

Ausschreibung:

Kommunikationsmanagement und Umsetzung einer Gleichstellungs-Kampagne (LE-77-05-BML-UMSETZUNG-2024-36822)

Auftraggeber: Regionsmanagement Osttirol (RMO)

Leistungen des Auftraggebers

- Support bei strategischen Inhalten
- Allfällige Abstimmungen im Rahmen des Auftrages
- Teilnahme an Redaktionsteam-Sitzungen
- Herstellen von Verbindungen und Kontakten
- Akquise möglicher Referent:innen

Rahmenbedingungen für den oder die Bieter:in

- Der oder die Bieter:in bestätigt, dass er oder sie über die für die Leistungserbringung erforderliche Eignung iSd. BVerG verfügt und die festgelegten Nachweise auf Aufforderung unverzüglich beibringen kann.
- Umgang mit CMS-System zur Bespielung der Website
- Etwaige Termine, Themen und Designs werden in Abstimmung mit dem Auftraggeber festgelegt.
- Die Kosten für allfällig notwendige externe Expert:innen bzw. Subauftragnehmer:innen sind im Angebot enthalten. Sofern die externen Expert:innen noch nicht im Angebot genannt sind, muss der Auftraggeber in die Auswahl der externen Expert:innen miteinbezogen werden.
- Zusätzlich anfallende Arbeiten, die durch die gegenständliche Ausschreibung nicht gedeckt sind, müssen vom Auftraggeber schriftlich beauftragt werden.
- Der oder die Auftragnehmer:in erklärt sich bereit, erstellte (Informations-)Materialien und Unterlagen dem Auftraggeber bereitzustellen.
- Der Auftraggeber erhält sämtliche grafische Ergebnisse in einem offenen Dateiformat und verfügt über die uneingeschränkten Nutzungsrechte für die Projektergebnisse.
- Abgerechnet wird nach tatsächlichem Arbeitsaufwand, maximal jedoch das angebotene Stundenmaß.
- Der oder die Bieter:in wird darauf hingewiesen, dass das Projekt im Rahmen der EU-Förderung LEADER abgewickelt wird. Sämtliche Publizitätsvorschriften (https://www.ama.at/getattachment/3e0b6e7a-b10f-41dd-a0f0-31de6612a95e/Infoblatt-Publizitaet-GSP-23-27_V3_Nov-2024.pdf) sind vom Auftragnehmer eigenverantwortlich einzuhalten.

Geplanter Projektzeitraum

April 2025 bis zum 31.12.2027

Regionsmanagement Osttirol | Amlacher Straße 12, 9900 Lienz (Osttiroler Wirtschaftspark)

ZVR 822966198 | UID-Nr.: ATU69014924 | DVR-Nr.: 4017574
Bankverbindung: RLB Tirol - IBAN: AT80 3600 0000 0923 9039 - BIC: RZTIAT22

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union



Angebotsfrist, Rückfragen, Vergabe

Ihr Angebot ist bis zum **31.03.2025** an Mirjam Reith zu übermitteln. Rückfragen sind an diese E-Mail-Adresse (m.reith@rmo.at) zu richten, oder telefonisch unter +43 (0)4852 72820 575 möglich.

Der Auftraggeber behält sich die Möglichkeit vor, nur Teile Ihres Angebots zu beauftragen.

Der Auftrag wird im Rahmen einer Direktvergabe nach dem Bestbieterprinzip vergeben.

Der oder die Bieter:in wird von der Projektgruppe anhand folgender Kriterien ausgewählt:

- *Höhe und Plausibilität der Kosten*
- *Nachweisliche Erfahrung in der Umsetzung von Kampagnen, idealerweise im Bereich Gleichstellung oder gesellschaftspolitischer Kommunikation und in der Umsetzung von LEADER-Projekten*

Ausgangslage und grundsätzliche Überlegungen des Auftraggebers (RMO)

In Osttirol bestehen trotz positiver Entwicklungen weiterhin erhebliche Herausforderungen im Bereich der Gleichstellung. Die Region ist stark geprägt von traditionellen Rollenbildern und Strukturen, was die Chancengleichheit insbesondere für Frauen einschränkt. Frauen sind nach wie vor unterrepräsentiert in Führungspositionen und überdurchschnittlich oft in Teilzeitarbeit beschäftigt, was sich langfristig auf ihre ökonomische Unabhängigkeit auswirkt. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf stellt für viele Frauen eine Hürde dar, da flexible Betreuungsangebote nur begrenzt zur Verfügung stehen. Gleichzeitig ist die Bewusstseinsbildung für Gleichstellung in der Gesellschaft und bei Unternehmen oft gering ausgeprägt, was Veränderungen erschwert. Das geplante Projekt zielt darauf ab, durch gezielte Maßnahmen die Gleichstellung in Osttirol zu fördern und langfristig mehr Chancengleichheit für alle zu schaffen.

