

EFRE-Programm Baden-Württemberg 2014-2020
Innovation und Energiewende

KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung



Investition in Ihre Zukunft.



Baden-Württemberg

Impressum

Verwaltungsbehörde
gemäß Artikel 123 Abs.1
der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013

**Ministerium für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz
Baden-Württemberg
Kernerplatz 10
70182 Stuttgart**

**Fassung vom 25.03.2015, genehmigt durch den Begleitausschuss am
15.04.2015**

Inhaltsverzeichnis

1. Der Europäische Fonds für regionale Entwicklung in Baden- Württemberg	1
1.1 Rückblick auf die vergangenen Förderperioden.....	1
1.2 Evaluation.....	2
1.3 Folgerungen aus der Evaluation	2
2. Kommunikation im EFRE-Programm Baden-Württemberg 2014-2020 - Innovation und Energiewende	2
2.1 Ausgangslage.....	2
2.2 Rahmenbedingungen	3
2.3 Zielgruppen.....	3
2.4 Botschaften.....	3
3. Kommunikationsstrategie	4
3.1 Zielsetzung	4
3.2 Umsetzung	4
3.2.1 Maßnahmen für die breite Öffentlichkeit.....	4
3.2.1.1 Logo und Corporate Design	4
3.2.1.2 Internetauftritt	4
3.2.1.3 Werbemittel.....	5
3.2.1.4 Falblatt und Bürgerinformation	5
3.2.1.5 Plakate für die Begünstigten.....	5
3.2.1.6 Ausstellungstafeln	5
3.2.1.7 Informationsveranstaltungen	6
3.2.1.8 Liste der Vorhaben und Projektdatenbank.....	6
3.2.1.9 Presseinformationen	6
3.2.2 Maßnahmen für die (potenziellen) Begünstigten	7
3.2.2.1 Internetseite	7
3.2.2.2 Datenbank.....	7
3.2.2.3 Informationsveranstaltungen	7
3.2.2.4 Antragsunterlagen und Zuwendungsbescheid.....	7
3.2.3 Maßnahmen zur Unterstützung der Begünstigten bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit.....	7
3.2.3.1 Plakat für die Begünstigten.....	7
3.2.3.2 Vorlagen für Tafeln und Schilder	8
3.2.3.3 Bereitstellung von Logos	8
3.2.3.4 Hilfestellung	8
3.2.3.5 Zentrale Ansprechpartner/-innen	8
3.2.4 Maßnahmen der Begünstigten für die breite Öffentlichkeit.....	8
3.2.4.1 Hinweise am Investitions- oder Durchführungsort.....	8
3.2.4.2 Beitrag zur Datenbank.....	8
3.2.4.3 Werbemaßnahmen auf eigene Veranlassung.....	9
3.2.5 Maßnahmen der Begünstigten für potenzielle Begünstigte	9
3.2.6 Maßnahmen zur weiteren Verbreitung der erarbeiteten Modellvorhaben	9
3.3 Barrierefreiheit und besondere Angebote für Menschen mit Behinderungen.....	9
3.3.1 Internetseite.....	9
3.3.2 Veranstaltungen	9
3.4 Indikatoren.....	10
3.4.1 Output der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen	10
3.4.2 Finanzaufwand	10
3.4.3 Zuständige Stellen und Personal	10
4. Evaluation	11

1. Der Europäische Fonds für regionale Entwicklung in Baden-Württemberg

1.1 Rückblick auf die vergangenen Förderperioden

Der Europäische Fonds für regionale Entwicklung - EFRE - dient seit seiner Auflegung durch die Einheitliche Europäische Akte von 1987 dazu, den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt innerhalb der Europäischen Union - EU - zu fördern und die regionalen Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten und Regionen zu verringern. Im Lauf der Jahrzehnte haben sich die Schwerpunktsetzung und die regionale Radizierung geändert.

Die EFRE-Programme nach Ziel 5 b (1994-1999) und Ziel 2 (2000-2006 - Ziel 2-Programm) waren auf eng begrenzte Gebiete in Baden-Württemberg mit limitierter Einwohnerzahl zugeschnitten, die mit Entwicklungsrückständen zu kämpfen hatten. Dies änderte sich mit der EFRE-Förderung im Zeitraum 2007-2013, die nun auf Stärken stärken und damit auf Spitzenleistungen und Modelle ausgerichtet war und im Sinne der Lissabon-Strategie der EU auf Wettbewerbsfähigkeit und Innovation setzte. Das Programm Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung - Teil EFRE - Baden-Württemberg (2007-2013 - RWB-EFRE-Programm) konzentrierte sich inhaltlich auf klar definierte Schwerpunkte wissensbasierte Wirtschaft und Cluster, Nachhaltige Stadt- und Kommunalentwicklung und Ressourcenschutz und Risikovermeidung. Aufgrund der inhaltlichen Konzentration konnte dieses Programm nun erstmals landesweit umgesetzt werden. Damit ersetzte ab 2007 eine inhaltliche Fokussierung die regionale. Somit konnte die Wahrnehmbarkeit der Förderung auf das ganze Land ausgeweitet werden.

