

Kommunikationsstrategie

zum Operationellen Programm des Freistaates Thüringen für den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) in der Förderperiode 2014-2020

vom 18.03.2015

Kommunikationsstrategie 2014-2020 für den EFRE in Thüringen

- Inhaltsverzeichnis -

1. Ziele und Zielgruppen
2. Strategie
3. Maßnahmen
 - 3.1 Befragungen, Datenerfassung;
 - 3.2 Veranstaltungen
 - 3.3 Publikationen, Informations- und Werbematerial
 - 3.4 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Medienpräsenz
 - 3.5 Internetauftritt
 - 3.6 Anleitung und Kontrolle der Begünstigten hinsichtlich der Erfüllung der Publizitätspflichten
 - 3.7 Verzeichnis der Begünstigten
 - 3.8 Logo
 - 3.9 Beflagung
4. Finanzierung der Maßnahmen
5. Organisation und Planung der Umsetzung
6. Berichterstattung und Evaluierung
7. Anlagen:
 - Übersicht der Indikatoren laut OP EFRE 2014-2020

1. Ziele und Zielgruppen

Für die Förderperiode 2014-2020 stehen für den EFRE in Thüringen 1.165 Mio. € zur Verfügung, die aus den öffentlichen Haushalten und aus privaten Mitteln kofinanziert werden.

Grundlage für die nachfolgende Kommunikationsstrategie bildet das Operationelle Programm für den EFRE in Thüringen in seiner jeweils von der EU-KOM genehmigten Fassung in Verbindung mit Art. 115-117 und Anhang XII VO (EU) Nr. 1303/2014.

Mit den im Weiteren aufgeführten Maßnahmen wird die Umsetzung des Operationellen Programms EFRE 2014-2020 begleitet.

Die Finanzierung der Maßnahmen erfolgt aus Mitteln der Technischen Hilfe. Um einerseits der gestiegenen Bedeutung der Information und Kommunikation Rechnung zu tragen und um andererseits das im OP fixierte spezifische Ziel (SZ 16) „Öffentlichkeitswirksame Umsetzung des Operationellen Programms“ zu erfüllen und damit den Bekanntheitsgrad des EFRE zu steigern, sollen verstärkt Informations- und Kommunikationsmaßnahmen in der Förderperiode 2014-2020 geplant und durchgeführt werden.

Mit den unter 3. beschriebenen Maßnahmen werden folgende Ziele verfolgt:

1.1 Information der Begünstigten, der potenziell Begünstigten und der WISO-Partner

Durch geeignete Maßnahmen und Medien werden Begünstigte, potenziell Begünstigte, deren Interessenvertreter und die WISO-Partner über die Fördermöglichkeiten informiert. Im Rahmen eines partnerschaftlichen Beteiligungsprozesses soll auch die Umsetzung der Querschnittsziele Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung für die Begünstigten und potenziell Begünstigten gewährleistet werden.

1.2 Information der Öffentlichkeit in Thüringen

Durch moderne Medien sollen die Bürger über die Ziele, Inhalte und Projekte sowie über die Ergebnisse und den Nutzen der Förderung mit dem EFRE informiert werden.

Die Transparenz des Mitteleinsatzes soll somit für die Bürger erhöht, die Rolle und die Ziele der Europäischen Kohäsions- und Förderpolitik sollen sichtbar gemacht und den Bürgern anhand greifbarer Ergebnisse näher gebracht werden.

1.3 Steigerung des Bekanntheitsgrades des EFRE in Thüringen

Im OP EFRE ist als spezifisches Ziel die öffentlichkeitswirksame Umsetzung des Operationellen Programms benannt und wird im Laufe der Programmumsetzung an der Steigerung des Bekanntheitsgrades gemessen (Ergebnisindikator). Der Ausgangs- und der Zielwert müssen im Rahmen einer ersten Befragung im Jahr 2015 noch ermittelt werden.

Aus diesen Zielstellungen ergeben sich folgende Zielgruppen, an die sich die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen richten:

- breite Öffentlichkeit im Freistaat Thüringen,
- Begünstigte, potenziell Begünstigte (Unternehmen, Privatpersonen, Kommunen, Kammern, Verbände, öffentliche und private Institutionen, die gemäß dem OP und den jeweiligen Verträgen und Richtlinien förderfähige Projekte realisieren oder umsetzen können),
- Wirtschafts- und Sozialpartner,
- Politische Entscheidungsträger,
- Personen und Institutionen, die mit der Umsetzung des OP und der Verwaltung von EFRE-Mitteln befasst sind.

