

■ KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE
■ OPERATIONELLES PROGRAMM
■ EFRE BREMEN 2014-2020



Europäische Union
Investition in Bremens Zukunft
Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung

Der Senator für Wirtschaft,
Arbeit und Häfen



Freie
Hansestadt
Bremen

■ INHALT

■ EINLEITUNG.....	3
■ 1. AUSGANGSLAGE UND ZIELSETZUNG	4
■ 2. STRATEGIE ZUM ERREICHEN DER KOMMUNIKATIONSZIELE	7
■ 2.1 FORMATE UND KANÄLE FÜR PASSIVE EMPFÄNGERINNEN.....	8
■ 2.2 FORMATE UND KANÄLE FÜR AKTIVE EMPFÄNGERINNEN	10
■ 3. PLANUNG UND ERFOLGSKONTROLLE	13
■ 3.1 PLANUNG: INHALTLICHE SCHWERPUNKTE DER KOMMUNIKATION IM ZEITVERLAUF	13
■ 3.2 ERFOLGSKONTROLLE.....	15
■ 4. UNTERSTÜTZUNG FÜR BEGÜNSTIGTE BEI IHREN KOMMUNIKATIONSAKTIVITÄTEN	17
■ 5. MATERIAL FÜR MENSCHEN MIT BEHINDERUNGEN	18
■ 6. INDIKATIVES BUDGET.....	19
■ 7. VERANTWORTUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG.....	20
■ 8. ANHANG I.....	22

EINLEITUNG

Die Kommunikationsstrategie des Landes Freie Hansestadt Bremen bildet die Basis für die strategische Ausrichtung der Kommunikation des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) im Land Bremen im Förderzeitraum 2014-2020. Auf Basis dieser Strategie werden die jährlich zu erstellenden Kommunikationspläne entwickelt, in denen konkrete Maßnahmen definiert werden. Die Ergebnisse der im Rahmen der Kommunikationsstrategie durchgeführten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen werden im jährlich zu erstellenden Durchführungsbericht aufgeführt.

Rechtsgrundlage für die Erstellung der Kommunikationsstrategie ist die Verordnung (EU) Nr.1303/2013, insbesondere Artikel 115 "Information und Kommunikation", Artikel 116 „Kommunikationsstrategie“, Artikel 117 „Informations- und Kommunikationsbeauftragte und -netzwerke“, sowie die Regelungen im Anhang XII.

Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen der Freien Hansestadt Bremen, Referat Z3 "Abteilungsübergreifende Aufgaben" übernimmt für das operationelle Programm des EFRE Bremen 2014-2020 die Funktion der Verwaltungsbehörde und ist damit auch für die Erstellung der Kommunikationsstrategie verantwortlich.

Die vorliegende Kommunikationsstrategie berücksichtigt die umfangreichen Erfahrungen, die bei der Durchführung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen der vorherigen Strukturperiode 2007-2013 gewonnen wurden. Insgesamt wird die breite Strategie der Förderperiode 2007-2013 der Informations- und Publizitätsmaßnahmen weiter verfolgt und eine Intensivierung der Kooperation zwischen den einzelnen mit dem Programm in Verbindung stehenden Beteiligten angestrebt.

1. AUSGANGSLAGE UND ZIELSETZUNG

Die Kommunikationsstrategie legt den Rahmen für die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der Förderperiode 2014-2020 fest. Die konkrete Ausgestaltung der Umsetzungsschritte erfolgt fortlaufend und begleitet so die Umsetzung des Programms über die Jahre.

Im Rahmen der Kommunikationsstrategie werden die strategischen Ziele definiert, die mit der Entwicklung und Durchführung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen erreicht werden sollen. Für die Identifikation der Hauptziele wurden mittels der folgenden Fragestellungen die drei grundlegenden Anliegen an die Ziele der Kommunikation identifiziert:

„WAS BEWIRKT DER EUROPÄISCHE FONDS FÜR REGIONALE ENTWICKLUNG EFRE IM LAND BREMEN?“

Mit Hilfe der EFRE-Förderung ist es in den letzten Jahren gelungen, eine Verbesserung und Stärkung der wirtschaftlichen Situation Bremens herbeizuführen. Zum Einen wurde der Wissens- und Technologietransfer in der Region unterstützt und die Anpassungsfähigkeit der Unternehmen und der Wirtschaftsstruktur insgesamt gestärkt. Zum anderen konnten wettbewerbsfähige Stadtstrukturen gesichert und gestärkt werden. Es gibt eine Vielzahl von geförderten Projekten in Bremen; der Bevölkerung ist die EU-Förderung aber meist nicht bewusst. Ziel der Informations- und Publizitätsmaßnahmen ist es, ein nachhaltiges Bewusstsein bei den Bürgerinnen und Bürgern für die Bedeutung und den Erfolg der europäischen Strukturfondsförderung im Land Bremen zu schaffen.

Durch eine transparente, verständliche Kommunikation von Programminhalten, den damit zu verfolgenden Zielen, sowie Vorhaben/Projekten, die zur Zielerreichung umgesetzt werden, soll das Interesse und die Aufmerksamkeit für das Programm gestärkt werden. Ziel ist es, die EFRE-Förderung und den daraus resultierenden Mehrwert für das Land erfahrbar und sichtbar zu machen.

„Was wird gefördert und wer kann eine Förderung beantragen?“

Für potenzielle Begünstigte werden umfangreiche und zielgruppenspezifische Informationen bereitgestellt, die über Förderangebote, Förderbedingungen, sowie Antragsverfahren und Auswahlkriterien informieren. Sie erfahren, wo sie Beratung und vertiefende Informationen erhalten und Förderanträge stellen können. Ziel ist die klare und einfache Kommunikation der Förderangebote und -bedingungen.

