



Oberfranken Offensiv e.V. · Maximilianstr. 6 · 95444 Bayreuth

Ausschreibungsunterlagen: Konzeption, Planung und Umsetzung einer Marketing-Kampagne

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen des Projekts „Demografie-Kompetenzzentrum Oberfranken“ sucht Oberfranken Offensiv e.V. als Projektträger einen Dienstleister für die Konzeption, Umsetzung und Begleitung von Marketingmaßnahmen für die Fortführung des Projekts "Work.Land.Life – Landleben auf Probe in Oberfranken".

Eine detaillierte Beschreibung der geforderten Leistungen entnehmen Sie bitte den folgenden Seiten.

Der Auftraggeber:

Das Demografie-Kompetenzzentrum Oberfranken (DemKo) ist ein Projekt der Entwicklungsagentur Oberfranken Offensiv e.V. und wird vom Bayerischen Staatsministerium der Finanzen und für Heimat (StMFH) bis Dezember 2024 gefördert. Die Aufgabe des Zentrums ist es, Maßnahmen zu entwickeln, Veranstaltungen durchzuführen und Projekte zu unterstützen, um dem demografischen Wandel in Oberfranken lösungsorientiert und zukunftsgerichtet zu begegnen. Weiterhin informiert das Demografie-Kompetenzzentrum über bereits bestehende gute Projektideen aus Oberfranken auf www.demografie-oberfranken.de.

Angebotsabgabe:

Bitte senden Sie Ihr kostenfreies Angebot inkl. eines detaillierten Kostenvoranschlags **bis 17. November 2023** an wolf@demografie-oberfranken.de.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Sandra Wolf und
das Team des Demografie-Kompetenzzentrums Oberfranken

OBERFRANKEN OFFENSIV e.V.

Maximilianstraße 6
95444 Bayreuth

Telefon +49 921 52523
Telefax +49 921 52524
E-Mail info@oberfranken.de
www.oberfranken.de

Vorsitzende

Henry Schramm
Bezirkstagspräsident

Florian Luderschmid
Regierungspräsident

Vereinsregister

Amtsgericht Bayreuth
Nr. VR 200138

Bankverbindungen

VR Bank Bayreuth-Hof eG
IBAN: DE21 7806 0896 0006 1678 45
BIC: GENODEF1HO1

Sparkasse Bayreuth

IBAN: DE40 7735 0110 0009 0243 32
BIC: BYLADEM1SBT

Die Aktivitäten des Vereins
werden gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie 



Bayerisches Staatsministerium
der Finanzen und für Heimat 



Inhalt

1. Gegenstand der Ausschreibung und Projektbeschreibung	3
1.1. Ausgangslage	3
1.2. Geplanter Projektinhalt.....	4
1.3. Zielgruppe	4
1.3.1 Ansprache.....	4
1.3.2 Bewerbung.....	4
1.3.3 Auswahl	5
2. Leistungsbeschreibung.....	5
2.1. Inhaltliche Anpassung und Content-Pflege der bestehenden Landingpage www.work-land-life.de/	5
2.1.1 Layout.....	5
2.1.2 Navigationsstruktur	5
2.1.3 Inhalte	5
2.2 Akquise potenzieller Teilnehmerinnen und Teilnehmer	6
2.2.1 Social-Media-Konzept.....	6
2.2.2 Social-Media-Redaktion	7
2.2.3 PR-Leistungen	7
2.3 Vor-Ort-Termine	9
2.4 Empfehlung eines internen Kommunikationskanals für die Probewohnerinnen und Probewohner inkl. Kostenstruktur.....	9
3. Zeitplan	10
4. Erwartungen an den/die Auftragnehmer	11



1. Gegenstand der Ausschreibung und Projektbeschreibung

1.1. Ausgangslage

Mehrere Wochen auf dem Land wohnen und digital in einem modernen Coworking Space arbeiten: Das Angebot "Work.Land.Life – Landleben auf Probe in Oberfranken" von Oberfranken Offensiv und seinem Projekt Demografie-Kompetenzzentrum Oberfranken (DemKo) sorgte bundesweit für große Aufmerksamkeit und Zuspruch. Zielsetzung des Projektes war es, Oberfranken für Menschen aus der Großstadt als attraktiven Lebensort erlebbar zu machen und ihnen die Vorzüge des Landlebens zu veranschaulichen – verbunden mit der Möglichkeit des mobilen Arbeitens. Zum anderen sollte die Modellkommune von dem unvoreingenommenen Blick "von außen" und dem Input der Teilnehmerinnen und Teilnehmer profitieren, indem sich diese konkret in das kommunale Leben einbringen.