2. Strategie

Die Vielfalt der Zielgruppen, die komplexen Inhalte und die erforderliche Zielerreichung gemäß Ergebnisindikatoren erfordern eine Kommunikationsstrategie, die auf den Einsatz eines auf die Zielgruppen ausgerichteten Medienmixes abzielt.

Die Erfahrungen bei der Umsetzung des Kommunikationsplans der Förderperiode 2007-2013 haben gezeigt, dass die Informationsmaßnahmen für die Begünstigten und potenziell Begünstigten sehr vielfältig waren und diese Zielgruppen erreicht haben.

Den Begünstigten wurden Informationen und Anleitungen zur Umsetzung der Publizitätsvorschriften gegeben. Die Wirkung dieser Maßnahmen schlug sich in der gut sichtbaren Einhaltung der Publizitätspflichten durch die Begünstigten nieder.

Nach dem Ergebnis des Flash Eurobarometers 384 (2013) weist Deutschland im Vergleich mit den anderen 28 EU-Mitgliedstaaten eine unterdurchschnittliche öffentliche Wahrnehmung in Bezug auf die europäische Regionalpolitik auf. Auch wenn der Bekanntheitsgrad der Strukturfonds aufgrund des höheren Mitteleinsatzes in Ostdeutschland höher ist als in Westdeutschland, sind weitere Maßnahmen zur Information der Bevölkerung und der potenziell Begünstigten, zu den positiven Ergebnissen und Wirkungen des Einsatzes der Strukturfondsmittel und damit zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und einer positiven Wahrnehmung der europäischen Struktur- und Regionalpolitik erforderlich.

Durch das steigende Interesse an Information und Kommunikation über elektronische Medien rückt das Internet immer stärker in den Mittelpunkt der öffentlichen Wahrnehmung. Moderne Medien und Plattformen haben nach wie vor eine steigende Nachfrage zu verzeichnen. Das Internet steht dabei im Mittelpunkt des Interesses und dem Webauftritt kommt damit zentrale Bedeutung für die Information der Öffentlichkeit zu.

Der Internetauftritt EFRE in Thüringen soll deshalb verstärkt für Informations- und Kommunikationsaktivitäten und zur Zielerreichung genutzt werden.

Dazu ist eine Bewerbung der Web-Adresse über geeignete Maßnahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie bei Veranstaltungen erforderlich. Um das Interesse auf die EFRE-Website zu lenken, müssen flankierende Aktivitäten initiiert und die Website weiter auf die Informationsbedürfnisse der definierten Zielgruppen ausgerichtet werden.

Um das spezifische Ziel der Steigerung des Bekanntheitsgrades zu erreichen, sollen diese Informations- und Kommunikationsmaßnahmen vor allem die Bürger, potenziell Begünstigte, die Wirtschafts- und Sozialpartner- und politische Entscheidungsträger erreichen.

3. Maßnahmen

Zur konkreten Umsetzung dieser Kommunikationsstrategie werden jährliche Maßnahmenpläne für Information und Kommunikation im EFRE durch die Verwaltungsbehörde erstellt und dem Begleitausschuss vorgelegt.

3.1 Befragungen, Datenerfassung

Ausgehend von den oben beschriebenen Zielen und der Strategie sowie zur Erfüllung der allgemeinen Ex ante Konditionalität G7 (s. OP EFRE 2014-2020) sollen Befragungen zur Einschätzung des Bekanntheitsgrades des EFRE in Thüringen im Verlaufe der Förderperiode bei der Bevölkerung, bei den potenziell Begünstigten, bei den Wirtschafts- und Sozialpartnern und bei politischen Entscheidungsträgern durchzuführen. Diese Zielgruppen sollen erstmals 2015 befragt werden, um einen Ausgangswert für den Bekanntheitsgrad sowie einen Zielwert für 2023 zu bestimmen. Die Entwicklung soll in den Folgejahren mit weiteren Befragungen in den Jahren 2017, 2020 und 2023 verfolgt und auf die Erreichung des Zielwertes hingearbeitet werden.