Das Vorgängerprojekt „Gleichstellungskoordination Osttirol“, hat bereits bedeutende Anstöße zur Förderung der Geschlechtergleichstellung in Osttirol gegeben. Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass die Gleichstellungsarbeit in der Region auf großes Interesse stößt und von den regionalen Akteur:innen aktiv unterstützt wird. Gleichzeitig wurde klar, dass weiterhin einige Herausforderungen bestehen, die in Zukunft angegangen werden müssen.

Im Jahr 2024 wurde im Rahmen des LEADER-Projektes „Gleichstellungskoordination Osttirol“ eine Kampagne zur Gleichstellung in Leben gerufen. Unter dem Motto #machkeinenUnterschied setzte sich die Kampagne für mehr Chancengleichheit in Osttirol ein. Ziel war es, stereotype Geschlechterrollen aufzubrechen und Chancengleichheit in allen Lebensbereichen – von der Schule und Arbeitswelt bis zum privaten Umfeld – zu stärken.

Die Gleichstellungskoordination Osttirol wird in der kommenden Förderperiode unter dem Titel „**Netzwerk Chancen=Osttirol**“ fortgeführt. Dieses neue LEADER-Projekt knüpft an die Erfolge seines Vorgängers an. Zu den geplanten Maßnahmen zählen Sensibilisierungsprojekte wie die Weiterführung und der Ausbau der Kampagne #machkeinenUnterschied.

Ziel und Zweck

Zur Förderung der Gleichstellung und Sensibilisierung für Chancengleichheit soll die Gleichstellungskampagne #machkeinenUnterschied weiterentwickelt werden. Ziel ist es, nachhaltige

Bewusstseinsbildung in der Gesellschaft zu verankern und unterschiedliche Zielgruppen gezielt anzusprechen. Dabei soll sich nicht nur auf die Gleichstellung zwischen Mann und Frau eingegangen werden, sondern auf die Chancengleichheit aller Menschen - unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Religion, sexueller Orientierung oder Behinderung – sodass alle die gleichen Möglichkeiten in jedem Aspekt des Lebens erfahren können.

Mit kreativen und interaktiven Aktionen soll die Bevölkerung dazu angeregt werden, über traditionelle Rollenbilder nachzudenken und sich aktiv für eine inklusive Gesellschaft einzusetzen.

Das übergeordnete Ziel bleibt Osttirol langfristig als attraktiven und gleichberechtigten Lebensraum zu gestalten, in dem Chancengleichheit für alle verwirklicht werden kann.

Erwartete Leistungen

Anmerkung: Zur Umsetzung der Leistungen steht ein maximales Gesamtbudget von ca. 75.000,00 € brutto zur Verfügung

Basierend auf dem angefügten Strategieentwurf des Auftraggebers, werden folgende Leistungen angesucht. Bitte füllen Sie die Kosten im Angebotsraster unten entsprechend aus.

1. Kommunikationsstrategie

- a) Konzeption und Umsetzung einer kreativen, zielgruppenorientierten Kampagne gemäß Strategieentwurf des Auftraggebers
- b) Ausarbeitung eines zielgruppenspezifischen Marketingmixes
- c) Strategieausarbeitung für diverse Kommunikationskanäle (Social Media, Website, Außenwerbung...)
- d) Erstellung eines Redaktionsplans in Abstimmung mit dem Auftraggeber

2. Kommunikationsmanagement

2.1. Projektmanagement Kommunikation und Admin

- Eine zentrale Ansprechperson für alle an der Kommunikation beteiligten Akteur:innen
- Regelmäßige Abstimmungen mit der Projektleitung
- Laufende Kommunikation und Reporting zur Anpassung und Optimierung der Strategie
- Laufende Budgetübersicht und Reporting
- Einholung und Beauftragung von Angeboten (Druck, Medien und etwaigen anderen Kommunikationsleistungen)
- Freigabe von „Projektbetroffenen“ beim Auftraggeber einholen
- Koordination der einzelnen Leistungserbringer:innen (Druck, Bild, Video, Text, ...)

2.2. Content Marketing (Print, Digital, Social Media, Video, etc.)

- a) Foto/Film
 - Erstellen professioneller Pressefotos bei Veranstaltungen (ca. für 8 Veranstaltungen)
 - Video Content Produktion (für Social Media und Website)
- b) Grafikdesign
 - Erstellung von Veranstaltungseinladungen (ca. 8 Veranstaltungen)
 - Erstellung von Inseraten für Medien (Online und Print Medien)
 - Erstellung von Plakaten
 - Aufbereitung der gelieferten grafischen Dateien der Schüler:innen für Druck und Social Media aus dem Schulprojekt (siehe 3.2. a)
- c) Social Media Marketing
 - Grafische Aufbereitung von produzierten Inhalten für professionelle und zielgruppengerechte Postings der auf den Social-Media-Kanälen
 - Schaltung von Werbung zur Erreichung vorab definierter Ziele (z. B. bei Veranstaltungsankündigungen, etc.)

