



```
<link rel="apple-touch-icon"
href="/static/sys/logos/apple"
<meta http-equiv="pics-label"
"http://www.iera.org/ratingsv
Aonline EN v2.0" l gen true fo
vz 1 lz 1 oz 1 cz 1) gen true
briegel.de" r (nz 1 vz 1 lz 1
true for "http://service.brieg
1 lz 1 oz 1 cz 1) gen true fo
ivwbox.de" r (nz 1 vz 1 lz 1 c
for "http://adserv .quality-ch
1 lz 1 oz 1 cz 1)"http://www.r
1.html" l gen true for "http:
briegel.de" r (n 0 s 0 v 0 l 0
"http://service.award.de" r (
for "http://briegel.ivwbox.de
) gen true for<link rel="alter
"http://adserv.quality-channel
<link rel="alternate" type="ap
NE RSS supersalatzeilen" href=
award.de/anzeigen/index.rss"
```

Innovationspolitik, Informationsgesellschaft, Telekommunikation

NEG Website Award 2011

Die Preisträger

Redaktion

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)

KEG Saar – Kompetenzzentrum für
elektronischen Geschäftsverkehr Saar
c/o Zentrale für Produktivität und
Technologie Saar e. V.
Franz-Josef-Röder-Straße 9
66119 Saarbrücken
E-Mail: info@keg-saar.de
www.kegsaar.de

Kompetenzzentrum Elektronischer
Geschäftsverkehr Rheinland-Pfalz KLICK
c/o IHK Zetis GmbH
Europaallee 10
67657 Kaiserslautern
E-Mail: hess@zetis.de
www.klick-rlp.de

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Druck

Silber Druck oHG, Niestetal

Bildnachweis

KEG Saar

**Herausgeber**

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit/L2
10115 Berlin
www.bmwi.de

Stand:

Juni 2011



Das Bundesministerium für Wirtschaft und
Technologie ist mit dem audit berufundfamilie®
für seine familienfreundliche Personalpolitik
ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von
der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der
Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr

Innovationspolitik, Informationsgesellschaft, Telekommunikation

NEG Website Award 2011

Die Preisträger

Inhalt

NEG Website Award 2011	3
Bundespreisträger	4
Platz 1: www.sonntagmorgen.com	4
Platz 2: www.sitzfeldt.com	6
Platz 3: www.bessersehen.eu	7
Publikumspreis: www.sbn.de	8
Anerkennung: www.startnext.de	9
Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr	10
Jurymitglieder	12

NEG Website Award 2011



Informationen zum Wettbewerb

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) vergibt 2011 bereits zum fünften Mal den NEG Website Award. Teilnehmen konnten Unternehmen mit maximal 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie einem maximalen Jahresumsatz von 50 Millionen Euro. Nachdem in allen Bundesländern Wettbewerbe durchgeführt worden sind, wurden aus dem Kreis der Landessieger in der zweiten Stufe die Bundessieger ermittelt. Zusätzlich wird zusammen mit den Medienpartnern „Computerwoche“, „Markt und Mittelstand“ und „e-commerce Magazin“ mittels Online-Abstimmung ein Publikumspreis vergeben.

Die von einer neutralen Jury ausgewählten Websites zeigen die Bandbreite, innerhalb derer das Internet als Marketing- und Vertriebsinstrument eingesetzt werden kann. Sie zeigen außerdem, wie zielgruppenorientierte Information und Kommunikation aussieht und wie das Internet zur Geschäftsanbahnung bis hin zum Vertragsabschluss genutzt werden kann.

Die Qualität der eingereichten Websites wurde nach folgenden Kriterien bewertet:

- ▶ Zielgruppenansprache/Inhalt/Mehrwert für die Zielgruppe
- ▶ Benutzerfreundlichkeit (Funktion/Navigation/Formales und Sicherheit)
- ▶ Darstellung/Gestaltung
- ▶ Technische Umsetzung
- ▶ Interaktivität/Reaktion auf Kundenanfragen
- ▶ Rechtskonformität (z. B. Impressum, Informationspflicht, Anbieterkennzeichnung)

Rund 2.150 Unternehmen aus Handel, Industrie, Handwerk und Dienstleistung haben sich mit ihrer Website dem Wettbewerb gestellt. Die Broschüre stellt die Gewinner vor und bietet anderen Unternehmen damit Anregungen und eine Orientierung bei der Konzeption ihres eigenen Internet-Auftritts.