Dabei darf jedoch nicht übersehen werden, dass die öffentlichen Investitionen mit EU-Strukturfondsunterstützung in Deutschland lediglich einen Bruchteil der öffentlichen Investitionen von weniger als 10 % ausmachen, wie bereits der Fünfte und insbesondere der Sechste Kohäsionsbericht auswies. Für die Programmgebiete Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung in den stärker entwickelten Regionen Deutschlands lag dieser Anteil an der Wahrnehmbarkeitsschwelle. So zeigte auch die Dokumentation der Innovationsstrategie Baden-Württemberg auf, dass den nationalen Mitteln für Forschung und Technologie von über 4 Mrd. Euro im Jahr 2012 lediglich rund 10 Mio. Euro im Jahr aus dem EFRE gegenüberstanden.

Da das RWB-EFRE-Programm mit rund 20 Mio. Euro EFRE-Mitteln im Jahr das kleinste unter den Flächenländern Deutschlands war, kann der EFRE in Baden-Württemberg das gute Beispiel "um die Ecke" nicht bieten. Alle breit angelegten Werbemaßnahmen bleiben daher vielfach mangels praktischer Anschauung Theorie. Auch die Ausrichtung des Programms lässt die Ziele nicht immer hinreichend einfach beschreiben, was eine gewisse Komplexität der Kommunikation mit sich bringt. Hinzu kommt, dass bereits der Ansatz des Ziels Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung keine einfach zu vermittelnde Botschaft enthält, sondern sich nur im Kontext der Lissabon-Strategie entfaltet, die auf globale Wettbewerbsfähigkeit setzt. Es war daher eine Herausforderung, die Bekanntheit des EFRE im Land zu erhöhen. Dennoch war zu beobachten, dass der EFRE in der Berichterstattung über Projekte, die aus EFRE-Mitteln gefördert wurden, in der regionalen Presse aufgenommen wurde.

Ziel der Kommunikation war und ist, zum Einen, alle potenziellen Begünstigten einzuladen, die Möglichkeiten der EFRE-Förderung zur Verwirklichung ihrer Ziele zu prüfen. Ein Schwerpunkt lag auf der Veröffentlichung von Aufrufen, Leitfäden und dem Förderwegweiser sowie Veranstaltungen zur Förderung. Zum andern stand die breite Öffentlichkeit im Fokus. Hier zeigte sich, dass vor allem öffentlich wirksame Maßnahmen bei Beginn bzw. vor allem bei der Fertigstellung bzw. Einweihung von Projekten einen Nachhall in den örtlichen Medien gefunden haben.

1.2 Evaluation

Die Evaluation der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit des RWB-EFRE-Programms im Jahr 2011 durch die Sympra GmbH, einer Public Relations Agentur und Beratungsgesellschaft für Kommunikationsaufgaben für Unternehmen, Verbände und öffentliche Einrichtungen, stellte der Öffentlichkeitsarbeit im RWB-EFRE-Programm insgesamt ein gutes Zeugnis aus. Die Evaluatoren differenzierten in ihrem Vorgehen ebenfalls nach den verschiedenen Maßnahmen und Zielgruppen. Sie werteten dabei neben dem Erscheinungsbild der Kommunikationsmaßnahmen die Reaktionen darauf in Form von Presseveröffentlichungen und die Nutzung des Internetauftritts einschließlich des Verweilens auf den verschiedenen Seiten aus. Dabei kamen die Evaluatoren zu dem Ergebnis, dass ein Programm wie das RWB-EFRE-Programm und erst recht die Förderidee von EFRE zu komplex seien, um regelmäßig in ihrem umfassenden Zielkatalog gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern dargestellt zu werden. Daran könne auch die durchaus gute bis sehr gute Umsetzung der Kommunikationsstrategie des Landes nichts ändern.

Aus dieser Erkenntnis folgte die Evaluation die Notwendigkeit, den Schwerpunkt in der Kommunikation auf Einzelprojekte zu legen, die möglichst bürgernah, in ihrer Wirkung nachvollziehbar und möglichst sogar besuchbar sind. Die Ausstellung mit Einzelprojekten befand sich damals im Aufbau, wurde jedoch als breitenwirksames Medium betrachtet. Der Internetauftritt erschien den Evaluatoren verbesserungsfähig, indem stärker auf Modernität und Darstellung von Beispielen zu achten wäre. Aber auch hierbei wurde festgestellt, dass der Internetauftritt trotz guter Auffindbarkeit in Suchmaschinen überwiegend sehr gezielt aufgesucht wurde.