„Wie stärken wir die interne Kommunikation bzw. den internen Zusammenhalt?“

MultiplikatorInnen wie die Begünstigten einerseits und zum Beispiel lokale Behörden, Wirtschafts- und Sozialpartner oder Europa-Informationszentren andererseits spielen eine bedeutende Rolle im Rahmen der Kommunikationsstrategie. Sie werden in den Prozess der Informationsbereitstellung einbezogen und sind kontinuierlich über die gesamte Förderperiode der Adressatenkreis der Kommunikation der Verwaltungsbehörde. Durch ihre Einbeziehung ergibt sich ein ständiger Mehrwert, der nicht nur auf dem Weitergeben von Informationen über das Programm basiert, sondern darüber hinaus die positiven Auswirkungen der EFRE-Förderung und damit stellvertretend der EU für das Land Bremen bewirbt.

ZIEL- UND EMPFÄNGERGRUPPEN

Die oben beschriebenen Kommunikationsziele lassen sich entsprechend ihrer Inhalte und der bereitgestellten Informationstiefe einzelnen Zielgruppen/Empfängergruppen zuordnen. Durch diese Zuordnung ist es möglich, den unterschiedlichen Zielgruppen, Informationen entsprechend ihres Interessens- und Informationsbedarfs bereit zu stellen, sowie Kommunikationskanäle zu wählen, die diese auch erreichen.

Im Folgenden werden die Zielgruppen aufgeführt und entsprechend ihres Interessens- und Informationsbedarfs Empfängergruppen zugeordnet. Diese Zuordnung und die für die jeweilige Empfängergruppe definierten Anforderungen bildet die Grundlage der Kommunikationsstrategie. Sie soll eine bedarfsgerechte und zielgerichtete Kommunikation des Programms und seiner Ziele ermöglichen.

Zu den Zielgruppen, die mit den Informations- und Publizitätsmaßnahmen erreicht werden sollen, zählen:

- die breite Öffentlichkeit
- potenziell Begünstigte und Begünstigte des Bremer EFRE-Programms 2014-2020
- bewilligende Stellen sowie die politischen und wirtschaftlichen AkteurInnen des Landes Bremen
- der Begleitausschuss des EFRE-Programms, die MitarbeiterInnen der bremschen zwischengeschalteten Stellen, die mit der Umsetzung von Projekten des EFRE-Programms 2014-2020 befasst sind,
- MedienvertreterInnen

Grundsätzlich ist festzustellen, dass sich diese Zielgruppen anhand des Informationsstandes, ihrer Interessenlage und ihres Informationsbedarfs zwei unterschiedlichen Gruppen zuordnen lassen, die im Folgenden definiert werden:

Passive EmpfängerInnen

Bei den passiven EmpfängerInnen sind die Informations- und Publizitätsmaßnahmen darauf auszurichten, die allgemeine Öffentlichkeit und potenziell Begünstigte auf das EFRE-Programm aufmerksam zu machen und für EU-Förderung in ihrer Region zu interessieren.

Hier geht es vorrangig um die Versorgung mit Basisinformation, die das generelle Interesse weckt, über EFRE informiert und ein Bewusstsein für die EU-Förderung im Land Bremen schafft. Dabei wird das Programm im lokalen Kontext präsentiert. Geförderte Projekte, damit verbundene Ziele bzw. Ergebnisse und der daraus resultierende Mehrwert für das Land Bremen müssen in ihrer Nachhaltigkeit vermittelt werden.

Aktive EmpfängerInnen

Die aktive Zielgruppe unterteilt sich in zwei Bereiche:

Den ersten Bereich bilden die Begünstigten, die informierten potenziell Begünstigten, die projekt-umsetzenden Stellen und die Verwaltung. Neben der Basisinformation haben diese ein Interesse an vertiefender Information wie den Programm- und Förderrichtlinien, den Projektauswahlkriterien und den Publizitätsunterlagen.

Den zweiten Bereich bilden die politischen und wirtschaftlichen EntscheiderInnen, der Begleitausschuss, die Medien sowie die interessierten BürgerInnen. Diese Gruppe hat neben der Basis- und vertiefenden Information ein starkes Interesse an Informationen über geplante strategische Maßnahmen und Hintergrundinformationen (Stand der Umsetzung, erreichte Ziele, ggfs. sich abzeichnende Probleme), da sie Prozesse aktiv mitgestalten und begleiten.

2. STRATEGIE ZUM ERREICHEN DER KOMMUNIKATIONSZIELE

ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE INFORMATIONSPAKETE

Der Informationsbedarf innerhalb der definierten Zielgruppen, sowie die Motivation der Zielgruppen sich mit EFRE-Förderung auseinanderzusetzen, unterscheidet sich stark.

Um eine Versorgung der Zielgruppen mit den für sie relevanten Informationen zu gewährleisten, werden im Rahmen der Kommunikationsstrategie Informationspakete mit zielgruppenspezifischen Inhalten gebildet.

Die Kommunikationsstrategie beinhaltet Informationspakete mit Basisinformation, vertiefender Information und strategischer Information, die aufeinander aufbauen.