Auch über Wissenstests können weitere Informationen über den Bekanntheitsgrad und den Kenntnisstand zum EFRE, z. B. in Verbindung mit Veranstaltungen oder über die Website, gesammelt werden.

3.2 Veranstaltungen

Die Auftaktveranstaltung EFRE für die Förderperiode 2014-2020 fand im Dezember 2014 statt.

Die Verwaltungsbehörde organisiert ab 2015 eine größere Informationsmaßnahme pro Jahr, durch die zum Stand der Programmumsetzung informiert und auf die Finanzierungsmöglichkeiten und die verfolgten Strategien aufmerksam gemacht wird und mit der die mit dem operationellen Programm erzielten Erfolge sowie gegebenenfalls auch größere Projekte, gemeinsame Aktionspläne und andere Projektbeispiele vorgestellt und bekannt gemacht werden.

Um insbesondere die breite Öffentlichkeit mit Informationen und Aktivitäten besser zu erreichen, ist beabsichtigt, sich an öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen in Thüringen mit Informationen und Werbemitteln stärker zu beteiligen und die Zusammenarbeit mit den diesbezüglichen Partnern (z. B. Thüringer Staatskanzlei, Europäisches Informationszentrum, Vertretungen der EU-Kommission, Thüringer Landtag) zu intensivieren.

3.3 Publikationen, Informations- und Werbematerial

Das genehmigte Operationelle Programm EFRE 2014-2020 soll neben der Veröffentlichung auf der Website auch in gedruckter Form veröffentlicht werden. Die Verordnungstexte, Arbeitspapiere, Gutachten, Evaluierungsberichte usw. werden vorzugsweise elektronisch über die Website zur Verfügung gestellt.

Für die zwischengeschalteten Stellen und die Begünstigten soll ein Informationsblatt zur Erfüllung der Publikationspflichten bereitgestellt werden.

Die Veröffentlichung von Ergebnissen der Förderung und die Bewerbung von Vorhaben (Best practice) in der Öffentlichkeit ist unverzichtbar und soll fortgesetzt werden.

In enger Abstimmung mit dem Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit soll auch künftig der Newsletter des Thüringer Wirtschaftsministeriums genutzt werden, um den EFRE bekannter zu machen und anhand von Projektvorstellungen die Öffentlichkeit, Wirtschafts- und Sozialpartner sowie Begünstigte über die positiven Wirkungen des Einsatzes von EFRE-Mitteln zu informieren. Auch andere Publikationen des Thüringer Wirtschaftsministeriums können durch die Bewerbung der Website-Adresse in Thüringen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades des EFRE genutzt werden.

Insbesondere Informations- und Werbematerial (mit EFRE- bzw. EU-Logo) kann zur Steigerung des Bekanntheitsgrades des EFRE in der Thüringer Öffentlichkeit beitragen und genutzt werden.

Die Herstellung von interessantem Informations- und Werbematerial wurde mit Beginn der neuen Förderperiode bereits intensiviert und soll über die gesamte Förderperiode ein Schwerpunkt sein, um beispielsweise für die Veranstaltungen (s. 3.2) ausreichend Material zur Verfügung zu haben.

3.4 Medienpräsenz

Maßnahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sollen in erster Linie die breite Öffentlichkeit, aber auch die Wirtschafts- und Sozialpartner, Begünstigte sowie potenziell Begünstigte erreichen und informieren und werden in enger Zusammenarbeit mit dem Presse- und Öffentlichkeitsbereich des TMWWDG geplant und durchgeführt.

Im Hinblick auf die Bewerbung der Website und des EFRE selbst müssen gemeinsam mit den Zwischengeschalteten Stellen und den anderen Partnern die Aktivitäten deutlich verstärkt werden.

In Informationszeitschriften und Newslettern der WISO-Partner sollen Informationen über den EFRE in Thüringen gegeben und jeweils auf die EFRE-Website verwiesen werden.

Das unter 3.3. erwähnte Informationsblatt Publizität soll auch Hinweise für die Pressearbeit der Begünstigten, potenziell Begünstigten und zwischengeschalteten Stellen enthalten.

Gemeinsam mit der EU-KOM sollen ein- bis zweimal jährlich Im Rahmen von Projektbesichtigungen, verbunden mit geeigneten Presseaktionen, positive Vorhabenbeispiele vorgestellt, die positiven Wirkungen der Strukturfondsförderung verdeutlicht und der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden.