Bundespreisträger 1. Platz www.sonntagmorgen.com



Begründung der Jury



www.sonntagmorgen.com nutzt gekonnt die Möglichkeiten des Web und zeigt, was einen modernen Internetauftritt ausmacht: kundenorientierte Angebote, die Einbindung des Kunden mittels Newsletter, RSS-Feed, Blog oder Partnerprogramme, und die gelungene Integration sozialer Medien wie Facebook, Twitter oder StudiVZ. Damit folgt die Website dem Zeitgeist und geht genau auf ihre Zielgruppe ein, die sich in diesen Medien aufhält.

Bereits auf der Startseite sind die wichtigsten Infos prominent platziert: frisch geröstet und verpackt, fair und nachhaltig, Dein Text auf dem Etikett, Jetzt Kaffee mischen! Dies trifft den Trend zur Personalisierung.

Der sympathisch gestaltete Shop mit intuitiver Nutzerführung bietet dem Interessierten alles rund um den Kaffee, wobei ausschließlich hochwertige Ware aus nachhaltigem, gerechtem Anbau verkauft wird. Über die Herkunft und den Charakter der Kaffeebohne informiert die „Kaffeewelt“. Der Kunde kann neben besonderen Kaffeesorten auch eigens kreierte Mischungen mit einem individuellen Etikett bestellen, und den Kaffeegenuss bewerten. Die angebotenen Zahlungsverfahren decken sich mit den Zahlvorlieben der meisten deutschen Internetnutzer.

Die in einem ansprechenden Design gestaltete Website bietet Informationen dort, wo sie erwartet werden. Dies schafft Transparenz und Vertrauen. Sie macht mit ihrer Mischung aus traditioneller Kaffeekunst und modernen Kommunikationsmöglichkeiten Lust, sich seinen Kaffee selbst zu mischen und im Shop einzukaufen, auch wenn er etwas teurer ist als im Laden.

In der Gesamtbetrachtung ist es der Website im Vergleich mit allen nominierten Seiten am besten gelungen, die Bewertungskriterien zu erfüllen. Dafür wurde sie mit Platz 1 beim NEG Website Award 2011 ausgezeichnet.

Zum Unternehmen und seiner Website

Sonntagmorgen Kaffee vertreibt seit 2008 frisch geröstete Spezialitätenkaffees der eigenen Marke über den Online-Shop www.sonntagmorgen.com. Als erster Kaffee-Versender bietet Sonntagmorgen seinen Kunden an, aus den unterschiedlichsten reinen Kaffeesorten seinen eigenen „Blend“ zu kreieren. Der Kaffee wird auf Kundenwunsch gemischt und mit seinem Wunsch-Etikett versehen. Die Kreationen der Kunden werden auch im Sonntagmorgen-Shop ausgestellt und können dort bewertet und kommentiert werden. Außerdem gibt es im Shop Zubehör rund um den Kaffee.

Sonntagmorgen legt Wert auf umfassende und verständliche Information. So ist die Herkunft der Kaffees, wo möglich, sogar mit Adresse und Google Maps-Einbindung angegeben, Eigenschaften der Kaffees und Mahlgrade werden per Tooltipp erklärt und mit Icons visualisiert. Für seine Kunden und Interessierte ist Sonntagmorgen neben Mail, Hotline und Kontaktformular auch per Facebook und Twitter erreichbar. Im Blog informiert das Team über Hintergründe der Kaffeesorten, Kaffeezubereitung und die Unternehmensentwicklung.

Die Seite basiert auf dem Shopsystem Oxid eShop. Sie benutzt CSS 3 unter anderem für die Einbindung der Hausschriftart und setzt jQuery für Animationen ein. Für die Abwicklung der Prozesse in Produktion und Versand wurde ein eigenes Backend auf Basis des OXID-Frameworks entwickelt. Die individuellen Kaffee-Labels werden druckfertig von einer eigenen Web-Applikation generiert.