2.3. Websiteprogrammierung auf bestehender Website www.machkeinenunterschied.at

- zwei neue Hauptseiten (darunter Archiv mit
- Anmeldetool als Formular für Veranstaltungen
- Social Wall
- SEO

4

3. Umsetzung aller Kampagnenmaßnahmen

3.1. Veranstaltungen

- a) Ca. Vier bis fünf Infoveranstaltungen zu gleichstellungsrelevanten Themen mit Impulsvortrag und moderierter Podiumsdiskussion inkl. Bewerbung und Druck von erstelltem Content aus 2.2
- b) Tagung inkl. Bewerbung und Druck von erstelltem Content aus 2.2

3.2. Bildungsarbeit in Bildungseinrichtungen

- a) Gleichstellungsrelevantes Schulprojekt (Siehe Strategieentwurf):
 - Betreuung einer Klasse im Projekt mittels einem Halbtagesworkshop zu Design und Marketing
 - Druck von Plakaten und Schaltung von Inseraten zur Bewerbung des Projektes
- b) Workshopreihe zu gleichstellungsrelevanten Themen für Schüler:innen
- c) Weiterbildung „Gendersensible Pädagogik“ für Pädagog:innen

Anmerkung: Akquise möglicher Referent:innen und Abstimmung mit Schule und Schüler:innen erfolgt über Auftraggeber. Stunden für mediale Vor- und Nachbereitung sowie Koordination der Sub-Unternehmen (Druck, Inserate) sind in Position „2. Kommunikationsmanagement“ einzukalkulieren.

Angebotsraster

Anmerkung: Zur Umsetzung der Leistungen steht ein maximales Gesamtbudget von 75.000,00 € brutto zur Verfügung

Erwartete Leistungen			
1. Strategie	Nettopreis pro Stunde	Stundenanzahl	Nettopreis gesamt
1.1. Kommunikationsstrategie			
2. Kommunikationsmanagement	Nettopreis pro Stunde	Stundenanzahl	Nettopreis gesamt
2.1. Projektmanagement			
2.2. Content Marketing			
2.3. Website			
3. Maßnahmenumsetzung	Nettopreis Maßnahme		Nettopreis gesamt
3.1. Veranstaltungen			
3.2. Bildungsarbeit			
Zwischensumme			
+ 20% MwSt.			
Gesamtkosten brutto			

Anhang: Strategieentwurf Gleichstellungskampagne

Titel	#machkeinenUnterschied
Positionierung	Seriös, authentisch, ehrlich, regional
Ausführung von	RMO mit Projektgruppe (bestehend aus AufBauWerk, Mannsbildern, Frauenzentrum Osttirol, FrauenBerufsZentrum Osttirol und Lernzentrum der UMIT TIROL) und Auftragnehmer:in
Ziele	<p>Die Kampagne hat das Hauptziel Osttirol zu einem offenen Lebensraum mit Chancengleichheit für alle zu gestalten.</p> <p>Durch Bildungsarbeit und Sensibilisierung für Chancengleichheit, werden stereotype Geschlechterrollen aufgebrochen und Gleichstellung in allen Lebensbereichen – vom Kindergarten und Arbeitswelt bis zum privaten Umfeld – gestärkt.</p>
Zeitraumen/ Dauer	April 2025 bis Ende 2027
Zielgruppe	Breite Bevölkerung Osttirols von jung bis alt speziell auch Väter/Männer, Unternehmen, Schulen, Kindergärten, Pädagog:innen, Jugendeinrichtungen,
Marketingmix	Zielgruppenspezifisch: Social Media, Plakate, Radio, Anzeigen, Partizipation, Website, Veranstaltungen
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Informationsveranstaltungen (ca. 4 VA) für Öffentlichkeit • Bildungsarbeit in Schulen und Kindergärten: Workshops für Schüler:innen und Weiterbildungen für Pädagog:innen (gendersensible Pädagogik) • Partizipation der Bevölkerung • Tagung für Unternehmen • Website und Social-Media-Kanal sollen sich als Plattform für gleichstellungsrelevante Themen/Veranstaltungen etablieren • Schulprojekt: z.B. Theaterprojekt zu einem gleichstellungsrelevanten Thema <ul style="list-style-type: none"> ○ interdisziplinäres Konzept mit Oberstufen Osttirols ○ Aufteilung der Aufgaben auf Schulen: Skripterstellung, Schauspiel, Gestaltung der Werbematerialien, Komposition Musik, Social Media Begleitung, Design der Plakate, Bühnenbild usw. ○ Prozessbegleitende Workshops mit den jeweiligen Klassen, um sie im Prozess zu unterstützen