

This project is implemented through the CENTRAL EUROPE Programme co-financed by the ERDF

Interessante Aufgabe für Werbeagenturen in der Steiermark

Gesucht werden Werbeagenturen mit Interesse an der Umsetzung der Imagekampagne zur Verbesserung des allgemeinen Meinungsbildes über regionale Karrierechancen für Frauen in den Regionen Leibnitz und Deutschlandsberg.

Ihr Interesse melden Sie bitte elektronisch an:

claudia.krobath@irstyria.com

INNOVATION REGION STYRIA GmbH
Liebenauer Hauptstrasse 2 - 6
8041 Graz



Sie erhalten umgehend die Ausschreibungs-Informationen.

Kurzbeschreibung der Ausschreibung

Die wichtigen Daten dazu sind:

Abgabe des Angebots: 10. Jänner 2014

Auftragsvergabe: 20. Jänner 2014

Öffentliche Umsetzung: 1. April - 30. Juni 2014

Auftraggeber:

Innovation Region Styria GmbH
8041 Graz, Liebenauer Hauptstraße 2-6

Ansprechpartner für die Abwicklung der Ausschreibung:

Konzepterstellung der Imagekampagne und Begleitung der Ausschreibung für die Umsetzung des Konzeptes:

EMS Beratungs- & Beteiligungs GmbH
Buchwaldstraße 28, 8280 Fürstenfeld
+43 (0)3382 54527-0
office@ems.co.at

This project is implemented through the CENTRAL EUROPE Programme co-financed by the ERDF

Zur Umsetzung sind Werbemaßnahmen und PR-Aktionen geplant, die sich an junge, gut ausgebildete Frauen und an Schülerinnen wenden. Die Außenwirkung soll von 1. April 2014 – 30. Juni 2014 in der Region Leibnitz und Deutschlandsberg stattfinden.

Für die Abwicklung dieser Imagekampagne wird eine Werbeagentur betraut, die im Zeitraum von 20. Jänner 2014 - 30. Juni 2014 für die Gestaltung, Umsetzung-Produktion und Betreuung der Imagekampagne zuständig ist.

Die Imagekampagne teilt sich in zwei Teile: eine Print-Werbekampagne und ein Schulprojekt.

Print-Werbekampagne / Gestaltung und Produktion

- Plakate um Bekanntheit zu schaffen
- PR-Stories in regionalen Zeitungen um Geschichten zu erzählen
- Postkarten um Bekanntheit zu schaffen und das Story-Telling mit den Plakatsujets zu verbinden
- Give aways usw. siehe Beilagen

Inhalte dieser Kampagne sind Gesichter aus der Region. Diese Personen haben beim Frauen-Award teilgenommen und sind als erfolgreiche Frau aus der Region, als weibliche regionale Unternehmerin oder als familienfreundliches Unternehmen ausgezeichnet worden. Diese Gesichter werden in jedem Sujet mit Erfolg in der Region verknüpft. Somit lautet die Botschaft aller Werbemaßnahmen: „ die Region ist weiblich“ „ die Region ist lebens- und arbeitswert“ „es gibt Jobs und Karrieremöglichkeiten in der Region“.

Schulprojekt / Mentoring

Inhalt: Im Rahmen einer Projektarbeit befassen sich Schüler der HLW Deutschlandsberg mit den zukünftigen Berufsmöglichkeiten in der Region

- ✓ Ausarbeitung: Die Erkenntnisse werden in Youtube Filmen, auf einer Facebook-Seite, in Presseberichten und Radiospots verarbeitet
- ✓ Schüler-Award: Die Projektergebnisse werden nach Originalität - Professionalität in der Umsetzung - Gesamtwirkung bewertet

Projekt-Kurzbeschreibung Women

Hauptausrichtung des Projektes ist die Erarbeitung und Umsetzung eines transnationalen Aktionsplans zur Sicherung des Humankapitals in vom demografischen Wandel besonders betroffenen Regionen mit speziellem Fokus auf Frauen. Durch die ergriffenen Maßnahmen soll das theoretisch zur Verfügung stehende weibliche Fachkräftepotential gezielt gesichert, entsprechend der Bedarfslagen strukturbestimmender Wirtschaftsbranchen entwickelt und ausgeschöpft werden. Mittelfristig ist damit das Ziel verbunden, die Beschäftigungsquote von Frauen zu

This project is implemented through the CENTRAL EUROPE Programme co-financed by the ERDF

erhöhen und durch die Stärkung von Haltefaktoren die Abwanderung und die daraus resultierenden Geschlechterdisparitäten zu mindern.

