



## **Digitale Kommunikation für das Projekt „Bewegte Stadt“ der Stadt Salzburg**

### Ausschreibung und Angebotseinholung

Sehr geehrte Damen und Herren,

Im Rahmen des Projekts **„Bewegte Stadt“** suchen wir eine erfahrene Agentur, die unsere digitale Kommunikation auf ein neues Niveau hebt. Das Projekt zielt darauf ab, die sportliche und gesundheitsfördernde Aktivitäten in der Stadt Salzburg zu fördern und damit zur Verbesserung der (eigenen) Lebensqualität beizutragen. Um dieses Ziel zu erreichen, möchten wir die „Bewegte Stadt“ als starke, nachhaltige Marke etablieren und die Bürger:innen aktiv zur Teilnahme motivieren.

#### **Projektübersicht**

Das Projekt **„Bewegte Stadt“** in Salzburg ist eine Initiative, die Bewegung und Gesundheit im städtischen Raum fördert. Eines der Ziele des Projekts ist es, Bewegungsangebote im Alltag zu integrieren und dabei alle Altersgruppen anzusprechen. Durch öffentlich zugängliche Sport- und Bewegungsstationen, regelmäßige Veranstaltungen wie „Bewegungstreffs“ oder spezielle Sportkurse an öffentlichen Plätzen, sollen Barrieren für Bewegung abgebaut werden. Diese Angebote sind oft kostenlos und ohne Anmeldung nutzbar, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Beispiele für solche Initiativen sind Outdoor-Fitnessgeräte in Parks, Lauf- und Walkingtreffs oder Yoga im Freien.

Ein Schwerpunkt des Projekts liegt auf der Gesundheitsförderung und Prävention, wobei es darum geht, Bewegungsmangel vorzubeugen und somit einen Beitrag zur langfristigen Gesundheit der Bürger:innen zu leisten. Darüber hinaus soll das Projekt das soziale Miteinander stärken, indem es Gelegenheiten bietet, sich in informellen Gruppen oder bei organisierten Events zu treffen und gemeinsam aktiv zu sein.

**„Bewegte Stadt“** wurde in enger Zusammenarbeit mit lokalen Sportvereinen, Gesundheitsexpert:innen und städtischen Institutionen entwickelt und soll nachhaltig zur Gesundheitsförderung in der Stadt Salzburg beitragen.

- Es handelt sich um eine breit angelegte Initiative, die auch bewusst den öffentlichen Raum als Bewegungsraum wahrnimmt und so zur Lebensqualität in der Stadt beitragen möchte.
- Es handelt sich dabei um ein Gemeinschaftsprojekt der Stadt Salzburg in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partner:innen und Institutionen, das darauf abzielt, den öffentlichen Raum für sportliche Aktivitäten zugänglicher zu machen und damit einen aktiveren Lebensstil der Stadtbewohner:innen zu unterstützen

### **Langfristige Vision**

- Das Projekt „**Bewegte Stadt**“ soll langfristig den öffentlichen Raum in Salzburg zu einem zentralen Bewegungs- und Begegnungsort machen. Durch nachhaltige, barrierefreie und inklusive Sportangebote soll die Gesundheitsförderung in der Stadt verankert werden. Die Vision ist, dass Bewegung ein fester Bestandteil des Stadtlebens wird, der sowohl die physische Gesundheit als auch das soziale Zusammenleben der Bürger:innen fördert. Ziel ist es, durch innovative Lösungen und Kooperationen mit lokalen Partner
- kontinuierlich neue Bewegungsräume zu schaffen und die Stadt als Vorreiterin für urbane Gesundheitsförderung zu etablieren

### **Ziele des Projekts**

- Ziel der Bewegten Stadt ist es ein gesundheitsbewusstes und -förderndes Verhalten in der Bevölkerung zu etablieren.
- Rund 80 Prozent der Salzburger:innen sporteln ohne Vereine – für sie ist die gesamte Stadt Bewegungsraum.
- Mit dem Projekt „**Bewegte Stadt**“ soll die Stadt Salzburg nunmehr zu einem riesigen Fitnesspark - oder anders gesagt - zu einem großen Spiel-, Sport- und Bewegungsplatz werden.
- Konkretes Ziel ist, attraktive Bewegungsmöglichkeiten im öffentlichen Raum zu schaffen beziehungsweise besser sichtbar zu machen.