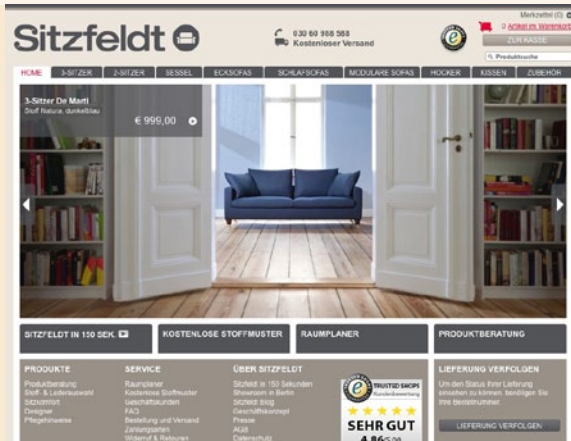
Kontakt

Sonntagmorgen Kaffee
Mendelstraße 11
48149 Münster

Beratung und technische Umsetzung

Leonard Kramer

Bundespreisträger 2. Platz www.sitzfeldt.com



Begründung der Jury



Die Website www.sitzfeldt.com ist ein gelungenes Beispiel dafür, wie junge und innovative Unternehmen ihre Produkte erfolgreich online vertreiben. Der Qualitätsanspruch zieht sich wie ein roter Faden durch die Website: von der Imagebildung über die individuell anpassbaren Designersofas und der virtuellen Raumplanung bis hin zum hochwertigen Design und der hervorragenden technischen Umsetzung.

Die Seite vermittelt zu jeder Zeit den Eindruck, dass hier kein anonymes Unternehmen Sofas verkauft sondern ein Team, das seine Firmenphilosophie offen und gekonnt darstellt und dem Besucher Einblick in seine Arbeit gewährt. Damit gelingt es Vertrauen zu schaffen und ein Produkt im Internet zu vertreiben, das man normalerweise vor dem Kauf erst anfassen und ausprobieren will. Dazu tragen auch die umfassenden Informationen zu den Sitzmöbeln und Stoffen, die Präsentation der Sofas in realistischen Wohnszenarien, die Auswahl und ständige Sichtbarkeit der Bezahlmethoden, der Hinweis auf kostenlosen Versand und die prominente Platzierung des Trusted Shops-Gütesiegels bei. Das jüngere Zielpublikum wird insbesondere durch die Nutzung und Interaktion mit sozialen Netzwerken und einen Weblog angesprochen, der aus dem Alltag des Unternehmens berichtet. Die Jury hat hierfür den 2. Platz vergeben.

Zum Unternehmen und seiner Website

Sitzfeldt® entwickelt eigene Designersofas und wählt als Vertriebskanal die Website www.sitzfeldt.com. Qualitätsbewusstsein steht dabei für das junge Unternehmen an oberster Stelle.

Produzenten und Materialien kommen deshalb einzig und alleine aus Europa. Dank des Online Direktvertriebs – ganz ohne Zwischenhändler – ist es Sitzfeldt möglich, diese qualitativ hochwertige Markenproduktion und eine intensive Kundenbetreuung bei einem Preisniveau zwischen 700 und 2.300 Euro für ein Sofa anzubieten.

Der Online Shop macht Möbel im Internet erlebbar: Die Sofas und Sessel aus insgesamt 13 Produktlinien in verschiedenen Bezügen und Farben werden übersichtlich und benutzerfreundlich präsentiert. Dank Zoom-Funktion kann der Kunde jedes Produkt genau unter die Lupe nehmen und mit dem Online Raumplaner virtuell zu sich nach Hause holen. Zusätzlich bietet Sitzfeldt einen kostenlosen Stoff- und Lederprobenversand an, um einen noch besseren Eindruck von Aussehen und Haptik der Sofas zu vermitteln.

Bei individuellen Fragen berät das Sitzfeldt-Team auch persönlich am Telefon. Erst seit Dezember 2010 ist www.sitzfeldt.com online. Sitzfeldt ist mehr als zufrieden mit dem Start des Online Shops: Schon im Januar wurden die ersten Sofas ausgeliefert und seitdem wachsen die Klickraten und das Bestellvolumen stetig. Seit März kann man die Sofas im Berliner Showroom auch Probesitzen.