Die Zuordnung der zur Verfügung stehenden Information zu den aufeinander aufbauenden Paketen gibt einen schnellen Überblick über die zu erreichende Zielgruppe. Auf dieser Grundlage können Formate und Medien entwickelt und Kanäle definiert werden, die der jeweiligen Zielgruppe entsprechen und diese erreichen. Information und entwickelte Formate/Medien können damit schnell aus den jeweiligen Paketen zusammengestellt und für unterschiedliche Anlässe zielgruppengerecht eingesetzt werden.

Neben der Zuordnung der Information zu den einzelnen Informationspaketen und der Entwicklung von zielgruppenspezifischen Formaten/Medien ist auch die Definition und Auswahl der Kommunikationskanäle zur Verbreitung der spezifischen Information von entscheidender Bedeutung.

Eine besondere Herausforderung bildet hierbei die Versorgung der passiven Zielgruppen mit Basisinformationen. Neben ansprechenden und leicht zugänglichen Formaten und Informationstools, müssen Verbreitungskanäle gewählt werden, die gewährleisten, dass die Information die entsprechenden Zielgruppen auch erreicht.

■ 2.1 FORMATE UND KANÄLE FÜR PASSIVE EMPFÄNGERINNEN

ALLGEMEINE ÖFFENTLICHKEIT UND NICHT INFORMIERTE POTENZIELLE BEGÜNSTIGTE

Für die breite Öffentlichkeit der Bürgerinnen und Bürger wird auf Medien zurückgegriffen, die allgemein verfügbar und durch ihre Art geeignet sind, Aufmerksamkeit zu generieren. Als vorrangige Medien werden hier das Internet und Anwendungen für mobile Endgeräte gesehen, da dort Informationen bedarfsgerecht und aktuell bereitgestellt werden können.

Bereits in der letzten Förderperiode wurde die zentrale Internetseite www.efre-bremen.de für den Einsatz auf mobilen Endgeräten optimiert. Mit der „Interaktiven Karte“ (<http://www.efre.eventv.info>) und der EFRE-App (Android/IOS) wurden nachhaltige, erweiterbare Formate entwickelt, die es ermöglichen Europaförderung in Bremen nachvollziehbar zu erkunden und zu erleben. Der Fokus liegt bei diesen Formaten auf der Darstellung von Projekten.

Darüber hinaus werden weiterhin Printmedien und audiovisuelle Medien zur Kommunikation von umgesetzten Projekten und deren Auswirkungen erstellt und eingesetzt. Weiterhin erfolgen anlass- bzw. projektbezogene Pressemitteilungen oder Anzeigenschaltungen sowie größere Informationsaktionen, wie beispielsweise projektbezogene Veranstaltungen. Gerade projektbezogene Veranstaltungen, wie z.B. offizielle Einweihungen/Eröffnungen stoßen auf ein reges öffentliches Interesse und sorgen für eine ausführliche Berichterstattung in den Lokalmedien (Zeitung, Radio, Fernsehen).

Verbreitung der Informationen

Zum Start des neuen Programms wird eine Einführungskampagne geplant und umgesetzt, um den Start der neuen Förderperiode mit seinen Schwerpunkten und Zielen zu kommunizieren. Mindestens einmal jährlich wird speziell eine größere Aktion umgesetzt, um die breite Öffentlichkeit über Ergebnisse und Projekte zu informieren, die durch das EFRE-Programm ermöglicht wurden.

Da die breite Öffentlichkeit nicht gezielt nach Informationen über EFRE sucht, müssen Kanäle gewählt werden, die diese Zielgruppe in ihrem Alltag erreichen und sie auf die bereitgestellten Formate aufmerksam machen. Daher soll verstärkt mit Aktionen und Veranstaltungen im urbanen Raum gearbeitet werden.

Neben Printmedien (Poster, Postkarten, Flyer, Projektschilder), die z.B. durch QR-Codes mit digitalen Formaten und Anwendungen verknüpft sind, sollen Videoformate im urbanen Raum (Kino, öffentliche Displays) eingesetzt werden. Durch das Angebot von „Mitmach“-Aktionen unter Einsatz bereits entwickelter Anwendungen (App mit Geo-Caching, Möglichkeit der Selbstdokumentation, EFRE-Stadtführungen) soll der Bevölkerung die Möglichkeit gegeben werden, EFRE-Förderung aktiv in ihrer Stadt zu erleben.

Eine zentrale Anlaufstelle der Bremer Bürgerinnen und Bürger, um Informationen über die Europäische Union zu erhalten, ist der EuropaPunkt Bremen, der in die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen mit einbezogen werden soll. Der im Mai 2007 als eine Informationsstelle des Europe Direct Relais in zentraler Lage am Bremer Marktplatz eröffnete EuropaPunkt Bremen bietet umfassende EU-bezogene Bürgerinformationen und ein Forum für Gespräche und Diskussionen zwischen Bürgerschaftsabgeordneten und Bremerinnen und Bremern. Daher soll für die neue Förderperiode hier ein „permanenter EFRE-Präsentationsbereich“ (Informationsvideos, digitale Formate, Printmedien, digitale EFRE-Litfaßsäule) eingerichtet werden. Dadurch können Informationen über das EFRE-Programm auch dann wahrgenommen werden und auf Interesse stoßen, wenn die Personen zu einem anderen Zweck den EuropaPunkt Bremen besuchen.

Da der EuropaPunkt Bremen mit verschiedenen Bildungs- und Forschungseinrichtungen wie beispielsweise der Landeszentrale für politische Bildung und mit Schulen zusammenarbeitet, sollen bereitgestellte EFRE-Informationsmedien und Formate wie

z.B. die EFRE-App den Institutionen vorgestellt werden bzw. in den Angebotskatalog des EuropaPunktes aufgenommen werden.

