

Ausschreibung, 22. Mai 2025

Work in Salzburg – Kampagnen und Drucksorten zur Bewerbung von Salzburg als Standort zum Leben und Arbeiten, Schwerpunkte: IKT & Technik

Auftraggeberin, Auftragsart, Vergabeverfahren

Hiermit wird bekannt gemacht, dass Innovation Salzburg GmbH beabsichtigt, folgende Dienstleistung zu beschaffen: Konzeption, Planung, Umsetzung und Ausspielung von Content und Kampagnen für den Wirtschafts- und Arbeitsstandort Salzburg. Die Auftragserteilung wird im Wege einer Direktvergabe mit freiwilliger vorheriger Bekanntmachung nach § 46 BVergG 2018 erfolgen.

Hintergrund

Durch diesen Auftrag sollen Fachkräfte und Studierende aus den Bereichen IKT und Technik aus dem In- und Ausland auf Salzburg und die vielfältigen Chancen (Studieren, Arbeiten) aufmerksam gemacht werden. Das Bundesland ist bekannt für den Tourismus, weniger für Firmen und Jobs aus den genannten Bereichen. Nicht nur das Arbeiten, sondern auch das Leben in Salzburg soll Thema sein, allerdings unterscheidbar von den klar touristisch ausgerichteten Kampagnen der Destinationen. Maximal 20 Prozent des Auftrags sollen sich auch damit beschäftigen, Ängste gegenüber ausländischen Mitbürger:innen ab- und Verständnis für den Bedarf an Internationals aufzubauen. In diesem Ausmaß und in dieser Art soll also auch die Bevölkerung in Salzburg angesprochen werden.

Die Services des Work in Salzburg – Welcome Center sollen ebenfalls kommuniziert werden. Dieses wurde im Februar 2025 als Kooperation von Land Salzburg, Stadt Salzburg und Innovation Salzburg eröffnet. Hier werden ausländische Fachkräfte aus Drittstaaten in den Bereichen IKT, Technik und Pflege beraten.

Zudem sollen verschiedene Elemente entworfen werden, die günstig produzierbar sind und die auf Messen oder in sonstigen Beratungsräumen eine Fläche als „Work in Salzburg“ bzw. als Welcome Center erkennbar machen.

Voraussetzung dafür ist die Verwendung des aktuellen [Logos und der Elemente](#).

Für „Work in Salzburg“ sind bisher ein Bereich auf der Website von Innovation Salzburg (auch erreichbar unter www.workinsalzburg.at), [Videos](#) und kurze Aus- und Zusammenschnitte aus diesen Videos (letztere für Social Media), Social-Media-Kanäle sowie ein Newsletter vorhanden. Abonnent:innen des letzteren wurden vorwiegend aus 2021 gelaufenen Kampagnen (facebook & Instagram) in den Zielländern Griechenland, Polen und Spanien generiert. Social-Media-Kanäle von Work in Salzburg gibt es auf facebook, Instagram und LinkedIn.



Eckpunkte

Laufzeit

24 Monate ab Vergabe

Budget

Insgesamt stehen für den gesamten Auftrag inkl. Konzept, Umsetzung und Platzierungen von Werbeeinschaltungen 95.000 Euro netto zur Verfügung.

Zielgruppen

In Österreich und den Pilotzielländern lebende Fach- und Führungskräfte, Studierende und Absolvent:innen aus dem Bereich IKT + Technik im Alter von 18 bis 45 Jahren. Salzburgs Bevölkerung, wenn es um Abbau von Ressentiments geht.

Zielländer

Zielländer von Kampagnen, aber auch jene, die ggf. mit Content explizit angesprochen werden (z. B. bei Vergleichen des jeweiligen Landes mit Salzburg/Österreich): Österreich, Deutschland, Polen, Spanien und Westbalkan – können ggf. geändert oder ausgebaut werden.

Ziele

- / Salzburg als Option für gute Jobs in IKT & Technik verankern
- / Follower auf den vorhandenen Social-Media-Kanälen wesentlich zu steigern (LinkedIn, Facebook & Instagram)
- / Interaktionen generieren:
 - o Engagement
 - o Newsletter-Abonnements
 - o Beratungsgespräche mit dem Work in Salzburg – Welcome Center in Form von Terminbuchungen/E-Mails
 - o Bestellung des Welcome Guides (aktuell Download-Anfrage über Website verfügbar)
 - o Kontaktaufnahme via DMs
 - o Registrierung in Talent Hub (<https://jobs.workinaustria.com/?lang=en>) – Reportings daraus können wir von der ABA erhalten

Beschreibung des Leistungsgegenstandes

Aufgabe der Agentur:

- / Gestaltung und Produktion von Elementen, mit denen ein physischer Raum als „Work in Salzburg“ gekennzeichnet werden kann, zum Beispiel bei Messeständen oder anderen Beratungsräumen für internationale Fachkräfte. Bevorzugt sind leichte und modulare Teile, die Bespielung zwischen 10 und 100qm Raum zulassen.