Kontakt

Sitzfeldt®
Bessemerstraße 2-14
12103 Berlin

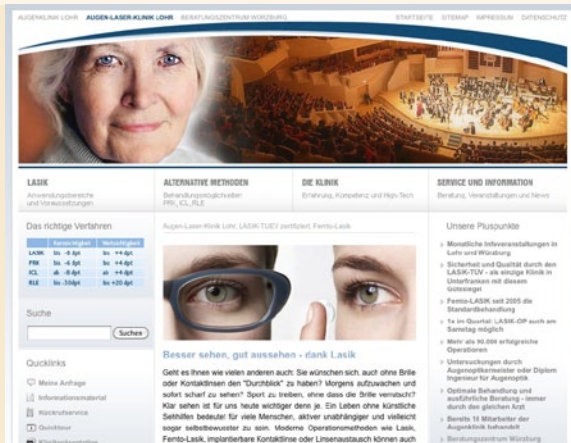
Webdesign

Süsses + saures (Matthias Christian)
www.suessesundsaueres.com

Programmierung

Forward-media.de (Tobias Christian)
www.forward-media.de

Bundespreisträger 3. Platz www.bessersehen.eu



Zum Unternehmen und seinem Webshop

Seit 1995 werden in der Augen-Laser-Klinik Lohr Laseroperationen durchgeführt. Der Schwerpunkt liegt auf der Korrektur von Kurz-, Weitsichtigkeit und Hornhautverkrümmung. Die LASIK-Methode ist ein häufig eingesetztes Verfahren zur Verbesserung der natürlichen Sehschärfe und findet weltweit millionenfach Anwendung. Die Qualitätsstandards der Einrichtung werden jährlich durch den TÜV Süd in Form des LASIK-TÜVs überprüft und ausgezeichnet.

Die Qualitätsansprüche spiegeln sich auch im Internetauftritt wider. Den ersten eigenen Internetauftritt konnte man bereits 1996 betrachten. Seitdem werden die Inhalte von Mitarbeitern der Klinik wöchentlich gepflegt und aktualisiert. Um dem steigenden Informationsbedarf, der Technik und den Bedürfnissen der Nutzer gerecht zu werden, folgten mit den Jahren fünf Neugestaltungen und Umprogrammierungen.

Die Website legt Wert auf logischen Aufbau und erläutert den umfangreichen Inhalt in Bildern, Texten und Animationen. Aktuelle Mitteilungen zu Veranstaltungen, Neuigkeiten, Kontaktdaten und eine Klinikpräsentation befinden sich direkt auf der Startseite. Gerade im Hinblick auf das immer größer werdende Angebot sehr preiswerter Laserklinikketten im Ausland ist eine gut informierende Internetplattform zukunftsweisend. Der Besucher kann in den Kontaktformularen entscheiden, ob er Informationsmaterial oder einen Rückruf wünscht. Darüber hinaus werden Broschüren und Flyer der Klinik als Downloads angeboten.

Seit 2010 gibt es einen eigenen Facebook-Auftritt. Um weiterhin am Puls der Zeit zu bleiben sind derzeit spezielle Anwendungen für Smartphones und Tablet-PC's in Planung.

Kontakt

Augen-Laser-Klinik Lohr GmbH
Partensteiner Str. 6
97816 Lohr am Main

Webdesign und technische Realisierung

funk.it – Ingenieurbüro für Webservice
www.funk.it

Begründung der Jury



Der Augen-Laser-Klinik Lohr gelingt es auf ihrer Website www.bessersehen.eu, eine erklärungsbedürftige, schwierig darzustellende medizinische Dienstleistung transparent und optisch ansprechend zu präsentieren.

Das im Web eher untypische Produkt „Augenbehandlung“ wird übersichtlich und verständlich dargestellt. Um Vertrauen in die Methodik und die Klinik zu schaffen, beantwortet der sehr umfangreiche Informationsteil alles, was man wissen sollte, bevor man sich für eine Augenlaserbehandlung entscheidet. Die Risiken werden nicht ausgeklammert, alternative Behandlungsmethoden aufgeführt, und auch der Kostenrahmen wird genannt. Diese Offenheit sowie ein Video über den Ablauf einer Lasikbehandlung und der Hinweis auf die Lasik-TÜV- und DIN-Zertifizierung vermitteln Seriosität und wecken Interesse an der Thematik.

Die Auffindbarkeit in Suchmaschinen ist dank der Fülle an Texten und der Seiten-URL hervorragend. Somit kann die Website von jedem, der etwas zu dem Thema Lasik/Augenlaserbehandlung sucht, gefunden werden. Abgerundet wird der positive Eindruck durch Web 2.0-Anwendungen wie Videos und eine eigene Facebook-Seite.

Der Augen-Laser-Klinik Lohr gelingt es mit ihrer Website, höheren Ansprüchen gerecht zu werden, was der Jury Platz 3 wert war.

Publikumspreis www.sbn.de



Zum Publikumspreis



Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) vergibt den Publikumspreis gemeinsam mit den Medienpartnern Computerwoche, Markt und Mittelstand und e-commerce Magazin.

In einer Online-Abstimmung vom 1. bis 15. Mai 2011 wurde unter den 13 Landessiegern des NEG Website Award der Publikumssieger ermittelt. Von 1.434 abgegebenen Stimmen entfielen 228 auf den Sieger www.sbn.de.

