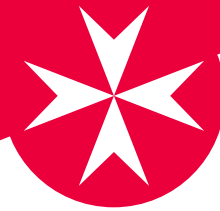




**JOHANNITER**



# **Einladung zur Teilnahme an einer Ausschreibung**

**REF NO: 0032**

Anteilige Erstellung und Umsetzung der  
Kampagne „Vergessene humanitäre Krisen“

Aus Liebe zum Leben

# Inhalt der Ausschreibungsunterlagen

A. Gegenstand und Ziel der Ausschreibung

B. Inhalte der Ausschreibung

C. Bewertungskriterien Ausschreibungsbestimmungen und Erläuterungen

# A. Gegenstand und Ziel der Ausschreibung

Die Johanniter-Unfall-Hilfe ist ein Werk des evangelischen Johanniterordens und als gemeinnütziger und mildtätiger Verein anerkannt. Sie ist eine freiwillige Hilfsgesellschaft im Sinne des Art. 26 des 1. Genfer Abkommens vom 12.08.1949. Zudem ist sie ein Verband der Freien Wohlfahrtspflege und als Fachverband Mitglied im Diakonischen Werk der Evangelischen Kirche in Deutschland.

In der Johanniter-Unfall-Hilfe engagieren sich mehr als 15 000 hauptamtliche und rund 30 000 ehrenamtliche Mitarbeitende. Knapp 1,3 Millionen Menschen fördern die Hilfsorganisation. Ihren satzungsgemäßen Aufgaben folgend, engagiert sich die Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. auch im Ausland.

## Warum machen die Johanniter eine Kampagne zu Vergessenen Krisen?

Im Bild der deutschen Öffentlichkeit steht Humanitäre Hilfe zur Linderung akuten Leidens in großen Naturkatastrophen im Vordergrund. Daher ist es besonders schwer, für die langanhaltenden Krisen private Spenden zur Finanzierung humanitärer Programme zu erzielen. Das wollen wir mit der Kampagne ändern. Gemeinsam mit dem Auswärtigen Amt und verschiedenen dt. Hilfsorganisationen wollen wir drei dieser sogenannten „vergessenen Krisen“ im Rahmen der Kampagne stärker in den Fokus humanitären Engagements und öffentlicher Wahrnehmung rücken: Bangladesch, Madagaskar und Mosambik. Ziel ist es, **die deutsche Öffentlichkeit über das humanitäre Engagement in den drei Kampagnenländern zu informieren und sie zum Spenden zu animieren**. Die Johanniter übernehmen dabei in der Kampagne eine koordinierende Rolle.

## Rückblick #nichtvergesser:

Die Johanniter haben bereits in den Jahren 2016 – 2018 eine Kampagne zu Vergessenen Krisen zusammen mit dem Auswärtigen Amt und verschiedenen dt. Hilfsorganisationen durchgeführt. Der damalige Fokus der Kampagne lag auf Awareness zu vergessenen Krisen insgesamt. Unter dem Hashtag #Nichtvergesser sowie Website und Social Media Kanäle haben wir kontinuierlich über die Situation in verschiedenen Krisenländern berichtet.

Die neue Kampagne, mit einer Laufzeit bis Juni 2023, soll auf die abgeschlossene Kampagne aufbauen. Beispielsweise, können wir uns gut vorstellen den Hashtag #Nichtvergesser und das damalige Design wieder zu verwenden. Ob wir als verbindendes Element wieder den „Knoten“ als Symbol des Nichtvergessens nutzen wollen, lassen wir offen. Aber ein verbindendes Element, dass alle Teilnehmenden verwenden, wäre wünschenswert.

Zusammenfassend sind folgende **Ziele** für die Kampagne formuliert:

- Die Kampagne soll in Deutschland Aufmerksamkeit für Menschen in vergessenen Krisen verstärken und Verständnis / Solidarität fördern.
- Die Kampagne soll in der Öffentlichkeit Spenden für die drei Krisenländer erzeugen.