Eine weitere Plattform für die Kommunikation der EFRE-Förderung in Bremen bieten geförderte und bereits etablierte Veranstaltungsreihen (i2B, Klub Dialog, Konferenzen, Wagenfeldhaus,...).

Diese Veranstaltungsreihen verfügen inzwischen über ein großes Netzwerk und werden gut besucht. Daher können gerade die breite Öffentlichkeit und nicht informierte potenzielle Begünstigte gut über diese Veranstaltungsreihen erreicht werden.

■ 2.2 FORMATE UND KANÄLE FÜR AKTIVE EMPFÄNGERINNEN

BEGÜNSTIGTE UND POTENZIELLE BEGÜNSTIGTE

Neben einer Auftaktveranstaltung werden zum Start der neuen Förderperiode Printmaterialien und audiovisuelle Formate eingesetzt, die über die neue Förderperiode und deren Förderschwerpunkte informieren und zum Einreichen von Anträgen aufrufen. Programmspezifische Informationsaktionen und anlassbezogene Pressemitteilungen in Zeitschriften und Newslettern (z. B. i2B, Senatspressestelle) bieten weitere Informationsmöglichkeiten zum neuen Programm. Alle Medien enthalten eine Verknüpfung zur Internetpräsenz www.efre-bremen.de.

Hier werden in einem speziellen Bereich alle Hinweise zur Antragstellung einfach und übersichtlich bereitgestellt. Neben Kontaktpersonen (lokal, national und international), die über das operationelle Programm Auskunft geben können bzw. Informationen und Beratung zu den einzelnen Förderbereichen des Programms bieten, finden potenziell Begünstigte alle Informationen über die Förderbedingungen des EFRE-Programms 2014-2020, die erfüllt sein müssen, Kriterien für die Auswahl und Bewertung der Projekte sowie eine Verfahrensbeschreibung für die Prüfung der Finanzierungsanträge unter Angabe der betreffenden Fristen.

Mit dem Bewilligungsbescheid werden die Begünstigten darüber informiert, dass zur Umsetzung des Projekts EFRE-Mittel zur Verfügung gestellt werden. Ferner erhalten sie Informationen, welche Informations- und Publizitätsmaßnahmen von ihnen erfüllt werden müssen, sowie die Links zu den entsprechenden Marketingmaterialien und Mustern zur Erfüllung ihrer Kommunikationsaufgaben. Durch diese Maßnahme wird noch einmal gezielt auf die Bereitstellung von EFRE-Mitteln hingewiesen, um das

Bewusstsein für die EFRE-Förderung im Land zu stärken, um damit auch die Funktion der Begünstigten als MultiplikatorInnen für die Kommunikation des Programms und der EU-Förderung in Bremen zu gewährleisten. Ferner werden die Begünstigten darüber unterrichtet, dass sie sich mit Annahme der Finanzierung mit der Aufnahme in die nach Artikel 115 Absatz 2 veröffentlichte Liste der Vorhaben einverstanden erklären.

Für die Begünstigten werden auf der Website Informationsblätter und Formulare bereitgestellt, die Hilfestellung bei der Abwicklung der geförderten Projekte bieten. Ein Teil der Beratung wird auch über die bremischen Gesellschaften angeboten, die im Auftrag des Landes einen Teil der Förderung umsetzen (Projektbewilligung). Zusätzlich finden sich auf der Internetpräsenz Informationen zu den Kommunikationsaufgaben des Begünstigten sowie Vorlagen und Marketingmaterialien, die den Begünstigten ihre Kommunikationsaufgaben erleichtern.

Verbreitung der Informationen

Die Gruppe der Begünstigten und potenziell Begünstigten ist einfacher zu erreichen, da sie direkt oder indirekt mit dem EFRE-Programm durch Mittelbeantragung oder Mittelbewilligung in Berührung kommt.

Um diese Gruppe noch gezielter anzusprechen, werden verstärkt Marketing- und Informationsmaterialien über die bewilligenden Stellen (Ressorts, WFB, BIS, BAB) bereitgestellt. Neben der Bereitstellung von Printmaterialien (Broschüren, Flyer, Postkarten) sollen auch audiovisuelle Formate und die von der Verwaltungsbehörde bereitgestellten Plattformen (Internetpräsenz, EFRE-App, Interaktive Karte) auf den Internetpräsenzen der bewilligenden Stellen eingesetzt bzw. beworben werden.

Zukünftig werden Begünstigte mit ihren Projekten stärker in das Kommunikationskonzept eingebunden. Durch die Bereitstellung von Beispielmustern für die Internetseite, Postervorlagen und die Bereitstellung von Medien, die in Flyern und auf Webseiten als Hinweis auf die erhaltene Förderung veröffentlicht werden (bspw. Logo mit Link auf die EFRE-Webseite, QR-Code zur App) dienen Geförderte als MultiplikatorInnen für die Kommunikation des Programms und der umgesetzten Projekte.

Gerade Entwicklungen innerhalb der Projekte sowie projektbezogene Veranstaltungen stoßen auf ein großes öffentliches Interesse. Daher sind die Begünstigten aufge-

fordert, Veranstaltungen oder Meilensteine bei der Projektentwicklung bei den bewilligenden Stellen anzukündigen, damit anlassbezogene Meldungen an die Presse oder über Newsletter verbreitet werden können.