1.3 Folgerungen aus der Evaluation

Die potenziell Begünstigten wurden mit dem Instrumentarium der spezifischen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen und mit Unterstützung der Multiplikatoren sehr gut erreicht.

Für das Erreichen der breiten Öffentlichkeit waren Verbesserungen des Instrumentariums notwendig. Eine stichprobenweise Auswertung der Presseveröffentlichungen im Rahmen der Evaluation und den jährlichen Durchführungsberichten zeigte, dass die breite Öffentlichkeit weniger in den jährlichen Informationsaktionen als durch Informationsmaßnahmen der Begünstigten in Kontakt mit dem EFRE getreten ist. Daher wurden verstärkt Beispielprojekte für die Präsentation im Internet sowie in einer Ausstellung aufbereitet.

Um die Präsenz von Beispielen zu verbessern, wurde der Internetauftritt modernisiert und die Projektbeispiele ins Zentrum gerückt. Die Ausstellung von exemplarischen Förderprojekten konnte einem breiteren Publikum auf Publikumsschauen wie der Landesgartenschau oder den Grünprojekten näher gebracht werden.

Diese Evaluation bildet mit der Bestätigung vieler eingesetzter Kommunikationsmedien und den Anregungen für Verbesserungen die Grundlage für die Kommunikationsstrategie ab 2014.

2. Kommunikation im EFRE-Programm Baden-Württemberg 2014-2020 - Innovation und Energiewende

2.1 Ausgangslage

Angesichts der sehr spezifischen Ausrichtung der EFRE-Programme und des geringen Anteils der EFRE-geförderten öffentlichen und privaten Investitionen an den Investitionen insgesamt dürfte die Bekanntheit des EFRE in Baden-Württemberg noch grundsätzlich gering ausfallen. Erfahrungen zeigen, dass je größer der Betrag der Förderung in den vergangenen Förderperioden war, umso höher die Bekanntheit ist. Es zeigt sich aber, dass

konkrete Förderbeispiele und -möglichkeiten von der regionalen Presse zunehmend aufgenommen werden. Beispielsweise erreichen Aufrufe zur Fördermaßnahme "Spitze auf dem Land!" und zu RegioWIN sowie die Auswahlentscheidungen hierzu ein großes Echo in der jeweiligen regionalen Presse. Daher ist vermehrt das konkrete Beispiel vor Ort für die Erreichung der Bekanntheit des EFRE in der breiten Öffentlichkeit zu nutzen.

2.2 Rahmenbedingungen

Die Kommunikationspflichten der Verwaltungsbehörde im Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, der programmumsetzenden Referate im Ministerium für Finanzen und Wirtschaft, Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft und Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz selbst sowie der Begünstigten hat die EU-Kommission in der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (ESIF-Verordnung¹), einschl. deren Anhang XII, und den darauf aufsetzenden Verordnungen und Rechtsakten klar definiert. Die Anforderungen der Verordnungen spiegeln sich in der Strategie und den Maßnahmen zu deren Umsetzung wider.

2.3 Zielgruppen

Die geplanten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen richten sich an vier Zielgruppen:

- potenziell Begünstigte
- Begünstigte
- Multiplikatoren
- die breite Öffentlichkeit

Die potenziell Begünstigten sind eine wichtige Zielgruppe der Kommunikationsstrategie. Sie sind einerseits Zielgruppe, andererseits und vor allem dann als Begünstigte Multiplikatoren in die breite Bevölkerung. Durch sie wird die komplexe Fördermaterie des EFRE veranschaulicht.

Multiplikatoren sind vor allem die an der Programmumsetzung beteiligten Ressorts, die L-Bank, die Wirtschafts-, Wissenschafts-, Sozial- und Umweltpartner, regionale und lokale Behörden, Wirtschaftsfördergesellschaften, landesweite und regionale Netzwerke sowie Landesagenturen. Zu den Multiplikatoren gehören selbstverständlich auch die lokalen, regionalen und überregionalen Medien.

Besonders im Fokus steht die Zielgruppe breite Öffentlichkeit. Wie bereits oben erwähnt, kann dieser der EFRE am besten durch konkrete Beispiele vor Ort näher gebracht werden. Durch konkrete Beispiele und Möglichkeiten der Förderung in der Region nimmt die breite Öffentlichkeit wahr, was mit EU-Mitteln erreicht werden kann.

2.4 Botschaften

Der EFRE verfolgt seit seiner Etablierung das Ziel, den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt innerhalb der Europäischen Union zu fördern und die regionalen Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten und zwischen den Regionen zu verringern. Seit 2007 ist die Aufgabe hinzugekommen, zu Wachstum und Beschäftigung in der EU insgesamt beizutragen. Grundlage bildete zunächst die Lissabon- und Göteborg-Strategie, später die EU-Strategie 2020 mit dem Ziel eines intelligenten, integrierten und nachhaltigen Wachstums.

