste, Lesbarkeit und Berücksichtigung digitaler Barrierefreiheit.
- In Hinblick auf die Zielgruppen und die internationale Ausrichtung im universitären Umfeld ist für alle Konzeptbausteine auch die Umsetzbarkeit in englischer Sprache zu gewährleisten.
- Anschlussfähigkeit insbesondere hinsichtlich des Kooperationspartners IEI der Universität Bayreuth
- Regionalbezug: Verbindung zu Bayreuth und der Region

2.2.2 Farbkonzept

Es sind im Grobkonzept drei alternative Farbkonzepte zu skizzieren, von welchen nach Auswahl durch den AG das festgelegte nach den beschriebenen Maßgaben umzusetzen ist.
Das Farbkonzept ist so zu gestalten, dass auch die Umsetzbarkeit in der innenarchitektonischen Realisierung ermöglicht wird.
Es sind für die einzelnen Farbaspekte die vorgesehenen Anwendungsbereiche zu definieren.
Farbkonzepte sind mit Primär- und Sekundärfarben, Werten für Print und Bildschirm (CMYK, RGB, HEX, ggf. Pantone) zu beschreiben. Der Auftragnehmer nimmt auf Bitte des Auftraggebers die Abstimmung der farblichen Konzeption mit dem beauftragten Büro für Innenarchitektur wahr.
Um dem Innenarchitekten die abgestimmte Bearbeitung seines Aufgabenpaketes zu ermöglichen, müssen in KW 5/2027 die Farbkonzepte dem Auftraggeber zur Entscheidung vorgelegt werden.

2.2.3 Typografie

Für die Typographie sind dem Auftraggeber drei alternative Konzepte in Verbindung mit dem Farbkonzept vorzulegen (incl. Beschreibung, Wirkungsdifferenzierung, Empfehlung).

Folgende Aspekte und Kriterien sind zu berücksichtigen:

- Schriftwahl mit Abstimmung zu Marke und Image
- Lesbarkeit und Barrierefreiheit
- Typographische Hierarchie (Headlines, Subtitles, Fließtext, schnelle Erfassbarkeit)
- Kompatibilität zu gängigen Anwendungen (CMS, Textverarbeitung, Layout, Anwendungssoftware etc.)
- Gewährleistung von Lizensierung und Nutzungsrechten

2.2.3 Logo als Wort-Bild-Marke:

Es sind drei Vorschläge zu erarbeiten, welche dem Auftraggeber zur Auswahl dienen sollen. Der gewählte Vorschlag ist gegebenenfalls in Feinabstimmung mit dem Auftraggeber anzupassen. Es sind die Maßgaben zur Anwendung des Logos/der Wort-Bild Marke (u.a. unterschiedliche Farbgestaltungen, Größen der Anwendung, zulässige Kombinationen, Richtlinien für Print und Internet-/SocialMedia-Anwendung, Vorgabe der Schutzräume) zu definieren und zu beschreiben.

2.2.4 Corporate Language und Slogans

- Entwicklung eines Claims/Slogans in mehreren Varianten (Achtung: direkte Abstimmung mit der Wort-Bild-Marke)
- Erarbeitung zentraler Kernbotschaften, die die wesentlichen Inhalte, Ziele, Mehrwerte und Alleinstellungsmerkmale des Gründungs- und Innovationszentrums an unterschiedliche Zielgruppen vermitteln.
- Definition und Beschreibung der Tonalität in Sprache und Bild/Kommunikationsleitlinien (incl. standardisierte Textbausteine)
- Wiederkehrende Gestaltungselemente incl. Icons etc. (Berücksichtigung des Zusammenspiels mit der Komponente Signaletik der innenarchitektonischen Ausgestaltung)

2.2.5 Geschäftsausstattung und Standardvorlagen

Auf Grundlage des entwickelten Corporate Designs sind die wesentlichen Elemente der Geschäftsausstattung sowie standardisierte Vorlagen für die interne und externe Kommunikation des Gründungs- und Innovationszentrums zu gestalten. Ziel ist ein professionelles, einheitliches Erscheinungsbild in allen schriftlichen und digitalen Kommunikationsprozessen. Die zu entwickelnden Vorlagen sollen den Mitarbeitenden des Gründungs- und Innovationszentrums eine einfache und konsistente Anwendung der Corporate-Design-Richtlinien gemäß CD-Manual ermöglichen und sowohl für den laufenden Geschäftsbetrieb als auch für Marketing- und Netzwerkaktivitäten nutzbar sein.