Aus rund 80 Bewerberinnen und Bewerbern wählte Oberfranken Offensiv zehn Personen aus, die das Experiment gewagt haben: Aus Großstädten wie Stuttgart, Berlin, Nürnberg und Hamburg folgten sie der Einladung von Oberfranken Offensiv und zogen für insgesamt zwei Monate nach Nordhalben im Landkreis Kronach, um im Coworking Space "Nordhalben Village" digital zu arbeiten, in der Marktgemeinde zu leben und zu testen, ob sie sich auf dem Land wohlfühlen.

Mit dem Erfolg des Projektes wurde aufgezeigt, welche Chancen sich durch neue Arbeitsmodelle für Kommunen, Unternehmen und Berufstätige in Oberfranken ergeben. Alle Infos zum Pilotprojekt in Nordhalben finden Sie hier: <https://www.work-land-life.de/>

An diesen Erfolg möchten wir anknüpfen und das Projekt "Work.Land.Life – Landleben auf Probe in Oberfranken" im Frühsommer 2024 modifiziert wiederholen! Hierfür suchen wir einen Dienstleister für die Konzeption, Umsetzung und Begleitung von Marketingmaßnahmen.



1.2. Geplanter Projektinhalt

Im Zeitraum 01.05.2024 bis 14.06.2024 wird Interessierten kostenfreies Probe-Arbeiten und -Wohnen in einem CoworkingSpace in einer ausgewählten Kommune in Oberfranken angeboten. Das Bewerbungsverfahren läuft aktuell. Die Auswahl der Modellkommune erfolgt voraussichtlich Ende November 2024. Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern werden jeweils ein Arbeitsplatz und eine Wohnung zur Verfügung gestellt. Während des gesamten Aufenthaltes stehen ein Akteur aus der Kommune und eine Mitarbeiterin des Auftraggebers als Ansprechpartner beratend zur Seite.

1.3. Zielgruppe

Potenzielle Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind (ortsungebundene)

- (Digitale) Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer
- Selbstständige Unternehmerinnen und Unternehmer
- Start-up-Gründerinnen und -Gründer
- Studierende

aus Regionen außerhalb Oberfrankens (deutschlandweit) im Alter zwischen 18 und 60 Jahren.

1.3.1 Ansprache

Die o.g. Zielgruppe gilt es mit den ausgeschriebenen Maßnahmen zu erreichen und gezielt anzusprechen. Sie sollen für eine festgelegte Zeitdauer in der ausgewählten Kommune leben und wohnen und im Coworking Space arbeiten. Ferner soll sich die Zielgruppe während des Aufenthaltes aktiv in das kommunale Leben einbringen. Erreicht werden soll die Zielgruppe durch öffentlichkeitswirksame Aufrufe in überregionalen Medien, z.B. über Pressemitteilungen, Social Media, Radio-Spots, ggf. TV-Spots.

1.3.2 Bewerbung

Die Bewerbung erfolgt über einen Online-Fragebogen.

Hier müssen die Bewerberinnen und Bewerber neben persönlichen Angaben, ihr aktuelles Beschäftigungsverhältnis und ihre Motivation sowie ein Kurzkonzept mit der Skizzierung der Inhalte und Ziele ihres Aufenthalts darlegen. Die Erstellung des Fragebogens erfolgt durch den Auftraggeber. Die Einreichung der Bewerbung erfolgt über die Landingpage <https://www.work-land-life.de/>. Diese enthält alle wichtigen Informationen zum geplanten Projekt, den online befüllbaren Fragebogen sowie eine Upload-Funktion für die eingereichten Bewerbungsunterlagen.



1.3.3 Auswahl

Die finale Auswahl der Bewerberinnen und Bewerber erfolgt im Rahmen einer internen Jurysitzung seitens des Auftraggebers.

Als Zeitraum für das Probewohnen und -arbeiten in der Modellkommune ist der **01.05. 2024 bis 14.06. 2024** geplant. Die Modellkommune wird im Rahmen eines Wettbewerbsverfahren ermittelt; dieses wird ausschließlich durch den Auftraggeber durchgeführt.