¹ VERORDNUNG Nr. (EU) 1303/2013 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES mit gemeinsamen Bestimmungen über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, den Europäischen Sozialfonds, den Kohäsionsfonds, den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums und den Europäischen Meeres- und Fischereifonds sowie mit allgemeinen Bestimmungen über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, den Europäischen Sozialfonds und den Kohäsionsfonds und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 1083/2006 des Rates

Baden-Württemberg konzentriert sich gezielt auf die Bereiche Forschung, technologische Entwicklung und Innovation sowie Reduktion des CO₂-Ausstoßes, kurz Innovation und Energiewende.

Dabei stehen der Modellcharakter und die Vorbildfunktion der EFRE-geförderten Projekte im Mittelpunkt, denn darin liegt die Aufgabe der stärker entwickelten Regionen in Europa und die Rechtfertigung ihrer Förderung.

3. Kommunikationsstrategie

3.1 Zielsetzung

Die Kommunikationsstrategie des EFRE-Programms verfolgt in Einklang mit Art. 115 der ESIF-Verordnung folgende Ziele:

- Information von potenziellen Begünstigten über Finanzierungsmöglichkeiten im Rahmen des EFRE-Programms;
- Bekanntmachung der Rolle und Errungenschaften des EFRE bei den Bürgerinnen und Bürgern der Union;
- Gewährleistung der Transparenz durch Führung einer Liste der Vorhaben.

Dabei geht es vor allem darum, den EFRE an sich, aber auch die Fördermöglichkeiten und die konkrete Umsetzung einer breiteren Öffentlichkeit in Baden-Württemberg bekannt zu machen, potenzielle Begünstigte auf Fördermöglichkeiten und -regularien hinzuweisen sowie die Begünstigten bei ihren Vorhaben zu unterstützen.

3.2 Umsetzung

Unter den genannten Voraussetzungen, Ergebnissen der Evaluation und dem gesetzten Rechtsrahmen haben sich die Verwaltungsbehörde und die programmumsetzenden Ressorts zu den nachfolgend angeführten Maßnahmen entschlossen.

Das EFRE-Programm ist früh mit dem Aufruf zum Wettbewerb Regionale Wettbewerbsfähigkeit durch Innovation und Nachhaltigkeit - RegioWIN - Anfang 2013 gestartet. Eine Reihe weiterer Förderaufrufe wurden Ende 2013 und im Lauf des Jahres 2014 veröffentlicht. Begleitend wurden in diesen beiden Jahren bereits Maßnahmen der Information und Kommunikation durchgeführt. Darüber hinaus hat im Mai 2014 die Auftaktveranstaltung zum Programm stattgefunden. Die für 2015 geplanten Maßnahmen sind in Anlage 1 aufgeführt.

3.2.1 Maßnahmen für die breite Öffentlichkeit

3.2.1.1 Logo und Corporate Design

Vor Beginn des EFRE-Programms Baden-Württemberg 2014-2020 Innovation und Energiewende hat die Verwaltungsbehörde einen Wettbewerb um ein neues Logo durchgeführt, das das gesamte Corporate Design prägt und damit einen hohen Wiedererkennungswert gewährleistet. Integriert in das Corporate Design sind das Emblem der Europäischen Union und der Hinweis auf den gemeinschaftlichen Mehrwert.

3.2.1.2 Internetauftritt

Der Internetauftritt www.efre-bw.de bildet das Rückgrat der Kommunikation mit der breiten Öffentlichkeit und ist der Eingang zu weiteren Informationen über das Programm und Schritten zur Förderung. Die Seite und ihre Unterseiten sind einfach und übersichtlich aufgebaut. Die lenkende Systematik folgt der Logik von den übergeordneten Zielen der EU zu den einzelnen konkret möglichen Fördermaßnahmen und den Projektbeispielen.

Unter dem Stichwort EFRE in Baden-Württemberg findet sich eine einfache und kurze Beschreibung des EFRE-Programms, die einen schnellen Einblick in dessen Logik und Förderschwerpunkte erlaubt. Im Bereich der Förderung wird der Nutzer / die Nutzerin der Seite zu den einzelnen Förderlinien, die aus dem EFRE unterstützt werden, geleitet.

3.2.1.3 Werbemittel

Um die Internetseite und ihre Adresse zu bewerben, werden Werbemittel eingesetzt, die sich bereits in der Förderperiode 2007-2013 bewährt haben, und weitere Werbemittel konzipiert, die gut angenommen werden. Dazu zählen Schreibblock, Kugelschreiber, Bleistift, Fahrradsattelschutz und ein Antistressball. Ferner wird weiterhin die Minikarte des Landes eingesetzt, die ausführlichere Informationen über das EFRE-Programm auf der Rückseite enthält.