Zum Unternehmen und seiner Website

SBN Wälzlager beschäftigt sich mit dem Vertrieb von Präzisionskugellagern. Der Kundenkreis setzt sich aus vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen zusammen. Diese sind teilweise anerkannte Weltmarktführer in Ihrem Geschäftsbereich. Auch einige DAX Konzerne gehören seit vielen Jahren zu den zufriedenen Kunden.

Ein wesentliches Marketinginstrument ist die Homepage, worüber 90 Prozent der Neukunden

gewonnen werden. Die User sind technikorientierte Firmen, weshalb hoher Wert auf die Bedienerfreundlichkeit für technische Daten inkl. Suchfunktionen gelegt wurde. Zum Beispiel können CAD-Dateien aller Produkte mühelos in die Anwenderprogramme geladen oder Datenblätter ausgedruckt werden.

Auch bei der Rekrutierung von neuen Mitarbeitern ist die Website als erste Anlaufstation von außerordentlicher Bedeutung. Die Darstellung der Mitarbeiter auf der Homepage stärkt deren Motivation und macht potentielle neue Mitarbeiter neugierig. Das Engagement im Ausbildungsbereich wird ebenfalls entsprechend herausgestellt.

Kontakt

SBN Wälzlager GmbH & Co. KG
Vogelbacher Weg 73
66424 Homburg/Saar

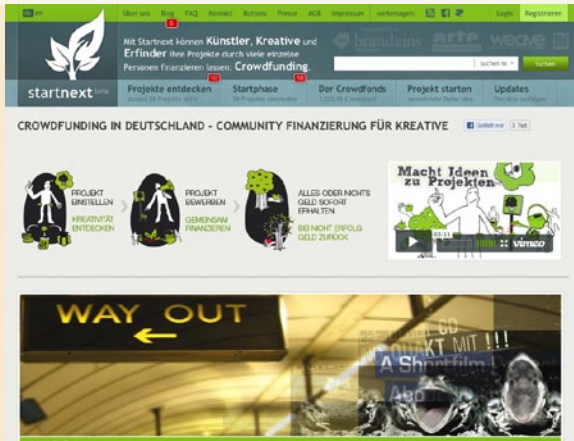
Konzeption

thinkmarketing Ellen Schreiner

Konzeption, Webdesign und Umsetzung

Stereobrand – Studio für Design
und visuelle Kommunikation
www.stereobrand.de

Anerkennung www.startnext.de



Begründung der Jury



Mit startnext.de erhält die Online-Umsetzung einer Start-up-Idee eine Anerkennung. Künstler, Kreative und Erfinder können über www.startnext.de auf sich aufmerksam machen und Personen finden, die ihre Projekte finanzieren. Dabei setzt man auf das Prinzip des Crowdfunding: viele Personen tragen kleinere Beträge zum Ganzen bei. Das Konzept wird anschaulich erklärt, aktuelle Beispiele auf der Startseite zeigen den Stand der momentanen Finanzierung. Auch wenn die Website überladen wirkt, spricht sie dennoch die Zielgruppe an und ist für diesen Zweck gut gelungen. Sie zeigt beispielhaft, wie man eine ungewöhnliche Idee umsetzen kann und insbesondere die sozialen Medien dazu nutzen kann, um das Angebot bekanntzumachen und die Akteure zu vernetzen.

Zum Unternehmen und seiner Website

Mit Startnext können Starter (Künstler, Musiker, Filmemacher, Designer, Fotografen, Autoren, Erfinder, ...) ihre Projekte durch viele einzelne Personen finanzieren lassen (Crowdfunding). Im Gegenzug bekommen die Supporter (Fans, Freunde, Bekannte, Familie, Firmen und Mäzene) vom Starter einzigartige Dankeschöns, wie z. B. eine unterschriebene CD, eine Nennung im Abspann oder ein exklusives Meet & Greet. Fans können hautnah bei der Entstehung eines Projektes dabei sein oder sogar in den Prozess involviert werden (Marketing 2.0). Firmen nutzen Startnext für ihr Kultursponsoring und Corporate Social Responsibility Marketing.