2. Leistungsbeschreibung

Zentrale Bestandteile des ausgeschriebenen Projekts sind die inhaltliche Anpassung und Pflege der bestehenden Landingpage <https://www.work-land-life.de/>, die Planung und Umsetzung einer ganzheitlichen Kommunikationsstrategie mit dem Ziel der Bekanntmachung des Projekts, der zielgerichteten Ansprache und Akquise der potenziellen Teilnehmerinnen und Teilnehmer und die permanente kommunikative Begleitung des Projekts über die gesamte Laufzeit hinweg.

Der bestehende Kampagnen-Slogan "Work.Land.Life – Landleben auf Probe in Oberfranken", das Key Visual und alle bestehenden grafischen Gestaltungselemente werden weiter genutzt.

Spezifikation der geforderten Leistungen:

2.1. Inhaltliche Anpassung und Content-Pflege der bestehenden Landingpage www.work-land-life.de/

2.1.1 Layout

Das Layout der bestehenden Landingpage <https://www.work-land-life.de> soll erhalten bleiben und muss auch nicht zwingend erweitert werden.

2.1.2 Navigationsstruktur

Die bestehende Navigationsstruktur kann erhalten bleiben. Im Rahmen der neuen Modellkommune müssten vorhandene und neue Inhalte ggf. neu strukturiert werden.

2.1.3 Inhalte

Die bisherigen Inhalte zum Pilotprojekt in Nordhalben sollen erhalten bleiben. Ggf. ist es sinnvoll, diese unter einem neuen separaten Menüpunkt zusammenzufassen und die Struktur und Aufteilung der Website entsprechend anzupassen. Unter "Das Projekt" sollen alle relevanten Informationen zum Projekt **in der neuen** Modellkommune für potenzielle Interessierte kompakt und lebendig dargestellt werden.

Ziel ist es, dass sich möglichst viele Interessierte für das Projekt bewerben.



Während des Bewerbungszeitraumes (01.02.2024 bis 29.02.2024) wird auf der Landingpage ein Bewerbungsformular bereitgestellt, inkl. Upload-Funktion, um das Hochladen der Bewerbung zu ermöglichen. Der Upload-Prozess soll auf einem Double-Opt-in per E-Mail basieren. Die Inhalte des Bewerbungsformulars werden vom Auftraggeber gestellt.

Die Landingpage soll während des gesamten Projektverlaufs unter dem Menüpunkt "News" kontinuierlich mit neuen Inhalten befüllt werden.

Einzelleistungen:

- Neukonzeption des Seitenaufbaus: sinnvolle nutzerfreundliche Strukturierung der Inhalte
 1. zum abgeschlossenen Pilotprojekt in Nordhalben im Sommer 2023
 2. zum geplanten Projekt in der neuen Kommune
- Verfassen von Text- und Bildinhalten, Bildrecherche, Datenbereitstellung
- Bewerbungszeitraum 01.02.2024 bis 29.02.2024:
 - Anlegen eines neuen Menüpunktes "Bewerbung"
 - Hinterlegung des Fragebogens als Formular
 - Bereitstellung Upload der Bewerbung
 - Double-Opt-in-Verfahren
 - Sicherstellung der Benachrichtigungsfunktion an das Demografie-Kompetenzzentrum bei jeder eingegangenen BewerbungDeaktivierung nach Ende der Bewerbungsfrist (01.03.2024)

Drei Korrekturstufen inklusive

Hinweis: Die Bereitstellung der Zugangsdaten zum Backend der Website www.work-land-life.de erfolgt durch den Auftraggeber.