Das Spektrum der Werbemittel wird kontinuierlich um neue Ideen und der Nachfrage entsprechend weiterentwickelt.

Das Angebot der Werbemittel steht auch auf der Internetseite des Programms bereit (www.efre-bw.de) und kann von Begünstigten für Veranstaltungen o.ä. bestellt werden.

3.2.1.4 Faltblatt und Bürgerinformation

Zur Information der breiten Öffentlichkeit und der potenziellen Begünstigten wurde ein Faltblatt erstellt, in dem kurz und verständlich ein Überblick über die Fördermöglichkeiten des EFRE-Programms, seiner Ziele, die Verwaltungsbehörde und die am Programm beteiligten Ministerien gegeben wird. Da das operationelle Programm naturgemäß sehr fachspezifisch formuliert ist, wird dieses in einer Bürgerinformation der breiten Öffentlichkeit näher gebracht. Sowohl Faltblatt als auch Bürgerinformation sind auf der EFRE- Internetseite eingestellt. Darüber hinaus werden die jährlichen Durchführungsberichte in einer Bürgerinformation für die Allgemeinheit verständlich aufbereitet.

3.2.1.5 Plakate für die Begünstigten

Als Hinweis auf ein konkretes Anschauungsobjekt für die EFRE-Förderung hat sich das Plakat bewährt, das die Begünstigten aufzuhängen haben. Dabei werden für die beiden Prioritätsachsen verschiedene Motive verwendet. Das Poster wird von der Bewilligungsbehörde mit aufgedruckten individuellen Informationen zum Projekt mit dem Zuwendungsbescheid zur Verfügung gestellt. Die individualisierten Poster sind geeignet, mehr Interesse für die Einzelprojekte in der Öffentlichkeit zu wecken.

3.2.1.6 Ausstellungstafeln

Seit in allen Schwerpunkten des RWB-EFRE-Programms Maßnahmen sichtbar waren, wurden Ausstellungstafeln über einzelne beispielgebende Projekte hergestellt. Diese bilden einzeln oder in Gruppen eine Ausstellung. Ob das Format über die gesamte Förderperiode beibehalten wird, hängt davon ab, in welchem Umfang die Ausstellung auch von Dritten, wie Multiplikatoren, genutzt wird.

3.2.1.7 Informationsveranstaltungen

In der vorangegangenen RWB-EFRE-Förderperiode konzentrierten sich die ersten großen öffentlichen Veranstaltungen nach der Startveranstaltung auf die drei Schwerpunkte und die Querschnittsziele. Seit zwei Jahren wird eine breitere Öffentlichkeit auf das EFRE-Programm aufmerksam gemacht, indem die Ausstellungstafeln u.a. im Rahmen der Landesgartenschauen gezeigt wurden. Solche breit angelegten Informationen auf der Grundlage von Einzelprojekten oder Projektgruppen sollen fortgesetzt werden, wenn ausreichend Projekte zur Demonstration vorhanden sind. Ein EFRE-Messestand gibt bei größeren oder speziellen Veranstaltungen Gesicht und Rahmen.

Die große öffentliche Veranstaltung 2015 besteht aus Tagen der offenen Tür bei Projektträgern während der Europawoche 2015, um durch konkrete Beispiele das Anliegen und die Zielrichtung des Programms greifbar zu machen. Die Europawoche eignet sich dafür im besonderen Maße, da sie den Kontext darstellt und durch den gemeinsamen Rahmen die Veranstaltungen eine große Öffentlichkeit erreichen. Soweit sich dieses Format eignet, sollen auch in den kommenden Jahren vergleichbare Veranstaltungen für das breite Publikum durchgeführt werden.

Zudem ist geplant, sich weiterhin mit der Darstellung von konkreten Beispielen an Veranstaltungen Dritter mit größerer Breitenwirkung, wie z. B. der Landesgartenschauen und der Grünprojekte, zu beteiligen.

3.2.1.8 Liste der Vorhaben und Projektdatenbank

Die Verwaltungsbehörde veröffentlicht und aktualisiert regelmäßig das Verzeichnis der Projekte entsprechend den Verordnungsvorgaben auf der Internetseite www.efre-bw.de.

Darüber hinaus ist geplant, jedes Projekt mit einer Beschreibung in ein such- und filterfähiges Datenbanksystem auf der Internetseite www.efre-bw.de einzustellen und dabei auch Bilder vom Projekt einzubinden. Über die Suchfähigkeit wird es möglich sein, Projekte beispielsweise einer bestimmten Prioritätsachse oder in einer bestimmten Region herauszufiltern. Die Informationen zum Projekt selbst werden von den Begünstigten geliefert. Damit dieses Angebot auch international genutzt werden kann, wird die Projektbeschreibung bei allen Projekten in einer weiteren EU-Sprache angeboten.