Der Leistungsumfang umfasst:

- **Briefpapier**

Gestaltung eines offiziellen Briefbogens unter Berücksichtigung der Anforderungen an die externe Korrespondenz des Gründungs- und Innovationszentrums. Das Layout soll die wesentlichen Gestaltungselemente der Marke aufgreifen und eine professionelle sowie rechtssichere Darstellung von Anschrift, Kontaktdaten und weiteren Pflichtangaben ermöglichen. Es sind Vorlagen für digitale Anwendungen bereitzustellen.

- **PowerPoint-Vorlage**

Entwicklung einer professionellen Präsentationsvorlage für interne und externe Einsatzzwecke. Die Vorlage soll als Mindestumfang Layouts für folgende Foliensätze enthalten:

  - Titelfolie
  - Agenda
  - Inhaltsfolien
  - Bild- und Textfolien
  - Diagramm- und Statistikfolien
  - Abschlussfolie
  - Kontaktfolie

- **Visitenkarten**

Gestaltung von Visitenkarten für Mitarbeitende des Gründungs- und Innovationszentrums. Die Visitenkarten sollen das Corporate Design konsequent umsetzen und sowohl in gedruckter Form als auch für digitale Kontaktformate geeignet sein.

- **E-Mail-Signaturen**

Entwicklung standardisierter E-Mail-Signaturen zur einheitlichen Darstellung des Gründungs- und Innovationszentrums in der digitalen Kommunikation. Die Signaturen sollen die wesentlichen Kontaktdaten enthalten sowie die Integration von Logo, Internetauftritt und gegebenenfalls Verweisen auf Social-Media-Kanäle ermöglichen. Die Signaturen sind für die gängigen E-Mail-Anwendungen nutzbar bereitzustellen.

- **Dokumentenvorlagen**

Gestaltung standardisierter Vorlagen für häufig genutzte Dokumente des Gründungs- und Innovationszentrums. Hierzu zählen insbesondere:

  - Word-Vorlagen für Berichte und Veröffentlichungen
  - Besprechungs- und Protokollvorlagen
  - Veranstaltungs- und Informationsblätter

Die Vorlagen sollen eine einfache Anwendung im Arbeitsalltag ermöglichen und zu einem konsistenten Erscheinungsbild sämtlicher Dokumente beitragen.

Die vollständig gestaltete Geschäftsausstattung einschließlich aller Layoutvorlagen ist in bearbeitbarer digitaler Form bereitzustellen. Sämtliche Vorlagen sind so zu liefern, dass sie nach Projektabschluss eigenständig durch das Gründungs- und Innovationszentrum genutzt und gepflegt

werden können. Dazu gehören insbesondere druckfähige Dateien sowie editierbare Vorlagen für die Microsoft-365-Anwendungen Word, PowerPoint und Outlook.

2.2.6 Digitale Präsenz

Zur erfolgreichen Positionierung des Gründungs- und Innovationszentrums ist ein professioneller digitaler Markenauftritt zu entwickeln. Ziel ist die Schaffung einer schlüssigen, digitalen Kommunikationsstrategie, welche die Zielgruppen des Zentrums wirksam anspricht, die Sichtbarkeit der Einrichtung erhöht und die Akquise von potenziellen Mietern, Gründenden, Unternehmen, Partnern unterstützt.