- / Drucksorten: Gestaltung und Produktion von fünf „Quick Guides“ zu verschiedenen Themen, die zueinander passen und entweder aufhäng- oder aufstellbar sind (zum Beispiel zusammengefaltet, als übersichtlicher Guide zum Mitnehmen, auseinandergefaltet als Erklärplakat zu einem der definierten Themen – z. B. Weg zur Rot-Weiß-Rot-Karte, Schulsystem in Ö, o.ä. – Themen sind noch zu definieren. Erstellung von Text und Grafik liegen bei der Agentur, Infos dazu kommen von Innovation Salzburg)
- / Konzeption und Ausarbeitung des englischsprachigen Contents über die komplette Laufzeit (Fotos, Videos, Text) inkl. gesamte Organisation und Abklärung von Nutzungsrechten mit allen Beteiligten
 - Erste Vorstellungen vom Content: enge Zusammenarbeit mit Firmen am Standort, auch um Arbeitsmöglichkeiten zu zeigen, Einblicke und Tipps von autochthonen Einheimischen sowie zugezogenen > Unterscheidung vom touristischen Content, der schon vielfach bespielt wird.
 - Videos
 - geeignet für Youtube und Social-Media-Kanäle (sowohl von den Längen als auch Formaten her – Quer- und Hochformate, längere Videos und Kurzausschnitte)
 - mit Untertitel
 - Fotos ebenfalls in verschiedenen Formaten für Website (quer) und Social Media
 - Ausspielung des Contents organisch und über Ads
 - Zielländer der Kampagnen: Österreich, Polen, Spanien und Westbalkan (können ggf. geändert oder ausgebaut werden)
- / Messung und ggf Anpassung der Inhalte und deren Erfolg
- / Regelmäßige Abstimmung mit Innovation Salzburg zu Themen und Erstellung eines Redaktionsplans
- / Aus den Erkenntnissen resultierend Erarbeitung von Vorschlägen zur Weiterentwicklung der vorhandenen Website (derzeit ist sie ein Modul innerhalb von www.innovation-salzburg.at, direkt zu erreichen unter www.workinsalzburg.at). Es soll später eine eigene Website unter dieser Adresse entstehen. Die grafische und technische Umsetzung dieser Vorschläge ist NICHT Teil dieser Ausschreibung.
- / Identifizierung von relevanten Plattformen und Erarbeitung von Content-/Werbestrategie dafür, wie z.B. für bestimmte Subreddits, vor allem auch vor dem Hintergrund, dass IT-Expert:innen sich wahrscheinlich gut vor Werbung schützen können – weniger Werbung, mehr Kommunikation.
- / Einrichtung eines Trackings in Zusammenarbeit mit unserem IT-Dienstleister (auf der Website laufen aktuell Matomo und Google Analytics)
- / Reporting quartalsweise für Auftraggeberin und Stakeholder
- / Vorbereitung der Informationen über alle werblichen Ausgaben für die Medientransparenzmeldung (Excel-Vorlage für Einträge kommt von Auftraggeberin, hier müssen Datum, Kanal, Ausgaben und dazugehöriges Sujet erfasst werden, damit sie jeweils am Ende eines Halbjahres gesetzeskonform gemeldet werden können)

Mögliche Aufgaben von Innovation Salzburg in der Zusammenarbeit:

- / Themen einbringen (z. B. alle Themen aus unserem Welcome Guide, Rot-Weiß-Rot-Karte, etc.)
- / Firmen nennen und ggf. Erstkontakte legen (falls diese uns vorliegen)
- / Der Fotograf von Innovation Salzburg kann Aufträge übernehmen (nach Absprache bei z. B. Veranstaltungen)
- / Erstellung einzelner Blogbeiträge mit tiefergehenden Infos auf der Website (max. 1 Beitrag pro Monat)

Eine Zusammenarbeit ist explizit erwünscht.



Angebot und Zuschlagskriterien

An diesem Auftrag interessierte Unternehmen sind eingeladen, ein Angebot abzugeben. Die erstgereihten drei Agenturen werden zum Pitch eingeladen, die Vergütung dafür beträgt 1.500 Euro netto je Agentur.