POLITISCHE ENTSCHEIDERINNEN, BEGLEITAUSSCHUSS, PROJEKTBEWILLIGENDE STELLEN, MEDIENVERTRETERINNEN

Die MitarbeiterInnen der bewilligenden Stellen und der Begleitausschuss werden vorrangig im Rahmen von Informationsveranstaltungen, Workshops sowie durch Informationsschreiben und Handlungsanleitungen informiert, die von der EFRE-Verwaltungsbehörde angeboten bzw. veröffentlicht werden.

Der Begleitausschuss des EFRE-Programms Bremen besteht aus VertreterInnen der unterschiedlichen bremischen Wirtschafts-, Sozial- und Umweltpartner, von Einrichtungen zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter und Nichtdiskriminierung, Nichtregierungsorganisationen, Industrie-, Berufs- und Unternehmerverbände sowie Mitgliedern der bremischen Verwaltung. Seine Aufgabe besteht im Wesentlichen darin, die Umsetzung des EFRE-Programms Bremen zu begleiten und durch Anpassungen der Regelungen den sich dynamisch ändernden Verhältnissen der sozioökonomischen Entwicklung des Landes Bremen Rechnung zu tragen.

Verbreitung der Informationen

Das zentrale Medium bildet die Internetseite www.efre-bremen.de, da hier eine aktuelle, umfassende und bedarfsgerechte Informationsbereitstellung gewährleistet ist. Mit dem internen Bereich und dem bereitgestellten „Digitalen Handbuch“ stehen der Zielgruppe umfassende Informationen zum Programm und dessen Umsetzung zur Verfügung.

Neben der Genehmigung der Kommunikationsstrategie wird der Begleitausschuss mindestens einmal jährlich über die Fortschritte bei der Umsetzung der Kommunikationsstrategie und über die Ergebnisanalyse der Kommunikationsstrategie informiert.

Darüber hinaus werden auch die jährlich zu erstellenden Kommunikationspläne und die geplanten Formate für das Folgejahr vorgestellt. Ziel ist es, den Begleitausschuss noch stärker in die strategische Kommunikation des EFRE-Programms einzubeziehen, um Verteilerwege, die durch die Institutionen der Begleitausschuss-Mitglieder bereitstehen, effektiv für die Kommunikation des EFRE-Programms zu nutzen. Auf

den Sitzungen wird vorgestellt und diskutiert, wann, wo und wie produzierte Formate über die Verteilerwege der Begleitausschussmitglieder optimal eingesetzt, verbreitet und beworben werden können.

Die Information der politischen AkteurInnen erfolgt über die allgemeine Information der Öffentlichkeit sowie über spezielle Berichterstattung, die anlassbezogen erfolgt.

Zusätzlich wird regelmäßig ein EFRE-Newsletter versendet, der über aktuelle Aktivitäten informiert. Darüber hinaus werden Neuigkeiten aus dem EFRE-Programm auch im Newsletter der senatorischen Behörde veröffentlicht. Für die neue Förderperiode sollen auch verstärkt Neuigkeiten aus dem EFRE-Programm über die Newsletter der bewilligenden Stellen publiziert werden.

3. PLANUNG UND ERFOLGSKONTROLLE

Grundlage der Kommunikationsstrategie bilden neben den Zielen die unter Punkt 1 definierten Zielgruppen und deren individueller Informationsbedarf. Auf dieser Basis werden im jährlich zu entwickelnden Kommunikationsplan aufeinander aufbauende Meilensteine definiert und eine Kampagne mit Formaten und Verbreitungskanälen entwickelt.

Um die gewählten Maßnahmen im Verlauf der Förderperiode zu optimieren und notwendige Anpassungen zu gewährleisten, werden im Rahmen der Kampagnenentwicklung Bewertungskriterien bzw. Indikatoren definiert, die eine Auswertung der einzelnen Maßnahmen ermöglichen.

3.1 PLANUNG: INHALTLICHE SCHWERPUNKTE DER KOMMUNIKATION IM ZEITVERLAUF

Die Kommunikation des EFRE-Programms 2014-2020 ist ein kontinuierlicher Prozess, der die gesamte neue Förderperiode begleitet. Daher ist es wichtig, dass die einzelnen Maßnahmen strategisch aufeinander aufbauen und sich ergänzen. Um dies zu gewährleisten, wird die Kommunikation in drei Phasen unterteilt, die unterschiedliche aufeinander aufbauende Kommunikationsschwerpunkte definieren.

- Startphase (2014-2015)
- Umsetzungsphase (2016-2020)
- Abschlussphase (2021-2023)

Die konkrete Entwicklung einzelner Maßnahmen für die definierten Phasen und die Definition der Kanäle erfolgt im jährlichen Kommunikationsplan.

STARTPHASE:

Einführung und Bekanntmachung des neuen Programms

Zu Beginn der neuen Förderperiode liegt der Fokus auf der Bekanntmachung des neuen Förderzeitraums und den damit verbundenen Förderschwerpunkten sowie auf der Kommunikation der EFRE-Förderung für Bremen und Bremerhaven insgesamt.

Das Internetportal www.efre-bremen.de wird im ersten Schritt aktualisiert und um Informationen zu den neuen Förderangeboten erweitert. Im Rahmen einer ersten Kampagne werden die breite Öffentlichkeit und potenzielle Begünstigte über die neue Förderperiode informiert und darüber, wo weiterführende Informationen bereitstehen. Darüber hinaus wird im Rahmen einer Auftaktveranstaltung, zu der auch viele MedienvertreterInnen geladen werden, das neue Programm und die damit verbundenen Fördermöglichkeiten vorgestellt.