2.2 Akquise potenzieller Teilnehmerinnen und Teilnehmer

2.2.1 Social-Media-Konzept

- Ziel-Definition für die Social-Media-Kanäle
- Festlegen der relevanten KPIs
- Übertragung der vom Auftraggeber genannten Zielgruppen auf die relevanten Social-Media-Kanäle
- Wettbewerbsanalyse
- Entwicklung einer individuellen Content-Strategie im Hinblick auf eine effektive Vernetzung der Plattformen
- Erstellung und Einrichtung von bis zu 3 Social-Media-Profilen (z. B. Facebook, Instagram, LinkedIn)



2.2.2 Social-Media-Redaktion

- Kontinuierliche Beratung in der Weiterentwicklung der Kanäle nach neuesten Trends und Empfehlungen
- Monatliche Erstellung eines Redaktionsplans für bis zu 3 Social-Media-Profilen (z. B. Facebook & Instagram) in Abstimmung mit dem Auftraggeber unter Beachtung der Content-Strategie (inkl. 1 Korrekturlauf)
- Themenvorschläge, Recherche, Ideenfindung, ggf. Entwicklung wiederkehrender Themen-Serien
- Pro Social-Media-Profil: bis zu 10 Feed-Beiträge monatlich inkl. Stories
- Einpflege und Veröffentlichung der mit dem Auftraggeber abgestimmten Inhalte auf den Social-Media-Profilen

Sponsored Posts für größere Reichweite

- Definieren und Einrichtung der relevanten Social-Media-Zielgruppen
- Bewerbung von Beiträgen aus dem Redaktionsplan, um Sichtbarkeit bei den definierten Zielgruppen zu erhalten
- Kontinuierliche Überprüfung der Zielgruppen und ggf. Anpassung
- Monatliches Reporting zur Entwicklung der Social-Media-Profilen
- Handlungsempfehlung aufgrund der im Report ausgewerteten KPIs
- Nennung des Mediabudgets bei Sponsored Posts

2.2.3 PR-Leistungen

- Intensive Pressearbeit für die beschriebenen Aufgabenfelder
- Bereitstellung einer relevanten Adressdatenbank
- Presseaussendungen an Medienvertreiber gemäß des erarbeiteten Maßnahmenplans (Ideenfindung, Text, Korrekturlauf, Konfektion, Mail-Versand)
- telefonisches und/oder persönliches Nachfassen bei den Redaktionen
- Anpassung der Pressetexte nach individuellem Journalistenwunsch
- Laufende Beratung in allen PR-kommunikationsrelevanten Fragen für den übertragenen Aufgabenbereich
- Regelmäßige Dokumentation der Veröffentlichungen (Pressespiegel: mind. 2x während des Projektzeitraums)
- Vorbereitung, Durchführung und Dokumentation von Meetings mit dem Auftraggeber
- Back-Office für Blogger-Anfragen (Weiterleitung von Anfragen, Bewertung dieser Anfragen, etc.)



2.2.4 Online-Media-Ads-Kampagne

- Kontinuierliche Überprüfung und Optimierung der Social-Media-Ads sowie der zugehörigen Zielgruppen
- Regelmäßiges Reporting zur Kampagne

2.2.5 Social-Ads-Kampagne (z.B. auf Facebook und Instagram)

- Erstmalige Einrichtung
- Erstellung eines detaillierten Kampagnen-Setups für die Social-Media-Plattformen
- Definieren der relevanten Social-Media-Zielgruppen mithilfe detaillierten Targetings bzw. Retargetings
- Ideenentwicklung und Konzeption der auf die Zielgruppen und Plattformen abgestimmten Anzeigenmotive
- Textliche und grafische Gestaltung der Anzeigenmotive (bis zu 5 Anzeigenmotive pro Kampagne) in einem einheitlichen Kampagnen-Layout
- Visualisierung auf Basis von Briefing, Konzeption oder Corporate-Design-Vorgaben
- Einrichtung und Live-Schaltung der Social-Media-Ads

Drei Korrekturstufen inklusive



2.3 Vor-Ort-Termine

Mindestens 4 Termine vor Ort für die Erstellung von medienwirksamen Fotos und Videos
Die Terminabstimmung erfolgt mit dem Auftraggeber.

2.4 Empfehlung eines internen Kommunikationskanals für die Probewohnerinnen und Probewohner inkl. Kostenstruktur

Für den Projektzeitraum soll ein einheitlicher Kommunikationskanal eingerichtet werden, über den die Probewohnerinnen und Probewohner kommunizieren, Teams bilden, Aktivitäten planen und Projekte innerhalb der Kommune konzipieren und umsetzen können.