3.5 Internetauftritt

Laut EU-Verordnung 1303/2013 muss die Einrichtung einer Website oder eines Internetportals mit Informationen und barrierefreiem Zugang zum Operationellen Programm, einschließlich Informationen zu Zeitvorgaben für die Umsetzung des Programms und allen damit einhergehenden öffentlichen Konsultationsprozessen sichergestellt werden. Bereits Ende 2013 wurde die Website www.efre20-thueringen.de eingerichtet und steht als Informations- und Kommunikationsplattform des EFRE in Thüringen 2014-2020 zur Verfügung.

Wie oben dargestellt, soll der Internetauftritt als zentrale Informationsplattform für alle Zielgruppen dienen. Die Website-Adresse muss in der Öffentlichkeit stärker bekannt gemacht werden (s. 3.4).

Im Zusammenhang mit der Neugestaltung der Website für die Förderperiode 2014-2020 wurde eine neue Werbestrategie entwickelt, die ein neues Layout und den claim „EFRE bewegt“ beinhaltet. Eine interaktive Karte (kumulierte Daten der geförderten Projekte für Landkreise und Gemeinden sind für jedermann abrufbar) sowie ein Förder-O-Mat (geplant, für jedermann abrufbare Informationen über die Fördermöglichkeiten) sowie die neu eingestellte Online-galerie (best practice) bilden dabei wichtige erste Schritte zur besseren Information und zur Steigerung der Transparenz für alle Zielgruppen.

Die Website soll weitgehend barrierefrei gestaltet werden.

3.6 Anleitung und Kontrolle der Begünstigten hinsichtlich der Erfüllung der Publizitätspflichten

Den Begünstigten werden Informationsblätter, u. a. zu Publizität/ Kommunikation zur Verfügung gestellt, um sie bei der Einhaltung der Publizitätsvorschriften zu unterstützen. Die Inhalte der Informationsblätter sowie die Logos und Muster (z. B. für Plakate Bauschilder, Veröffentlichung auf der Website der Begünstigten) werden auf der EFRE-Website elektronisch zur Verfügung gestellt.

Mit diesbezüglichen Fragen können sich die Begünstigten mittels Kontaktformular (Website) an die Verwaltungsbehörde wenden.

Jährlich veranstaltete Workshops zu Information und Kommunikation sollen der Fortbildung der Personen, die mit der Umsetzung des OP und der Verwaltung von EFRE-Mitteln befasst sind, dienen.

3.7 Liste der Vorhaben

Die Verwaltungsbehörde EFRE führt zur Gewährleistung der Transparenz hinsichtlich der Unterstützung aus den Fonds eine Liste der Vorhaben in Tabellenform. Diese enthält die im Anhang XII Nr. 1 zur VO (EU) Nr. 1303/2013 des Europäischen Parlamentes und des Rates vom 17.12.2013 aufgelisteten Angaben. Die Liste der Vorhaben wird auf der Website des EFRE ab Mitte 2015 veröffentlicht. Die Liste der Vorhaben wird mindestens alle sechs Monate aktualisiert.

3.8 Logos

Bei allen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sollen die Begünstigten das von der Verwaltungsbehörde vorgegebene EFRE- bzw. Unionslogo verwenden. Die Verwaltungsbehörde gibt zur Erfüllung der Publizitätspflichten ein Informationsblatt zu Publizität und Kommunikation heraus, das auch die Verwendung des EFRE- und des Unionslogos beinhaltet.

Das Informationsblatt und die Logos werden auf der EFRE-Website elektronisch zur Verfügung gestellt.

3.9 Beflaggung

Die Präsentation des Unionslogos am Standort der Verwaltungsbehörde EFRE am Dienstgebäude des Thüringer Wirtschaftsministeriums erfolgt mit der Europaflagge nach § 1 Abs. 3 Thüringer Verordnung über die Beflaggung öffentlicher Dienstgebäude als tägliche Beflaggung.

4. Finanzierung der Maßnahmen

Für die Umsetzung der Kommunikationsstrategie sind in der Förderperiode 2014-2020 ca. 3 Mio. EUR aus Mitteln der Technischen Hilfe vorgesehen.