UMSETZUNGSPHASE:

Verstärkte Kommunikation über Multiplikatoren und Best Practices

In der Umsetzungsphase wird die Kommunikation der Fördermöglichkeiten des operationellen Programms fortgeführt. Im Rahmen von aufeinander aufbauenden Kampagnen wird auf die Förderung und bereitstehende Informationen hingewiesen. In dieser Phase soll verstärkt mit Geförderten zusammengearbeitet werden, um über Best Practices den Nutzen und die Ergebnisse und Möglichkeiten, die die Förderung bieten, zu kommunizieren.

ABSCHLUSSPHASE:

Projektergebnisse und Erfolge

In der Abschlussphase wird noch einmal gezielt auf noch verfügbare Fördermittel hingewiesen. Ansonsten stehen in dieser Phase die Kommunikation der Projektergebnisse und Erfolge, sowie deren Weiterentwicklung nach Abschluss der Förderung im Vordergrund.

■ 3.2 ERFOLGSKONTROLLE

BEWERTUNG DER INFORMATIONS- UND PUBLIZITÄTSMABNAHMEN

Die Informations- und Publizitätsmaßnahmen müssen gemäß Artikel 115 Absatz (1) d) der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (Durchführungsverordnung) und in Bezug auf Öffentlichkeitswirkung und Bekanntheitsgrad der Strategie (Anhang XII Nr.4 g), der operationellen Programme und Vorhaben und der Rolle der Fonds und der Union bewertet werden.

Die Bewertung und Überprüfung erfolgt auf mehreren Ebenen. Durch die jährlich zu erstellenden Kommunikationspläne erfolgt zum Einen ein Abgleich und eine Überprüfung auf Ebene der Kommunikationsstrategie.

Zum Anderen werden im Rahmen der Erstellung des jährlichen Kommunikationsplanes und der Definition von Einzelmaßnahmen Instrumente und Indikatoren zur Erfolgskontrolle definiert. Das ermöglicht die Kontrolle einzelner Maßnahmen sowie den Gesamterfolg des jährlichen Kommunikationsplanes. So kann bereits nach Auswertung einzelner Maßnahmen eine direkte Anpassung erfolgen. Das Gesamtergebnis der Auswertung dient dann als Grundlage für die Erstellung des Folgeplans.

Die Indikatoren zur Erfolgskontrolle lassen sich in Output-, Ergebnis- und Wirkungsideikatoren unterteilen. Mit den Outputideikatoren werden die durchgeführten Maßnahmen an sich beschrieben, wie etwa die Anzahl der durchgeführten Anzeigenkampagnen oder die Anzahl der Informationsveranstaltungen.

Direkt damit verbunden sind die aussagekräftigeren Ergebnisideikatoren, welche den Umfang der erreichten Öffentlichkeit beschreiben, wie z. B. Anzahl der Besuche auf der Internetseite, die Auflagenhöhe der Printmedien, die Anzahl der Teilnehmenden von Veranstaltungen.

MULTIPLIKATORINNEN

Um den Erfolg der Kommunikationsmaßnahmen zu verstärken und eine Verbreitung der bereitgestellten Informationsmedien zu gewährleisten, werden verschiedene Stellen zur Verbreitung mit einbezogen, die als MultiplikatorInnen wirken.

Dazu werden die entsprechenden Stellen mit Informationsmaterial zur Weitergabe oder Veröffentlichung ausgestattet und in verschiedene Kommunikationsmaßnahmen und Kampagnen mit einbezogen.

Hierbei erfolgt eine Materialbereitstellung und Einbeziehung entsprechend der durch die Stellen adressierten Zielgruppen. Dabei wird unterschieden zwischen Stellen, die generell und übergreifend über die EFRE-Förderung in Bremen und Bremerhaven informieren, und Stellen, die über Förderangebote für spezielle Zielgruppen informieren.

Stellen, die generell und übergreifend informieren:

- EU-Informationszentrum (EuropaPunkt Bremen)
- Schulen
- Wirtschafts-, Sozial- und Umweltpartner

Stellen, die über einzelne Förderangebote informieren:

- für Förderung zuständige bewilligende Stellen
- Behörden
- Stellen, die die Zivilgesellschaft vertreten (StadtteilmanagerInnen, Beratungsstellen usw.)
- Vereine, Kammern, Verbände
- Bildungs- und Forschungseinrichtungen

■ 4. UNTERSTÜTZUNG FÜR BEGÜNSTIGTE BEI IHREN KOMMUNIKATIONSAKTIVITÄTEN

Um die Begünstigten bei ihren Kommunikationsverpflichtungen zu unterstützen und um ihre Funktion als MultiplikatorInnen stärker zu nutzen, sollen verschiedene Informations- und Kommunikationsmaterialien auf der Internetpräsenz www.efre-bremen.de zum Herunterladen bereit gestellt werden.

Hierfür wird auf der Internetseite ein neuer Bereich eingerichtet, wo neben den Materialien auch noch einmal die Kommunikationsaufgaben der Begünstigten sowie die technischen Charakteristika der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen für die Vorhaben, Instruktionen zur Erstellung des Logos und eine Definition der Standardfarben veröffentlicht werden.

Neben der Bereitstellung des EU-Logos für den Einsatz im Web- und Printbereich werden Muster mit Textvorlagen und verschiedene Medienformate zur Darstellung des geförderten Projekts auf der eigenen Website bereitgestellt.

Für den Einsatz im Web soll das EFRE-Logo mit einem Link zur Website www.efre-bremen.de veröffentlicht werden. Optional werden weitere Dateien angeboten, wie z.B. der QR-Code für den Download der App, die die Begünstigten veröffentlichen können.