Der Kommunikationskanal sollte über folgende Funktionen verfügen:

- Chat-/ Nachrichtenfunktion innerhalb und außerhalb der Organisation (mind. 90 Tage Zugriff auf Nachrichtenverlauf)
- Persönliche Audio- und Videounterhaltungen mit Bildschirmfreigabe
- Kalenderfunktion
- Anlegen und Verwalten von mind. 5 verschiedenen Projekten
- Erstellen von (Projekt-)Gruppenräumen
- Nutzungsdauer mind. 3 Monate

3. Zeitplan

Wichtig: Die im Zeitplan *kursiv* gekennzeichneten Meilensteine werden ausschließlich vom Auftraggeber durchgeführt und sind nicht Gegenstand der im Rahmen der Ausschreibung geforderten Leistungen. Die aufgeführten Einzelmaßnahmen des Projekt-Zeitplans dienen dem/den Auftragnehmer/n zur allgemeinen und umfänglichen Information über das Gesamtprojekt.

Zeitraum	Projektschritte
<i>Oktober 2023</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ausschreibung Marketingmaßnahmen</i>
<i>Oktober 2023</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Öffentlicher Aufruf an alle ofr. Kommunen mit Coworking-Spaces zur Teilnahme am Projekt</i>
<i>November 2023</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Auswahl Agentur</i>
<i>November 2023</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Auswahl Kommune/ Coworking Space</i>
<i>Ab Dezember 2023</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Projekt-Vorbereitungen in der Kommune</i>
<i>Dezember 2023 / Januar 2024</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Befüllen der Landingpage mit allen relevanten Informationen zum Projekt und zur neuen Modellkommune
<i>Januar 2024 bis voraussichtlich Ende Juni 2024</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuierliche begleitende PR-Maßnahmen durch Auftragnehmer
<i>Februar 2024</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellung des Bewerbungs-Fragebogens auf Landingpage • Aufruf Wettbewerb für Teilnehmerinnen und Teilnehmer über bundesweite PR-Aktionen gemäß Angebot • Dauer des Bewerbungsverfahrens: 01.02.2024 bis 29.02.2024
<i>März 2024</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Auswahl Teilnehmerinnen und Teilnehmer durch interne Fachjury</i>
<i>April 2024</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Abstimmung Projektdetails mit Kommune</i>
<i>01. Mai 2024 bis 14. Juni 2024</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Aufenthalt ausgewählter Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Modellkommune</i> • <i>Organisation und Durchführung des Projekts primär durch kommunalen "Kümmerer" vor Ort</i> • <i>Begleitung des Projekts und der Kommune durch Auftraggeber</i>



Ab Juni 2024	<ul style="list-style-type: none">• <i>Nachbereitung</i>• <i>Abschließende Evaluation</i>
--------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Erwartungen an den/die Auftragnehmer

Der Auftrag ist in engem Kontakt und in Abstimmung mit dem Auftraggeber und potenziellen anderen Auftragnehmern durchzuführen. Die Bildung von Bietergemeinschaften ist grundsätzlich möglich.

Das schriftliche, kostenfreie Angebot muss bis

17. November 2023, 17:00 Uhr

beim Auftraggeber vorliegen.

Es muss eine Leistungsbeschreibung i.S. der Ausschreibung und ein detailliertes Kostenangebot enthalten.

Wünschenswert ist eine kaskadierte Aufführung einzelner Positionen.

Das Angebot soll zudem eine zeitliche Gliederung der Arbeitsplanung umfassen.

Das Angebot sollte neben personeller, wirtschaftlicher und projektplanerischer Kompetenz der Anbieter im Speziellen folgende Bestandteile enthalten:

- eine differenzierte Budgetplanung nach einzelnen Schritten (zeitlicher Aufwand inkl. Stunden- bzw. Tagessätzen)
- Nennung von mindestens fünf Referenzen in den Bereichen:
 - Kreation und Gestaltung
 - Planung, Konzeption und Umsetzung von Marketing- und Kommunikationsstrategien
 - Webdesign und -programmierung
 - Online-Marketing
 - Social-Media
- Nachweis der Erfahrung in der Umsetzung
- Nennung der Ansprechpersonen und Vorstellung des Teams unter Angabe der Namen und beruflichen Qualifikation

Für die Bearbeitung des Angebots wird keine Vergütung gewährt. Die Angebotsunterlagen sind auf Kosten des anbietenden Unternehmens zu übermitteln.

Eine Verlängerung der Frist behält sich der Auftraggeber grundsätzlich ebenso vor wie die Präsentation des Angebots in einer Präsenz-Sitzung in Bayreuth.