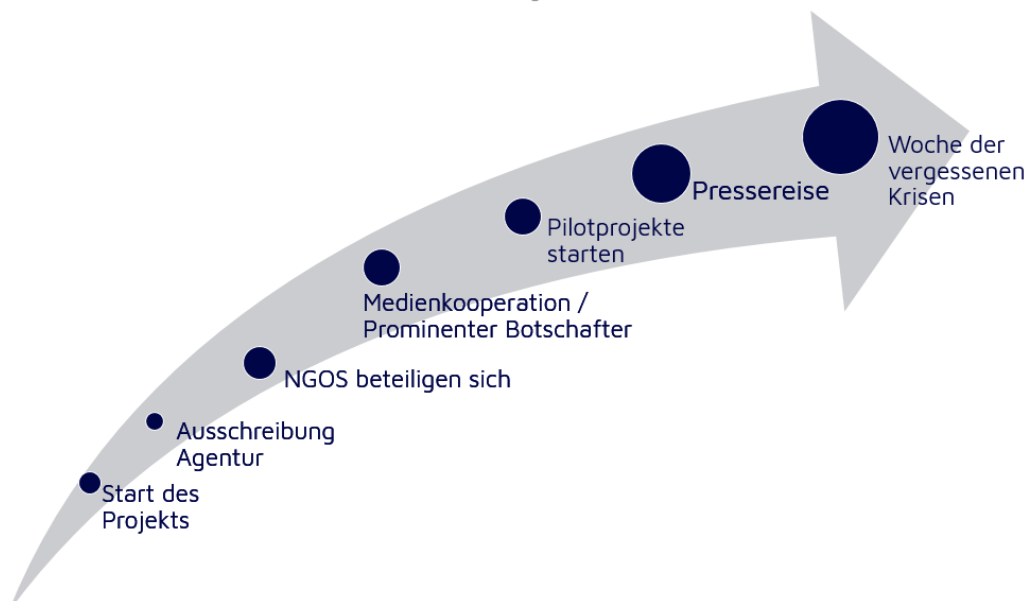
- Die Öffentlichkeit soll anschließend besser über humanitäre Hilfe insgesamt und die Situation in den drei Krisenländern informiert sein. Ein besonderer Fokus soll dabei auf die Vielfalt der deutschen NGO-Landschaft sowie die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Auswärtigen Amt gelegt werden.
- Die Kampagne hat eine bundesweite Ausstrahlung und kann regional von den teilnehmenden NGOs adaptiert werden.
- Aktiver Aufruf zum Spenden für die teilnehmenden Organisationen (Kein Bündnis / keine einheitliche Kontonummer).

Die Kampagne richtet sich an folgende **Zielgruppen**

- spendenwillige Öffentlichkeit 45+
- aktive Spender:innen der NGOs 60+
- junge Zielgruppe
- Medienvertreter:innen
- Parlamentarier/politische Entscheidungsträger:innen

Für die Agenturmaßnahmen im Rahmen der Kampagne stehen **bis zu 140.000 EUR** zur Verfügung.

Folgender Ablauf ist für das Jahr geplant:



# B. Inhalte der Ausschreibung

Die Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. bittet um Abgabe eines Angebotes für folgende Positionen:

- a) Fundraisingaffine, zielgruppengerechte Aufbereitung der Kernbotschaften in unterschiedlichen Formaten
- b) Konzeption einer starken Kampagnenwoche, die auf die „Nichtvergesser“-Kampagne aufbaut und alle Zielgruppen mitnimmt
- c) Aufbereitung von Material für die Kommunikation an die breite Öffentlichkeit aber auch unter Berücksichtigung der Zielgruppen und adaptierbar für unterschiedliche Organisationen (bereits im Vorlauf zur Kampagnenwoche)
- d) Gewinnung von prominenten Botschafter:innen
- e) Formen von Medienkooperationen (Medienhäusern aber auch Influencer:innen) → Sendezeiten / Platz in Magazinen in der Kampagnenwoche sicherstellen
- f) Organisation einer multimedialen Pressereise in alle drei Kampagnenländer (Journalist:innen der Medienkooperationen)
- g) Konzipierung von Veranstaltungen in der Kampagnenwoche
- h) Erstellung von Präsentationsmaterialien für die Kampagne, für externe Kommunikation sowie für die interne Kommunikation zur Gewinnung von Unterstützern der Kampagne, Hilfsorganisationen für die Teilnahme und MdBs

Die aufgeführten Positionen sind Teil des Gesamtangebotes, müssen aber separat und transparent ausgewiesen sein, um eine Vergleichbarkeit der erhaltenen Angebote zu ermöglichen.

# C. Bewertungskriterien, Ausschreibungsbestimmungen und Erläuterungen

Ihre eingereichten Angebote werden unter folgenden Gesichtspunkten betrachtet:

- Umfang des angebotenen Leistungsspektrums sowie Beispiele erfolgreicher Projekte
- relevante Netzwerke zur Begleitung der Kampagne
- Erfahrung in der Arbeit im NGO-Kontext
- Berücksichtigung der von uns gewünschten Inhalte und Ziele
- Wirtschaftlichkeit des Angebots
- geografische Nähe zu uns

Wir behalten es uns vor die Kriterien gegebenenfalls anzupassen.

Bitte senden Sie Ihr Angebot mit einem ersten Konzeptentwurf, einer Darstellung Ihres Leistungsspektrums sowie der Declaration of Supplier **bis zum 15.06.2022, 17:00 Uhr** an die unten genannten Kontaktdaten Basierend auf den Angeboten und den inhaltlichen Vorschlägen, laden wir eine engere Auswahl von Bewerbenden zu einem Pitch ein.

Kommunikation soll schriftlich erfolgen. Für die Erstellung des Angebots wird keine Vergütung gewährt. Der Anhang mit Ihrem Angebot darf maximal 20 MB groß sein. Im Falle von fehlenden Unterlagen reservieren wir uns das Recht, diese nachzufordern.

Anlaufstelle für Fragen und zur Übersendung des Angebots:

Mura Cammann  
[mura.cammann@johanniter.de](mailto:mura.cammann@johanniter.de)



**JOHANNITER**

**Wir freuen uns auf Ihr  
Angebot**