### **Zielgruppen**

#### **Primärzielgruppen**

- **Alle Menschen (0 bis 99)** der Stadt Salzburg, die entweder Freude an der Bewegung haben oder dazu animiert werden können.
- **Frauen** stellen dabei eine bedeutende Zielgruppe dar, denn die Vorteile aktiver Mobilität für Gesundheit und Wohlbefinden könnten in der Ansprache dieser Zielgruppe stärker betont werden, insbesondere in Bezug auf Stressreduktion und körperliche Fitness. Frauen neigen dazu, mehr Wert auf gesundheitsorientierte Fitnessangebote zu legen, wie Yoga, Pilates und Fitnesskurse, die sich positiv auf ihr körperliches und mentales Wohlbefinden auswirken. Eine Umfrage des Ministeriums für Gesundheit zeigt, dass Frauen häufiger als Männer an Präventions- und Gesundheitskursen teilnehmen, was zeigt, dass sie für zielgerichtete Kommunikationsmaßnahmen empfänglich sind.

Weitere primäre Zielgruppen:

- **Familien mit Kindern:** Diese Zielgruppe soll durch maßgeschneiderte Angebote und Initiativen motiviert werden, die Vorteile der „bewegten Stadt“ zu nutzen.
- Die „**Mittelklasse**“ (25-45 Jahre): Menschen, die täglich in und um Salzburg unterwegs sind, sollen durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel animiert werden.
- **Senior:innen** (ab 65 Jahren): Ältere Menschen, die Wert auf Gesundheit und Bewegung legen, sollen durch spezifische Angebote und Informationen angesprochen werden.

### **Erweiterte Zielgruppen**

- **Menschen mit Behinderung:** Die Kommunikation sollte Menschen mit Behinderungen dazu ermutigen, aktiv am öffentlichen Leben teilzunehmen und ihre sportliches Potential voll auszuschöpfen.
- **Tourist:innen:** Besucher:innen der Stadt Salzburg,
- **Studierende:** Junge Erwachsene, die in Salzburg studieren, sollen durch innovative und moderne Kommunikationswege für die Aktivitäten der Bewegten Stadt begeistert werden.
- **Betriebe,** auch die Stadt:Salzburg, mit Sitz in Salzburg: Sie sollen als Partner:innen und Multiplikatoren gewonnen werden, um das Projekt bei ihren Mitarbeiter:innen und

Kund:innen bekannt zu machen. So wird eine Kooperation mit dem betrieblichen Gesundheits-Managements der Stadtverwaltung angestrebt.

Diese Ansätze helfen, die „**Bewegte Stadt**“ als inklusives und familienfreundliches Projekt zu positionieren, das die Vielfalt der Bürger:innen von Salzburg aktiv einbezieht.

### **Kommunikationsziele**

Unsere übergeordneten Kommunikationsziele umfassen

- Steigerung der **Markenbekanntheit**: Die „Bewegte Stadt“ soll als führende Initiative für Sport und Bewegung in der Region etabliert werden. Hierzu gehört die Verbreitung einer klaren und konsistenten Markenbotschaft über alle Kommunikationskanäle hinweg.
- Förderung der **aktiven Teilnahme**: Wir möchten die Zielgruppen motivieren, sich aktiv an der „Bewegten Stadt“ zu beteiligen, sei es durch die Nutzung der Angebote, wie etwa den Calisthenics-Anlagen oder die Teilnahme an Veranstaltungen und Aktionen.
- **Imageverbesserung**: Salzburg soll als lebenswerte und nachhaltige Stadt positioniert werden, die ihren Bürger:innen und Besucher:innen eine hohe Lebensqualität bietet. Dies soll durch eine positive und inspirierende Kommunikation erreicht werden.