Kriterien der Angebotsbewertung:

- / Herangehensweise an die Konzeption, Umsetzung und Betreuung der Kampagnen (Gewichtung 45 % = 45 Punkte)**
 - 10 Punkte: Konzeption: Wie sieht die generelle Herangehensweise an die Aufgabe aus? Was sind die Überlegungen des Bieters/der Bieterin dazu?
 - 10 Punkte: Umsetzung: Wie sieht die zeitliche Umsetzung aus? Welche Vorgangsweise wird zur Sicherstellung der engen Abstimmung mit dem Auftraggeber vorgeschlagen? Welche Methoden / Tools werden zur Anpassung der Herangehensweise / Inhalte verwendet?
 - 25 Punkte: Ideen: Welche Kanäle/Inhalte werden für die Zielgruppen angedacht? Welche Budgetverteilung wird in etwa vorgeschlagen für
 - Content Erstellung und damit verbundene Häufigkeit
 - Organische Ausspielung
 - Communitymanagement
 - Ausspielung über Kampagnen (voraussichtlich nötiges Budget)
 - Angedachte Werbekanäle & Budgetaufteilung
 - Gewichtung Bewegtbild/Foto
 - Drucksorten (Quick Guides & Branding)?

- / Erfahrungen und Referenzen (Gewichtung 25% = 25 Punkte) der für den Auftrag namhaft gemachten Personen im auftragsgegenständlichen Bereich (Auf-/Ausbau von internationalen Social-Media-Kanälen/Webstrategien, Standortvermarktung, o.ä.)**
 - 10 Punkte: Erfahrung der eingesetzten Mitarbeiter*innen im gegenständlichen Bereich
 - 15 Punkte: 3 Referenzprojekte der eingesetzten Mitarbeiter*innen (inkl. Angabe der Aufgaben/Rollen der Mitarbeiter:innen in dem jeweiligen Projekt)

- / Preis (Gewichtung 30% = 30 Punkte)**

Zeitablauf:

- /** Rückfragen zu dieser Ausschreibung können ausschließlich schriftlich bis 20. Juni 2025 an presse@innovation-salzburg.at gestellt werden.
- /** Die Antworten zu allen bis dahin gestellten Fragen werden ab 27. Juni 2025 innerhalb dieser Ausschreibung unter www.innovation-salzburg.at/ausschreibungen als Anhang zur Verfügung gestellt.
- /** Angebotsabgabe bis 11. Juli 2025, 18 Uhr möglich



- / Entscheidungsbekanntgabe der für die weitergehenden Pitches ausgewählte Agenturen am 17. Juli 2025 per E-Mail
- / Pitchtermin (jeweils 1,5 h zur Verfügung) – zwischen 30. Juli und 7. August
 - o Inhalt des Pitches, jeweils ein Vorschlag
 - für Social Media Kampagne
 - Quick Guide
 - Vor-Ort-Branding
- / Vergabe des Auftrags: zwischen 11. Und 14. August

Kontakt

Kerstin Wimberger
Leitung Kommunikation, Innovation Salzburg
presse@innovation-salzburg.at

Fragen & Antworten – 27. Juni 2025

Müssen die Produktionskosten für den physischen Raum, die Drucksorten sowie Kosten für Video-/Fotoshootings im genannten Budget berücksichtigt werden oder stehen dafür zusätzliche Mittel zur Verfügung?

Ja, diese müssen berücksichtigt werden, es stehen keine zusätzlichen Kosten zur Verfügung.

Gibt es einen Mindestanteil, der für Digital Advertising (Working Budget) verwendet werden soll?

Nein, die Gewichtung, wie welche Mittel zur bestmöglichen Wirkung verwendet werden, soll seitens der Einreicher:innen vorgeschlagen werden. [Siehe erster Punkt der Kriterien der Angebotsbewertung.](#)

Gibt es eine konkrete Vorstellung, welche Art von Content in welcher Frequenz und für welche Social-Media-Kanäle erstellt werden soll, zum Beispiel 2 Postings pro Kanal (FB, IG, LI) pro Woche?

Nein, die Mittel sollen zum Zwecke der Zielerreichung verteilt werden, hier wünschen wir uns einen Vorschlag seitens der Agentur. Das Wachstum der Kanäle ist eines der Ziele, zur Erreichung sollen aber durchaus auch andere Kanäle wie z. B. Reddit oder Bereiche, die für IT-Fachkräfte relevant sind, herangezogen werden. Hier fehlt bei der Auftraggeberin die Erfahrung.

Liegen darüber hinaus auch Blogbeiträge und Website-Artikel im gewünschten Leistungsumfang der Agentur?

Nein, Artikel liegen nicht im gewünschten Leistungsumfang. Falls tiefergehende Informationen zu Inhalten in Form von Blogbeiträgen erforderlich sein sollten, kann dies im Ausmaß von 1 Text/Monat seitens der Auftraggeberin übernommen werden.

Gibt es bestimmte Wünsche, welche Kanäle bezahlt beworben werden sollen? Oder sind hier Empfehlungen unsererseits gewünscht?

Hier sind im Sinne der Zielgruppen und der Zielerreichungen Empfehlungen erwünscht.