Für den Printbereich werden Logos, QR-Codes und weitere Medienformate zur Einbindung in Printerzeugnissen bereitgestellt.

Darüber hinaus werden Muster für Din-A3-Poster zur Verfügung gestellt. Die Vorlagen werden so entwickelt, dass ein Grunddesign, das einen hohen Wiedererkennungswert gewährleistet, vorgegeben wird. Die Begünstigten müssen dann nur den Projektnamen, eine Beschreibung und -wenn vorhanden- ein Projektbild einfügen.

Ebenso werden Muster für Bauschilder bereitgestellt. Hier kann zukünftig auch ein Link zur Website sowie ein QR-Code integriert werden, um verstärkt digitale Informationen über die geförderten Projekte im urbanen Raum zu platzieren.

Für die Tafeln oder Schilder, die für bestimmte Projekte anzubringen sind, werden Best Practices aus den vergangenen Förderperioden auf der Internetseite vorgestellt, um Begünstigten eine Hilfestellung zu bieten.

Um das Bewusstsein der Geförderten für die EU-Förderung zu stärken, wird das Informationsblatt „Publizität“ als Anhang zum Zuwendungsbescheid versendet, in dem die Begünstigten über ihre Verpflichtung zur Einhaltung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen unterrichtet werden und Informationen zur Verfügbarkeit von Vorlagen und Mediendaten auf der Webseite www.efre-bremen.de bekommen.

■ 5. MATERIAL FÜR MENSCHEN MIT BEHINDERUNGEN

Neben der bereits barrierefreien Internetpräsenz werden Informationen zum neuen Programm ggf. auch in vereinfachter Sprache angeboten. Alle Printmedien werden weiterhin als barrierefreie PDF-Dateien zum Herunterladen zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus ist geplant, ein Video, das das neue operationelle Programm vorstellt, in einer gehörlosen Version umzusetzen.

6. INDIKATIVES BUDGET

Für den Zeitraum von 2014-2020 weist der Finanzplan im Rahmen der Technischen Hilfe folgenden Mittelansatz aus (in Euro):

	Gemeinschafts- beteiligung EFRE	Nationale öffentliche Mittel	Nationale private Mit- tel	Insgesamt
Technische Hilfe	4.120.854	4.120.854	0	8.241.708

Dieser Mittelansatz umfasst neben dem für die Kommunikationsstrategie benötigten Budget auch die Mittelansätze für Verwaltung, Durchführung, Begleitung, Bewertung, Kontrolle sowie rechnergestützte Systeme. Für die notwendigen Informations- und Publizitätsmaßnahmen ist daher zunächst folgender indikativer Mittelansatz vorgesehen (in Euro):

	Gemeinschafts- beteiligung EFRE	Nationale öffentliche Mittel	Nationale private Mit- tel	Insgesamt
Informations- und Pub- lizitätsmaßnahmen im Rahmen der Techni- sche Hilfe	650.000	650.000	0	1.300.000

Dieser indikative Mittelansatz kann im Rahmen der Förderperiode den Erfordernissen im Programmvollzug entsprechend angepasst werden.

■ 7. VERANTWORTUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG

Die Zuständigkeit für die Umsetzung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen obliegt gemäß Artikel 115 Absatz 1 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 der Verwaltungsbehörde für das Operationelle Programm. Die Aufgaben der Verwaltungsbehörde für das Operationelle Programm EFRE Bremen 2014-2020 werden beim Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen durch das Referat Z3 „Abteilungsübergreifende Aufgaben“ wahrgenommen.

Entsprechend der Artikel 115-117 sowie Anhang XII Nr. 2.1 der VO (EU) Nr. 1303/2013 ergeben sich für die Verwaltungsbehörde folgende Aufgaben:

- Sicherstellung der Durchführung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen im Einklang mit der Kommunikationsstrategie
- Organisation von mindestens den folgenden Informations- und Kommunikationsmaßnahmen:
 - eine große Informationsmaßnahme anlässlich des Starts des Operationellen Programms
 - zumindest eine größere Informationsmaßnahme pro Jahr, durch die auf die Finanzierungsmöglichkeiten und die verschiedenen 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 werden,
 - ganzjährige Präsentation des Emblems der Europäischen Union vor jeder Verwaltungsbehörde oder an einer anderen für die Öffentlichkeit gut sichtbaren Stelle an deren Standort
 - elektronische Veröffentlichung der Liste der Vorhaben nach Anhang XII Nr. 1 der VO (EU) Nr. 1303/2013
 - Nennung von Beispielen für Vorhaben für jedes Operationelle Programm auf der Website
 - Aktualisierung der Information, die über die Durchführung des Operationellen Programms auf der Website eingestellt sind, sowie die wichtigsten damit erzielten Erfolge

Einbeziehung der folgenden Stellen in die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen:

- die in Art. 5 der VO (EU) Nr. 1303/2013 genannten Partner
- EU-Informationszentren und Vertretungen der Kommission und des Parlaments in den Mitgliedsstaaten
- Bildungs- und Forschungseinrichtungen

Die gemäß Artikel 117 Absatz 1 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 beauftragte Person für Information und Kommunikation bei der Verwaltungsbehörde ist:

Frau Vera Rehenbrock

Die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa
Referat Z3 "Abteilungsübergreifende Aufgaben"
EFRE-Verwaltungsbehörde
- Kommunikationsbeauftragte -
Zweite Schlachtpforte 3
D - 28195 Bremen
Tel. + 49 421 361-8285
E-Mail: vera.rehenbrock@wae.bremen.de