5. Organisation und Planung der Umsetzung der Kommunikationsstrategie

Die Umsetzung der Kommunikationsstrategie erfolgt federführend durch die Verwaltungsbehörde EFRE in enger Zusammenarbeit mit internen und externen Partnern. Als Kommunikationsbeauftragte/r fungiert in der Regel der Leiter/ die Leiterin der Verwaltungsbehörde, der/die die Zusammenarbeit

- mit dem Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Thüringer Wirtschaftsministerium,
- mit den Fachbereichen der Ressorts der Thüringer Landesregierung (zwischen- geschaltete Stellen) und der Thüringer Staatskanzlei,
- mit der EU- und Bundesebene (z. B. EU-KOM, Landesvertretung, Thüringer Staatskanzlei, Europäisches Informationszentrum, Kommunikationsbeauftragte anderer Bundesländer) und
- mit Wirtschafts- und Sozialpartnern, wie z. B. Kammern, Verbänden, Hochschulen, und anderen Kooperationspartnern

organisiert und sicherstellt.

Die Nutzung der Kompetenz und von Ressourcen des Bereichs Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Thüringer Wirtschaftsministerium soll durch regelmäßige Abstimmungen zur Umsetzung der jährlichen Maßnahmenpläne sichergestellt werden.

Der steigenden Bedeutung der EFRE-Website als zentrales Kommunikationsmittel Rechnung tragend wird die Verwaltungsbehörde einen Webmaster für die Planung und Betreuung von Kommunikationsmaßnahmen über die EFRE-Website einsetzen.

Das Extranet als Plattform für die Information und Kommunikation mit den mit der Verwaltung und Kontrolle der EFRE-Mittel befassten Stellen soll beibehalten und weiterentwickelt werden.

Auch in der neuen Förderperiode sollen themenbezogene Workshops, u. a. auch zur Information und Kommunikation für Partner und Zwischengeschalteten Stellen angeboten werden.

Materialien zur Anleitung der zwischengeschalteten Stellen und der Begünstigten werden auf der EFRE-Website zur Verfügung gestellt.

6. Berichterstattung und Evaluierung

Mit dem jährlichen Durchführungsbericht an die EU-KOM erfolgt auch zur Information und Kommunikation eine entsprechende Berichterstattung. Im Zusammenhang mit der Diskussion zu diesem Bericht wird der Begleitausschuss über den Stand der Umsetzung der Kommunikationsstrategie und zu den im kommenden Berichtszeitraum geplanten Kommunikationsmaßnahmen unterrichtet.

Auf der Basis der Befragung zum Bekanntheitsgrad soll eine Evaluierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der letzten Jahre im EFRE durchgeführt werden, in deren Ergebnis konkrete Maßnahmenvorschläge zur Verbesserung der Treffsicherheit und Zielgruppenorientierung der Marketingmaßnahmen und der Effizienz des Mitteleinsatzes erwartet werden.

Die für die Berichterstattung an die KOM notwendigen Daten zu den Outputindikatoren werden durch die Verwaltungsbehörde erfasst bzw. von Kooperationspartnern sowie von der Prüfbehörde abgefragt.

7. Anlagen:

- Übersicht der Indikatoren laut OP EFRE 2014-2020

Anlage

Übersicht der für die Information und Kommunikation relevanten Indikatoren laut OP EFRE 2014-2020

Programmspezifische Ergebnisindikatoren

ID	Indikator	Einheit für die Messung	Basiswert	Basisjahr	Zielwert (2023)	Datenquelle	Häufigkeit der Berichterstattung
E 18	Bekanntheitsgrad des EFRE in Thüringen	Prozent	Noch zu ermitteln	2015		Verwaltungsbehörde, Umfrage	Alle 3 Jahre

Outputindikatoren

ID	Indikator	Einheit für die Messung	Zielwert (2023)	Datenquelle
P15.3	Zahl der Sitzungen des Begleitausschusses	Anzahl	20	Verwaltungsbehörde
P15.5	Zahl der Treffen zum Informationsaustausch/ Fachtagungen/ Jahresveranstaltungen	Anzahl	50	Verwaltungsbehörde
P15.6	Zahl der Workshops zu Information und Kommunikation	Anzahl	7	Verwaltungsbehörde
P15.7	Zahl der Kommunikationsprojekte	Anzahl	20	Verwaltungsbehörde
P15.8	Zugriffe EFRE-Internetseite	Anzahl	11.000	Verwaltungsbehörde