Die digitale Präsenz soll die Rolle des Gründungs- und Innovationszentrums als Innovations-, Netzwerk- und Begegnungsort widerspiegeln und einen modernen, zukunftsorientierten Eindruck vermitteln.

In diesem Leistungsumfang ist insbesondere auch auf die Umsetzung in englischer Sprache von hoher Bedeutung.

Der Leistungsumfang umfasst folgende Bausteine:

- **Website-Struktur**

Entwicklung einer nutzerorientierten Informations- und Navigationsstruktur für den Internetauftritt des Gründungs- und Innovationszentrums. Die Konzeption soll insbesondere auf die Bedürfnisse der wesentlichen Zielgruppen ausgerichtet sein und nachvollziehbar darstellen, wie Informationen zu den Angeboten, Räumlichkeiten, Veranstaltungen, Ansprechpartnern etc. leicht auffindbar bereitgestellt werden können.

Hierfür ist ein strukturierter Seitenbaum einschließlich der wesentlichen Inhaltsbereiche zu entwickeln. Zu berücksichtigen sind unter anderem:

  - Startseite
  - Über das Gründungs- und Innovationszentrum
  - Angebote und Services
  - Miet- und Nutzungsmöglichkeiten
  - Veranstaltungen und Termine
  - Netzwerk und Partner
  - News
  - Erfolgsgeschichten
  - Ansprechpartner, Kontakt- und Anfragemöglichkeiten
  - Rechtliche Hinweise (AGBs, etc.)
  - Förderhinweise (STMWI, Gründerland etc.)
  - Online Terminvereinbarung

- **Social-Media-Auftritt**

Entwicklung eines Konzepts für die Nutzung sozialer Medien zur Bekanntmachung des Gründungs- und Innovationszentrums sowie zur Ansprache relevanter Zielgruppen. Das Konzept soll insbesondere Empfehlungen enthalten zu:

  - geeigneten Plattformen
  - Kommunikationszielen
  - Zielgruppenansprache
  - Inhaltsschwerpunkten
  - Veröffentlichungsrhythmus
  - Bild- und Videoinhalten
  - Community Management

Darüber hinaus sind exemplarische Formate für die Kommunikation von Veranstaltungen, Gründungsgeschichten, Netzwerkaktivitäten, Projektfortschritten und weiteren relevanten Themen zu entwickeln. Es sind entsprechende Vorlagen zu erarbeiten und als Canva-Format bereitzustellen.

- **Optionale Leistung: Technische Umsetzung der Website**

Optional sollen die Bieter die technische Umsetzung der Website als Zusatzleistung anbieten.

Hierfür ist darzustellen:

10

  - welches Content-Management-System eingesetzt werden soll,
  - wie Wartung und Pflege erfolgen können,
  - welche technischen und datenschutzrechtlichen Anforderungen berücksichtigt werden,
  - welche Möglichkeiten zur späteren Erweiterung bestehen,
  - welche einmaligen und laufenden Kosten zu erwarten sind.

Die Entscheidung über die Beauftragung dieser Leistung bleibt dem Auftraggeber vorbehalten und erfolgt gegebenenfalls gesondert.

3. Allgemeine Rahmenbedingungen und Anforderungen

3.1 Lieferumfang und Formate

- Logo-Dateien als Vektorgrafik (SVG, EPS/PDF) und Pixelformate (PNG), je in Farbe, Schwarz-Weiß und Negativ-Variante
- Dem Anwendungszweck entsprechend sind Vorlagen und Formate auch im Canva-Format bereitzustellen.
- Alle Unterlagen, Zusammenfassungen, Manuels oder Strategiepapiere sind als pdf-Format und in einem bearbeitbaren Format (Standard-Anwendungssoftware) bereitzustellen.
- Alle Arbeitsdateien und Schriftlizenzen, soweit zur Nutzung erforderlich
- Übergabe in einer strukturierten Dateiablage inklusive Kurzanleitung
- Weitere Lieferumfänge, soweit sie sich aus der Beschreibung der einzelnen Leistungsbausteine ergeben