Im Fokus des Projektes stehen konkrete Maßnahmen und Pilotaktionen, welche mit gut ausgebildeten Frauen und Unternehmen durchgeführt werden. Hierfür ist insbesondere eine Image-Kampagne in den teilnehmenden Regionen verbunden.

Das transnationale Projekt wird von 11 Partnern aus 5 europäischen Ländern umgesetzt, dazu zählen:

Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt, Bildungswerk der Wirtschaft Sachsen-Anhalt e. V. , Leibniz Institute for Regional Geography (DE), South-Transdanubian Regional Development Limited Company, South-Transdanubian Regional Resource Centre (HU), University for Adult Education Murska Sobota, Institute for Social Development Murska Sobota (SLO), Innovation Region Styria GmbH, ZAM Steiermark GmbH - Regionalstelle Frauen für Frauen (AT), Podlaska Regional Development Foundation, Rzeszow Regional Development Agency (PL)

Generelles zum Arbeitspaket 4

Konzentrierte Maßnahmen zur Bewältigung des demografischen Wandels

Im Rahmen dieses Arbeitspaketes werden in allen Regionen Pilotaktivitäten durchgeführt um einer noch stärkeren Abwanderung von gut ausgebildeten Frauen entgegenzuwirken. Hierzu zählen neben einer groß angelegten Image-Kampagne auch Coachings und Multiplikatoren-Trainings, soziales Netzwerken und eine transnationaler Bewerb bzw. „Award“.

Die Pilotaktivitäten

■ Image Kampagne (Die Durchführung ist Gegenstand der Ausschreibung)

In jeder Partnerregion wird eine Image Kampagne durchgeführt. Diese soll das Image der Regionen erhöhen und die Perspektiven aufzeigen. Verschiedene Tools wie Videoclips, Poster, Social Media, Visualisierungen (Karten, Diagramme) und Workshops, sowie Veranstaltungen werden während der Kampagnen verwendet werden.

■ Coaching Demografie Coaches

Demografie-Manager werden in jeder Partnerregion ausgebildet. Diese werden transnational vernetzt, um eine gemeinsame Methodik zu trainieren und mit diesem Wissen werden in Folge Personalverantwortliche in Unternehmen geschult. Dies unterstützt das Wissen um die demographischen Entwicklungen und die Erarbeitung der erforderlichen Anpassungen in Organisationen und Unternehmen, insbesondere um Maßnahmen welche die Abwanderung von jungen Frauen verhindern sollen.

■ AWARD Wettbewerb

Ein länderübergreifender Wettbewerb wird durchgeführt. Aus mehreren Preiskategorien (familienfreundliches Unternehmen, erfolgreiche weibliche Unternehmerin, Aktionen lokaler Behörden, etc.) werden im Rahmen einer internationalen Fachtagung die GewinnerInnen ermittelt. Die PreisträgerInnen werden darüber hinaus als Vorbilder in einer umfangreichen internationalen Kampagne eingebunden. Mitglieder der Jury (drei junge Frauen pro Partnerregion) treffen sich für ein Wochenende in Sachsen-Anhalt, um die Preisträger auszuwählen. Die Preisverleihung findet in Verbindung mit der Internationalen Demografie Konferenz in Berlin statt. Die Preisträger werden eingeladen, an der Konferenz teilzunehmen.

■ Networks

Soziale Netzwerke erfolgreicher Unternehmerinnen und leitender Mitarbeiterinnen werden von den Projektpartnern unterstützt werden. Durch regelmäßige Workshops und Beiträge zu Netzwerk-Events, werden jungen berufstätigen Frauen gestärkt. Über 120 Unternehmerinnen werden über diese Netze erreicht.