Das Konzept zu dieser Plattform entstand im September 2009. Tino Kreßner hatte unter filmtrip.de eine No-Budget Spielfilmproduktion mit Hilfe der Community produziert und in die deutschen Kinos gebracht und Denis Bartelt recherchierte zu neuen Finanzierungsformen für Startups. Die beiden Gründer und heutigen Geschäftsführer entwickelten am Konzept und der technischen Umsetzung für startnext.de genau ein Jahr. Im September 2010 registrierten sich die ersten Projekte. Die Plattform selbst befindet sich noch immer in der Beta-Phase und wird gemeinsam mit dem Feedback der Benutzer weiterentwickelt. Nach einem halben Jahr sind auf Startnext über 100 Projekte aktiv und konnten in Summe mehr als 60.000 Euro an Gelder akquirieren. Im Monat April verzeichnete Startnext.de über 150.000 Seitenaufrufe und ca. 1500 neue Mitglieder.

Die technische Umsetzung wird von der Dresdner Agentur tyclipso.net übernommen. Hinter Startnext.de steckt das seit über acht Jahren im Haus entwickelte Framework myty4 als Basis für das Content Management System und alle Community-Funktionalitäten.

Kontakt

startnext crowdfunding gUG (haftungsbeschränkt)
Hüblerstraße 1
01309 Dresden

Technische Umsetzung

Tyclipso.net
www.tyclipso.net

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

E-Business für Mittelstand und Handwerk



Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) ist eine Förderinitiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Seit 1998 unterstützt es kleine und mittlere Unternehmen bei der Einführung und Nutzung von E-Business-Lösungen.

Beratung vor Ort

Das NEG informiert mit seinen 28 bundesweit verteilten Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel kostenlos, neutral und praxisorientiert. Es unterstützt Mittelstand und Handwerk bei der Konzeption und Einführung von E-Business-Lösungen durch

- ▶ Informationsveranstaltungen rund um das Thema E-Business
- ▶ Einzelberatungen durch die regionalen Kompetenzzentren auch bei Ihnen vor Ort
- ▶ Publikationen für die Praxis

Das Netzwerk bietet über eine Einstiegsberatung hinaus vertiefende Informationen zu:

- ▶ Kundenbeziehung und Marketing
- ▶ Netz- und Informationssicherheit
- ▶ Kaufmännische Software/ERP
- ▶ RFID für den Mittelstand
- ▶ Elektronische Rechnungsabwicklung
- ▶ Regionales Internet-Marketing
- ▶ Femme digitale – IT-Kompetenz für Frauen im Handwerk

Der NEG Website Award zeichnet jedes Jahr herausragende Internetauftritte von kleinen und mittleren Unternehmen aus (www.neg-website-award.de). Detailliert aufbereitete Informationen zu Nutzung und Interesse an E-Business-Lösungen bietet die vom NEG jährlich herausgegebene Studie „Elektronischer Geschäftsverkehr in Mittelstand und Handwerk“.

Das Netzwerk im Internet

Auf www.ec-net.de können Unternehmen neben Veranstaltungsterminen und den Ansprechpartnern in ihrer Region auch alle Publikationen einsehen:

- ▶ Handlungsleitfäden für die Praxis
- ▶ Checklisten z. B. zur Softwareauswahl
- ▶ Studien und Umfragen zu aktuellen Themen des E-Business
- ▶ Interaktive CD-ROMs zum Selbstlernen
- ▶ Beispiele aus der Praxis zur Orientierung für eigene Projekte

Verschiedene Online-Ratgeber zur Auswahl eines Newslettersystems, zum E-Mail-Management, zur IT-Sicherheit, zum regionalen Internet-Marketing und zur Websitegestaltung bieten Unternehmen eine kostenfreie und neutrale Einstiegsberatung und runden das Angebot des NEG ab.

E-Business konkret

Mit seinen Angeboten für kleine und mittlere Unternehmen leistet das NEG einen Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit des deutschen Mittelstands. Seit 1998 konnten über 300.000 Teilnehmer an über 30.000 Veranstaltungen und Einzelberatungen von den Leistungen des Netzwerks profitieren.

Fragen zum Netzwerk und dessen Angeboten beantwortet Markus Ermert, Projektträger im DLR unter 0228/3821-713 oder per E-Mail: markus.ermert@dlr.de.

Jurymitglieder



Jutta Croll
Stiftung Digitale Chancen
www.digitale-chancen.de



Roland Julius Endert
Blinkenlichten Produktionen GmbH & Co. KG
www.blinkenlichten.com



Ralf Franke
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
www.bmwi.de



Dunja Koelwel
e-commerce Magazin
www.e-commerce-magazin.de



Nicole Simon
Autorin und Social-Media-Beraterin
de.nicole-simon.eu

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.