3.2 Nutzungsrechte

Der Auftraggeber erhält mit Abnahme und Zahlung die ausschließlichen, zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkten Nutzungs- und Bearbeitungsrechte an allen Ergebnissen, einschließlich des Rechts zur Weiterentwicklung und Übertragung an Dritte. Der Auftragnehmer sichert zu, dass die gelieferten Arbeiten frei von Rechten Dritter sind und verwendete Fremdelemente (Bilder, Schriften, Icons) lizenziert sind. Etwaige Einschränkungen sind im Angebot offenzulegen.

3.3. Verfahren und Fristen

- 1. Angebotsabgabe bis: 30.11.2026
- AG wählt aus den vorgelegten Angeboten die beiden wettbewerbsfähigsten Angebote für den weiteren Prozess aus: erfolgt bis 03.12.2026
- Präsentation der Angebote (Pitch, Präsenz am Dienstsitz des AG, alternativ als Videokonferenz) am: 09.12.2026 (nachmittags), Dauer 30 Minuten inklusive Fragen
- Entscheidung/Beauftragung bis 14.12.2026
- Eine Aufwandsentschädigung für die Angebotsabgabe und die Präsentation erfolgt nicht.
- Durchführung eines Kick-Off-/Marken-Workshop nach Beauftragung in KW 02/2027
- Die Erbringung der geforderten Leistungen soll bis 01.05.2027 abgeschlossen sein.
- Die Auftragsvergabe erfolgt auf Basis dieser Angebotseinholung als Direktvergabe.

3.4 Kriterien zur Bewertung Ihres Angebotes

Die Bewertungskriterien, nach welchen der AG die Bewertung der vorgelegten Angebote vornimmt, finden Sie in der nachstehenden Übersicht.

Kriterium	Gewicht	Bewertungsmaßstab
Konzeptidee und strategischer Ansatz	30 %	Schlüssigkeit, Bezug zur Aufgabe, Erfüllungsgrad der Anforderungen gem. Anfrage
Referenzen und kreative Umsetzungskompetenz	25 %	Qualität, Originalität
Team, Projektorganisation, Termine	10 %	Qualifikation, Ablauf, Kapazität
Regionalbezug und Standortverständnis	5 %	Kenntnis der Region, Netzwerk
Preis	30 %	Preis-Leistungs-Verhältnis
Summe	**100 %**	

3.5 Anforderungen, Referenzen und Rahmenbedingungen

Für die Angebotserstellung berücksichtigen Sie bitte die folgenden Anforderungen/Inhalte:

- Im Angebot sind darzustellen mindestens zwei vergleichbare Referenzprojekte aus den letzten fünf Jahren unter besonderer Berücksichtigung der Darstellung von Arbeitsergebnissen aus den Bereichen Logogestaltung, Farbkonzeption und Tonalität in Sprache und Erscheinung
- Benanntes Projektteam mit Qualifikationen (Strategie, Design, Text)
- Verfügbarkeit der Kapazitäten zur Umsetzung des Auftrages durch den Auftragnehmer im geplanten Zeitraum
- Erfahrung aus den Bereichen Gründer/Innovation/Wissenschaft, öffentlichen Auftraggebern (wünschenswert)
- Kenntnis der Region Bayreuth und ihrer Akteure (wünschenswert)
- Die Angebotserstellung wird nicht vergütet.
- Im Angebot sind mindestens vier Termine zur Absprache mit dem AG vor Ort in Bayreuth zu berücksichtigen (sonstige Abstimmung kann per Video-Konferenz erfolgen) und gesondert auszuweisen.
- Im Angebot sind mindestens vier Präsentationstermine in den kommunalen Gremien zu berücksichtigen und gesondert auszuweisen.
- Die Aufwendungen für die Präsenztermine in Bayreuth (Absprachen mit dem Auftraggeber und Gremienpräsentationen) sind im Angebot gesondert auszuweisen.
- Die Leistungsumfänge sind gemäß den beschriebenen Leistungspaketen jeweils separat und als Gesamtkosten auszuweisen.