### **Anforderungen an die Agentur**

Wir suchen eine Agentur, die folgende Kompetenzen mitbringt:

- **Strategische Expertise**: Entwicklung einer umfassenden Kommunikationsstrategie, die die Vision und Ziele der „Bewegten Stadt“ klar definiert und effektive Maßnahmen zur Zielerreichung vorschlägt. Die Agentur sollte nicht nur kurzfristige Kampagnenziele verfolgen, sondern auch eine langfristige Vision für die Markenentwicklung der „Bewegten Stadt“ entwickeln, die über das Jahr 2025 hinausgeht.
- **Kreativität und Innovationskraft**: Die Agentur sollte in der Lage sein, kreative Kampagnenkonzepte zu entwickeln, die die Zielgruppen ansprechen und zur aktiven



Teilnahme motivieren. Insbesondere innovative Ansätze für das Community Management und die Promotion der „Bewegte Stadt“-App sind gefragt.

- **Umsetzungskompetenz:** Eine professionelle Umsetzung aller Maßnahmen, einschließlich der Erstellung von Content, der Durchführung von Social Media Kampagnen, der App-Promotion und der Öffentlichkeitsarbeit.

**Projektdurchführung:** Die Agentur muss in der Lage sein, alle geplanten Maßnahmen effizient und termingerecht umzusetzen. Dies umfasst die Produktion von Inhalten, die Pflege der Social Media Kanäle sowie die Verwaltung des App-Promotions.

- **Inklusive Kommunikation:** Sicherstellung, dass alle Kommunikationsmaßnahmen zugänglich und inklusiv gestaltet sind, insbesondere für Menschen mit Behinderungen. Dies umfasst barrierefreie Websites, leicht verständliche Sprache und die Verfügbarkeit von Inhalten in verschiedenen Formaten (z.B. Videos mit Untertiteln, Audiobeschreibungen).
- **Datenanalyse und Optimierung:** Die Agentur sollte regelmäßig die Performance der Kampagnen analysieren, um Optimierungspotenziale zu identifizieren und die Kommunikationsstrategie laufend anzupassen. Das beinhaltet regelmäßige Überwachung und Analyse der Kampagnenperformance durch die Nutzung von Tracking-Tools, Social Media Insights und Umfragen. Die Agentur soll in der Lage sein, detaillierte Reports für die gesetzlichen Vorgaben zu erstellen und die Ergebnisse klar und verständlich präsentieren.

### **Vorgaben**

- Als Vorgabe und Stilelement ist das **Erscheinungsbild der Stadt Salzburg** und die etablierte Linie der „bewegten Stadt“ zu verwenden.

### **Fokusthemen und Maßnahmen**

- Das **Community Management** soll durch die Schaffung und Pflege einer aktiven und engagierten Online-Community die „Bewegte Stadt“ in den sozialen Medien (Facebook, Instagram, TikTok) weiter bekannt machen. Hierbei sollen Inhalte entwickelt werden, die den Dialog fördern, Feedback einholen und die Zielgruppen zur aktiven Beteiligung anregen.



- **App-Promotion:** Ein zentraler Bestandteil des Projekts ist die „Bewegte Stadt“-App, die als Plattform für die Vernetzung der Community und die Planung von Aktivitäten dient. Die Agentur soll kreative Kampagnen entwickeln, um die Bekanntheit der App zu steigern und die Installation sowie die Nutzung der App zu fördern. Dies könnte durch gezielte Werbemaßnahmen, Influencer-Kooperationen und spezielle Aktionen geschehen.
- **Content-Erstellung und Kampagnenmanagement:** Es sollen hochwertige, zielgruppenspezifische Inhalte, anhand der Projekt und Jahresplanung der „Bewegten Stadt“ erstellt werden, die sowohl informativ als auch inspirierend sind. Diese Inhalte sollen über verschiedene Kanäle verbreitet werden, darunter die Website, Social Media, Newsletter und PR-Maßnahmen. Die Kampagnen sollen in regelmäßigen Abständen evaluiert und bei Bedarf angepasst werden.
- **Öffentlichkeitsarbeit und Kooperationen:** Zusätzlich zur digitalen Kommunikation sind Kooperationen mit lokalen Medien und Influencern vorgesehen, um die Reichweite des Projekts zu erhöhen. Die Agentur soll hierbei strategische Partnerschaften initiieren und pflegen, um die „Bewegte Stadt“ als Marke zu stärken.