3.2.1.9 Presseinformationen

Über alle Veranstaltungen und wichtigen Abschnitte in der Abwicklung werden Presseinformationen herausgegeben. Anlässe waren bereits die Einreichung des EFRE-Programms, der Programmauftakt, die Genehmigung des Programms, die konstituierende Sitzung des Begleitausschusses sowie die Ausschreibungen der verschiedenen Programmlinien.

Auf großes Interesse, vor allem in lokalen Medien, stießen die Presseinformationen über Ausschreibung, Bewertung der Regionalen Strategiekonzepte und die Regionalen Entwicklungskonzepte sowie die Prämierung der Leuchtturmprojekte in RegioWIN sowie die Auswahlentscheidungen von Spitze auf dem Land! und Klimaschutz mit System. Dies hat gezeigt, dass die regionale Sichtbarkeit von geplanten oder durchgeführten Projekten zu deren Verbreitung beiträgt und sich damit als geeignetes Medium bewährt.

3.2.2 Maßnahmen für die (potenziellen) Begünstigten

3.2.2.1 Internetseite

Die Internetseite bietet auch für die (potenziellen) Begünstigten Informationen, um sich ein Bild von den Fördermaßnahmen zu machen und einzuschätzen, ob ein intendiertes Projekt Chancen auf eine Förderung hat. Die Internetseite wird daher mit einem Förderwegweiser die potenziell Begünstigten zu den für ihre Zielgruppe bestimmten Förderlinien führen.

Daneben enthält der Internetauftritt konkrete Hinweise für die Begünstigten. Dazu zählen insbesondere

- Hilfestellungen;
- Hinweise zur Antragstellung;
- Formulare zum Herunterladen;
- Grundlagen für die Förderung;
- Ansprechpartner/-innen bei Förderfragen.

3.2.2.2 Datenbank

Die Datenbank ist eine wichtige Informationsquelle für die potenziell Begünstigten. Am Beispiel wird demonstriert, welche Projekte bereits in die Förderung aufgenommen wurden. Damit wird greifbar, welche analogen Projekte noch in die Förderung aufgenommen werden könnten.

3.2.2.3 Informationsveranstaltungen

Bei RegioWIN und Klimaschutz mit System haben landesweite oder regionale öffentliche Veranstaltungen stattgefunden, um die Zielgruppe auf die Förderlinien aufmerksam zu machen. Dabei ist der Kreis der direkt Angesprochenen auf das Förderinstrument und das Förderziel ausgerichtet. Mit solchen begleitenden Maßnahmen können Fördermöglichkeiten weiter verbreitet werden, insbesondere wenn sie neu aufgelegt werden. An diesem Format wird bedarfsorientiert festgehalten.

3.2.2.4 Antragsunterlagen und Zuwendungsbescheid

Die Antragsunterlagen weisen bereits auf die EFRE-Finanzierung jedes potenziellen Projektes hin. Darin wird zugleich über die Aufnahme in die Datenbank und die Liste der Vorhaben unterrichtet. Der Zuwendungsbescheid enthält Informationen und Auflagen zur Kofinanzierung aus dem EFRE, die Aufnahme in die Datenbank sowie über die Zuständigkeiten und Verpflichtungen der Begünstigten hinsichtlich der Informations- und Publicitätsmaßnahmen, einschl. der zu beachtenden technischen Merkmale wie dem Emblem der Europäischen Union, dem Verweis auf den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und Hinweis auf den gemeinschaftlichen Mehrwert mit dem dafür erarbeiteten Corporate Design.

3.2.3 Maßnahmen zur Unterstützung der Begünstigten bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit

3.2.3.1 Plakat für die Begünstigten

Den Begünstigten wird ein mit individuellen Informationen zu Ihrem Projekt bedrucktes Plakat zur Verfügung gestellt, das diese aufzuhängen haben.

3.2.3.2 Vorlagen für Tafeln und Schilder

Zur Erfüllung ihrer Publizitätsverpflichtungen werden den Begünstigten auf der EFRE-Internetseite Vorlagen für Tafeln und Schilder, die diese in bestimmten Fällen aufzustellen haben, zur Verfügung gestellt.

3.2.3.3 Bereitstellung von Logos

Auf der EFRE-Internetseite werden das EU-Logo und das neu entwickelte EFRE-Logo zum Herunterladen bereitgestellt. Diese können die Begünstigten für ihre Kommunikationsmaßnahmen verwenden.

3.2.3.4 Hilfestellung

Um die Begünstigten bei der Durchführung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen, wurde das Dokument "Regelungen und Hilfestellungen zu Informations- und Kommunikationspflichten" erstellt. Dieses ist auf der EFRE-Internetseite abrufbar.