- Benennen Sie bitte die jeweiligen Stunden- und Tagessätze, sowie gegebenenfalls anfallende Nebenkosten (Reisekosten u.ä.) zur Bewertung von Zusatzleistungen außerhalb des beschriebenen Anfrageumfangs.
- Mit der Angebotsabgabe werden die erforderlichen Termine gemäß Anfrage bestätigt (s.a. 3.3).
- Erklärung, wonach sämtliche erworbene bzw. ausgetauschten Informationen ausschließlich mit der Zustimmung der Stadt Bayreuth an Dritte weitergegeben werden dürfen.
- Zeitraum, in dem Sie sich an Ihr Angebot gebunden halten.
- Im Rahmen der Angebotsabgabe erbitten wir von Ihnen eine Aussage darüber, welche konkreten Unterstützungsleistungen Sie von Stadt und Landkreis Bayreuth für die Bearbeitung benötigen.
- Der Auftraggeber behält sich vor, den Prozess zur Auftragsvergabe zu modifizieren oder abzubrechen. Hieraus erwächst keine Anspruchsgrundlage seitens des Anbieters gegenüber der Stadt Bayreuth.
- Die angegebenen Termine dienen der Orientierung und können sich im Verlauf des Projektes ändern. Hieraus erwächst keine Anspruchsgrundlage seitens des Anbieters gegenüber der Stadt Bayreuth.

3.6 Adresse, Kontakt

Die Angebote bitten wir Sie per Mail an folgende Adresse zu richten:

Stadt Bayreuth
Amt für Wirtschaftsförderung
Wilhelm-Pitz-Straße 1
95444 Bayreuth
wirtschaftsfoerderung@stadt.bayreuth

Kontakt für Rückfragen:

Stadt Bayreuth
Amt für Wirtschaftsförderung
Sekretariat
Wilhelm-Pitz-Straße 1
95444 Bayreuth
Tel.: 0921 – 25 1583

Oder

Bernhard Sippel
Amt für Wirtschaftsförderung
Wilhelm-Pitz-Straße 1
95444 Bayreuth
Tel.: 0921 – 25 1194
bernhard.sippel@stadt.bayreuth.de

4. Anhang: Bildmaterial zur Veranschaulichung

4.1

Außenansicht (Blickrichtung vom Vorplatz, Fassade RIZ alte Version o. rote Lisenen, wird in der dargestellten Farbe der Lisenen nicht umgesetzt), rechts schließt das Gebäude des Instituts für Entrepreneurship und Innovation der Universität Bayreuth an)



Quelle: TenBrinke Projektentwicklung GmbH & Co. KG (Planansichten, KI unterstützte Darstellung)

4.2

Außenansicht mit Blickrichtung vom RW-Gebäude (mit neuer Fassadengestaltung incl. roter Lisenen, zur Umsetzung entschieden)



Quelle: TenBrinke Projektentwicklung GmbH & Co. KG (Planansichten, KI unterstützte Darstellung)

4.3

Innenansicht Empfangsbereich/Foyer (Erstentwurf des Totalunternehmers, die tatsächliche Ausgestaltung wird derzeit bearbeitet)



Quelle: TenBrinke Projektentwicklung GmbH & Co. KG (Planansichten, KI unterstützte Darstellung)

4.4

Der Name und die Darstellung wurden bereits zu verschiedenen Anlässen genutzt. Wie in den Leistungspaketen beschrieben, soll der Name hinsichtlich Aussagekraft und Sinnhaftigkeit (Wirkung im Gesamtkonzept) bewertet werden. Ergänzend sollen Alternativen entwickelt werden. Die optische Gestaltung ist in keiner Weise vorgegeben und kann geändert oder neu konzipiert werden.

RIZ
Das Gründerzentrum