### **Erfolgsmessung**

Die Wirksamkeit der Kampagnen wird anhand folgender KPIs (Key Performance Indicators) gemessen:

- **Website-Traffic:** Anzahl der Besuche und Verweildauer auf der Projektwebsite.
- **Conversion-Rate:** Anteil der Website-Besucher, die konkrete Aktionen ausführen (z.B. Anmeldung zu Veranstaltungen, Download der App).
- **Social Media Engagement:** Anzahl der Interaktionen (Likes, Shares, Kommentare) und die Reichweite der Social Media Posts.
- **Markenbekanntheit:** Steigerung der Bekanntheit der „Bewegten Stadt“ in der Zielgruppe durch Umfragen und Medienbeobachtung.
- **Teilnehmerzahlen:** Anzahl der Teilnehmer:innen bei Veranstaltungen und Aktionen, die im Rahmen des Projekts durchgeführt werden.
- Die Agentur soll regelmäßige **Berichte über die Performance** der Maßnahmen erstellen und Handlungsempfehlungen zur weiteren Optimierung geben.



## **Vorgaben für die Angebotslegung**

Um die **Vergleichbarkeit der Angebote** zu gewährleisten, bitten wir, das Angebot nach den folgenden Vorgaben zu strukturieren:

- **Projektverständnis:** Kurze Erläuterung des Verständnisses des Projekts „Bewegte Stadt“ und der Ziele.
- **Strategie und Lösungsansatz:** Detaillierte Beschreibung der geplanten Maßnahmen in den Bereichen App-Promotion, Social Media Management, PR und Content-Erstellung, inklusive Zielgruppenansprache.
- **Kostenaufstellung:**
  - Aufschlüsselung der Kosten pro Leistungseinheit (z. B. Social Media Betreuung, Content-Produktion).
  - Stundensätze und Pauschalpreise klar ersichtlich.
  - Etwaige Angaben zu Zusatzkosten (Reisekosten, Lizenzgebühren).
- **Zeitplan und Meilensteine:** Darstellung eines Zeitplans, inklusive Startpunkte und Deadlines für wesentliche Projektphasen.
- **Erfolgskontrolle:** Vorschläge zur Erfolgsmessung (KPIs) und Angaben zur Reporting-Frequenz (z. B. monatliche Berichte). Diese müssen den gesetzlichen Vorgaben für eine Gebietskörperschaft (z.B. Medientransparenzgesetz) erfüllen.
- **Referenzen:** Kurze Vorstellung relevanter Referenzen und Beispiele aus ähnlichen Projekten.
- **Teamzusammensetzung:** Vorstellung des Projektteams und deren Verfügbarkeit.
- **Umsetzung der Inklusivität:** Beschreibung der Maßnahmen zur barrierefreien und inklusiven Kommunikation.
- **Zahlungsplan:** Angabe der Zahlungsmodalitäten und möglicher Vertragsverlängerungen.

## **Zeitraumen und nächste Schritte**

### **Zeitraumen**

- Die geplante Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen erstreckt sich aktuell über den Zeitraum vom 01. Januar 2025 bis 31. Dezember 2025.

## **Pitch und Auswahlprozess**

- Agenturen, die sich für die Umsetzung dieses Projekts bewerben möchten, sind eingeladen, ihre Konzepte – per E-Mail an [informationszentrum@stadt-salzburg.at](mailto:informationszentrum@stadt-salzburg.at) bis zum Freitag, **25. Okt. 2024** (12 Uhr) abzugeben.
- Nach Sichtung und Einladung können diese zu einer Pitch-Präsentation eingeladen werden, um ihr Konzept näher vorzustellen.
- Die Entscheidung über den Zuschlag und einen etwaigen Vertragsabschluss erfolgt nach einer sorgfältigen Evaluation der eingereichten Angebote.

Wir freuen uns auf innovative Vorschläge und eine erfolgreiche Zusammenarbeit, die die „**Bewegte Stadt**“ als nachhaltige und zukunftsweisende Initiative weiter voranbringt.

Mit freundlichen Grüßen,

Jochen Höfferer MA

Schloss Mirabell

5020 Salzburg

e: [informationszentrum@stadt-salzburg.at](mailto:informationszentrum@stadt-salzburg.at)

t. 0662/8072-2501