3.2.3.5 Zentrale Ansprechpartner/-innen

Für Fragen zu Informations- und Kommunikationsmaßnahmen wurde eine zentrale Kontaktadresse eingerichtet. Diese ist ebenfalls über die EFRE-Internetseite zugänglich.

3.2.4 Maßnahmen der Begünstigten für die breite Öffentlichkeit

Als Ergebnis der Evaluation der Umsetzung des Kommunikationsplans zum RWB-EFRE-Programms (s.o. 1.2) wurden Maßnahmen der Begünstigten als bestgeeignetes Mittel der Kommunikation identifiziert. Dabei geht es nicht vor allem um die von diesen zu leistenden Pflichtaufgaben. Inwieweit diese eine breite Öffentlichkeit erreichen, bleibt offen. Wichtig sind auch freiwillige oder Sondermaßnahmen, wie Eröffnungsveranstaltungen, Tage für Mitarbeiter/-innen, Tage der offenen Türe oder Produktschauen.

Zur sachgerechten Umsetzung der Kommunikationspflichten und Möglichkeiten der Begünstigten hat die Verwaltungsbehörde auf der Internetseite verbindliche Vorgaben und Empfehlungen mit Hilfestellungen zur Kommunikation durch die Begünstigten eingestellt und wird diese ständig aktualisieren und verbessern (siehe 3.2.3.4).

3.2.4.1 Hinweise am Investitions- oder Durchführungsort

Bei größeren investiven Projekten schreiben Anhang XII, Nrn. 4 und 5 zur ESIF-Verordnung temporäre Bautafeln und dauerhafte Tafeln oder Schilder vor. Bei nicht-investiven und kleineren investiven Projekten ist vorgeschrieben, dass die Begünstigten ein mit dem Zuwendungsbescheid erhaltenes individualisiertes Plakat aufhängen. Bereits in der RWB-EFRE-Periode erhielten alle Begünstigten des EFRE-Programms mit dem Zuwendungsbescheid ein Plakat in DIN A 2. An diesem Format wird festgehalten. Dadurch werden auch Besucher/-innen oder Nutzer/-innen auf die EFRE-Förderung der Projekte hingewiesen.

3.2.4.2 Beitrag zur Datenbank

Durch die Beschreibung der Projekte tragen die Begünstigten zu allererst zum Inhalt der Datenbank bei. Die von ihnen eingesteuerten Fotos und ihre Beschreibung dessen, was das Projekt ausmacht und welche Ziele es verfolgt, sollen das Interesse der breiten Bevölkerung und anderer Zielgruppen wecken.

3.2.4.3 Werbemaßnahmen auf eigene Veranlassung

Tage der offenen Türe, Pressearbeit und die Projektführungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind Maßnahmen, zu denen die Begünstigten nicht verpflichtet sind. Zwischen den Pflicht- und den freiwilligen Aufgaben steht die Information über das Projekt, wenn ein Internetauftritt besteht. Der Internetauftritt selbst ist keine Pflicht. Wenn allerdings ein Internetauftritt besteht, müssen die Begünstigten auch über das Projekt informieren. In all diesen Fällen gilt es, den formalen Anforderungen durch Präsentation der Logos und Verwendung der Pflichtangaben zu genügen.

3.2.5 Maßnahmen der Begünstigten für potenzielle Begünstigte

Nichts ist so überzeugend wie der authentische Bericht eines / einer Begünstigten. Mund-zu-Mund-Propaganda, der informelle Austausch und Fachveranstaltungen sind hierfür Medien. Diese Form ist nicht verpflichtend sondern freiwillig und gerade deshalb so erfolgreich.

3.2.6 Maßnahmen zur weiteren Verbreitung der erarbeiteten Modellvorhaben

Das EFRE-Programm Baden-Württemberg 2014-2020 - Innovation und Energiewende konzentriert sich auf Maßnahmen, die Vorbilder im Innovationsprozess und bei der Durchführung der Energiewende sein können. Wichtigstes Verbreitungsmedium dabei ist die Projektdatenbank mit einer Beschreibung der Ziele und Wirkweisen der jeweiligen Projekte. Der Weg zu weiterführenden Informationen wird dort ebenfalls beschrieben. Zusammenfassungen in mindestens einer anderen Sprache der Europäischen Union helfen, auch überregional auf diese Projekte aufmerksam zu machen. Wie in der Vergangenheit werden einzelne Projekte auch im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundes und der Europäischen Union dargestellt, wobei über die Datenbank weitere Informationen bereitgestellt werden.