Datum der Genehmigung durch den Begleitausschuss: 07. Mai 2015

8. ANHANG I

Schema Kommunikationsplan: Zielgruppen, Medien, Inhalte, erwartete Wirkungen, Bewertungskriterien / Indikatoren

Medium	Zielgruppe	Inhalt	Erwartete Wirkungen	Bewertungskriterien / Indikatoren
Internet	<ul style="list-style-type: none"> Allgemeine Öffentlichkeit (potenziell) Begünstigte Begleitausschuss projektbewilligende Stellen politische EntscheiderInnen 	<ul style="list-style-type: none"> Informationen über die EU und die Strukturfondsförderung Informationen über die Strukturfondsförderung in Bremen und das Programm Informationen zu Förderbedingungen und Antragstellung sowie Projektauswahl Informationen und Handlungsanleitungen zur Umsetzung von Projekten Informationen zum Umsetzungsstand Informationen über die Begleitung des EFRE- Programms Informationen über die Evaluierungen des EFRE- Programms Informationen über aktuelle Ereignisse Beispiele von best practice 	<ul style="list-style-type: none"> Bekanntmachung des Operationellen Programms EFRE Bremen 2014 – 2020 Bekanntmachung der Rolle der Europäischen Union Sicherstellung der Transparenz Information der Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl der BesucherInnen der Website Anzahl der Downloads Traffic auf Server

EFRE-App	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Öffentlichkeit • (potenziell) Begünstigte 	<ul style="list-style-type: none"> • Umgesetzte Projekte (best practices) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekanntmachung der Rolle der Europäischen Union im Land Bremen • Entdecken der EFRE-geförderten Projekte in Bremen und Bremerhaven 	<ul style="list-style-type: none"> • Downloadzahlen
Interaktive Karte	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Öffentlichkeit • (potenziell) Begünstigte • MedienvertreterInnen 	<ul style="list-style-type: none"> • Umgesetzte Projekte (best practices) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekanntmachung der Rolle der Europäischen Union im Land Bremen • Entdecken der EFRE-geförderten Projekte in Bremen und Bremerhaven 	<ul style="list-style-type: none"> • BesucherInnen der Domain

Medium	Zielgruppe	Inhalt	Erwartete Wirkungen	Bewertungskriterien / Indikatoren
Printmedien (Broschüren, Flyer, Postkarten, Plakate)	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Öffentlichkeit • (potenziell) Begünstigte • Begleitausschuss • projektbewilligende Stellen • Politische EntscheiderInnen 	<ul style="list-style-type: none"> • allgemeine Informationen über das EFRE- Programm Bremen • Informationen zu Förderbedingungen und Antragstellung sowie Projektauswahl • Informationen und Handlungsanleitungen zur Umsetzung von Projekten aus dem EFRE- Programm 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekanntmachung des Operationellen Programms EFRE Bremen 2014 – 2020 • Bekanntmachung der Rolle der Europäischen Union • Sicherstellung der Transparenz • Information der Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Auflage der Printmedien • Verteilungsquote
Newsletter / Informations- schreiben	<ul style="list-style-type: none"> • Begleitausschuss • projektbewilligende Stellen • interessierte Öffentlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • allgemeine Informationen über das EFRE- Programm Bremen • Informationen zum Umsetzungsstand des EFRE- Programms • Informationen über die Evaluierungen des EFRE- Programms • Informationen über aktuelle Ereignisse • Beispiele von best practice 	<ul style="list-style-type: none"> • Sicherstellung der Transparenz • Information der Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der AbonnentInnen • Umfang des Verteilers

Medium	Zielgruppe	Inhalt	Erwartete Wirkungen	Bewertungskriterien / Indikatoren
Presse	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Öffentlichkeit • (potenziell) Begünstigte • Begleitausschuss • projektbewilligende Stellen • Politik 	<ul style="list-style-type: none"> • allgemeine Informationen über das EFRE- Programm Bremen • Informationen zum Umsetzungsstand des EFRE- Programms • Informationen über aktuelle Ereignisse • Beispiele von best practice 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekanntmachung des Operationellen Programms EFRE Bremen 2014 – 2020 • Bekanntmachung der Rolle der Europäischen Union im Land Bremen • Information über EFRE-geförderte Projekte in Bremen und Bremerhaven 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Medien, • Anzahl und Umfang der Veröffentlichung • Anteil der erreichten Medien
Audiovisuelle Medien	<ul style="list-style-type: none"> • allgemeine Öffentlichkeit • (potenziell) Begünstigte Begleitausschuss • projektbewilligende Stellen • Politik 	<ul style="list-style-type: none"> • allgemeine Informationen über das EFRE- Programm Bremen • Informationen zum Umsetzungsstand des EFRE- Programms • Informationen über aktuelle Ereignisse • Beispiele von best practice 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekanntmachung des Operationellen Programms EFRE Bremen 2014 – 2020 • Bekanntmachung der Rolle der Europäischen Union • Information über EFRE-geförderte Projekte in Bremen und Bremerhaven 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der BesucherInnen im Internet • Anzahl der bespielten Kinosäle / Anzahl der potenziellen KinobesucherInnen
Sonstiges, z.B. Werbung auf Verkehrsträgern	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Öffentlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • allgemeine Informationen über das EFRE- Programm Bremen • Beispiele von best practice 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekanntmachung der Rolle der Europäischen Union • Information über EFRE-geförderte Projekte in Bremen und Bremerhaven 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Werbemaßnahmen, • Streuungen der Werbung