3.3 *Barrierefreiheit und besondere Angebote für Menschen mit Behinderungen*

Die Vorschriften über die Barrierefreiheit werden bei der Umsetzung der Kommunikationsstrategie beachtet. Nachfolgend sind beispielhaft Maßnahmen angeführt, die die Barrierefreiheit besonders unterstützen.

3.3.1 Internetseite

Die Internetseite ist entsprechend des Standards der Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV) gestaltet. Entsprechend werden keine Bilder eingestellt, ohne dass zusätzlich eine Bildbeschreibung hinterlegt ist. Zudem ist angedacht, eine Funktion einzurichten, über die Nutzer/-innen sich Inhalte der Seite vorlesen lassen können.

3.3.2 Veranstaltungen

Im Rahmen der Anmeldung für Veranstaltungen wird die Möglichkeit eingerichtet anzugeben, ob eine Übersetzung in die Gebärdensprache gewünscht wird. In einem solchen Fall wird für die jeweilige Veranstaltung ein Gebärdendolmetscher verpflichtet.

3.4 Indikatoren

Als Indikatoren für den Erfolg der Kommunikationsstrategie werden der Output der einzelnen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sowie die finanziellen Aufwände herangezogen. Die Umsetzung des Kommunikationsplans wird im Rahmen der laufenden Bewertung des Gesamtprogramms einer Evaluation unterzogen.

3.4.1 Output der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

Das EFRE-Programm sieht im Bereich der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen die Erhebung folgender Indikatoren vor:

- Zahl der Pläne zur Verbesserung der Sichtbarkeit des Programms und der Informationsverbreitung (Outputindikator O28)
- Zahl der Treffen des Begleitausschusses (Outputindikator O29)
- Zahl der Aktionen zur Verbesserung der Sichtbarkeit des Programms und zur Informationsverbreitung (Outputindikator O30).

Zu den mit Outputindikator O28 erfassten Plänen zählen neben der vorliegenden Kommunikationsstrategie weitere Pläne zur Öffentlichkeitsarbeit z. B. auf der Ebene einzelner Maßnahmen des Programms.

Mit Outputindikator O30 werden die Aktionen der Verwaltungsbehörde, der am Programm beteiligten Ressorts und der Begünstigten im Bereich Öffentlichkeitsarbeit erfasst. Als Aktionen werden z. B. Auftritte im Internet, Pressemitteilungen, Publikationen, Werbeartikel, Informationsveranstaltungen, Ausstellungen etc. gezählt.

Um Informationen darüber zu erhalten, wie viele Personen mit den Maßnahmen erreicht worden sein können, werden zusätzlich bei geeigneten Aktionen weitere Daten erhoben, wie bei Werbeartikeln neben der Zahl der verschiedenen Artikel auch die Zahl der Exemplare (Auflage) einzelner Werbeartikel, oder bei Informationsveranstaltungen die Zahl der Teilnehmenden.

Diese differenzierten Erhebungen bei den an der Programmumsetzung beteiligten Stellen wie auch bei den Begünstigten legen den Grundstein für Schlussfolgerungen über Steigerung des Bekanntheitsgrades des Programms und der genutzten Informationspfade und -medien.

3.4.2 Finanzaufwand

Für Information und Kommunikation sind insgesamt eine Million Euro veranschlagt, hälftig durch EFRE- und Landesmittel finanziert.

3.4.3 Zuständige Stellen und Personal

Die Verwaltungsbehörde im Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz und die programmumsetzenden Referate im Ministerium für Finanzen und Wirtschaft, Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft sowie im Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz selbst und die L-Bank als einzige Bewilligungsstelle setzen im Rahmen ihrer Zuständigkeit den Kommunikationsplan selbständig und in eigener Verantwortung um.

Im EFRE-Sekretariat im Landesamt für Geoinformation und Landentwicklung ist eine Person als Kommunikationsbeauftragte/r bestellt. Mit der Ausarbeitung des Corporate Design, oben 3.2.1.1, wurde ein externer Dienstleister beauftragt.

Ebenso wurden die Gestaltung und Programmierung der Internetseite extern vergeben. Auch im weiteren Verlauf der Programmdurchführung wird bedarfsbezogen professionelle Unterstützung für die Kommunikation gesucht werden, um der Dynamik dieses Bereichs zu entsprechen.

4. Evaluation

Im Rahmen der begleitenden Bewertung des EFRE-Programms wird eine Evaluation der Umsetzung der Kommunikationsstrategie durchgeführt. Dabei wird die oben unter 1.2 aufgeführte Evaluation des RWB-EFRE-Programms berücksichtigt. Bereits davor werden Verbesserungsvorschläge und Kritik konstruktiv aufgenommen und nach Abwägung umgesetzt. Die Effizienz der Kommunikationsmaßnahmen bildet zudem ein Element der regelmäßigen Besprechungen unter den mittelverwaltenden Stellen mit der Verwaltungsbehörde.