

**Kommunikationsstrategie**  
des Landes Brandenburg für den  
Europäischen Fonds für regionale  
Entwicklung (EFRE)  
in der Förderperiode 2014-2020



EUROPÄISCHE UNION

Europäischer Fonds für  
Regionale Entwicklung

## Inhaltsverzeichnis

0	Einleitung .....	3
1	Anforderungen an eine Kommunikationsstrategie .....	3
2	Analyse der Ist-Situation .....	4
3	Strategische Kommunikationsziele .....	8
	3.1 Erhöhung der Transparenz .....	9
	3.2 Erhöhung der Wirksamkeit der Kommunikationsmaßnahmen .....	9
	3.3 Beitrag zur Zielerreichung des OP EFRE .....	10
	3.4 Kernbotschaften .....	11
4	Zielgruppenspezifische Strategien .....	11
	4.1 Interne Kommunikation .....	12
	4.1.1 Organisation der Öffentlichkeitsarbeit .....	12
	4.1.2 Interne Verbreitung von Fachinformationen .....	13
	4.2 Erweiterte interne Kommunikation .....	13
	4.3 Kommunikation nach außen .....	14
	4.3.1 Bevölkerung des Landes Brandenburg .....	14
	4.3.2 (Potentielle) Begünstigte .....	15
	4.3.3 Medienvertreter/innen .....	16
	4.3.4 Landes- und EU-Abgeordnete .....	17
5	Kommunikationskanäle und -maßnahmen .....	17
	5.1 Internet .....	17
	5.2 Netzwerkarbeit .....	19
	5.3 Veranstaltungen .....	19
	5.4 Printprodukte .....	20
	5.5 Werbeartikel .....	21
	5.6 Anzeigen/Sonderbeilagen .....	21
6	Phasen der Kommunikation .....	21
7	Prinzipien der Kommunikation .....	22
	7.1 Transparenz .....	22
	7.2 Chancengleichheit / Nichtdiskriminierung .....	23
	7.3 Nachhaltigkeit .....	23
8	Evaluation .....	24
9	Budget .....	25
10	Personalressourcen .....	25
11	Annahme und Änderung der Kommunikationsstrategie .....	26
12	Jährlicher Kommunikationsplan .....	26

## **0 Einleitung**

Das Operationelle Programm der Landes Brandenburg für den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung in der Förderperiode 2014 – 2020 wurde am 12. Dezember 2014 von der EU-Kommission genehmigt.

Die EU-Kommission fordert die Regionen auf, die Öffentlichkeit über die mit dem jeweiligen Fonds erzielten Ergebnisse und Erfolge zu informieren und für die Kohäsionspolitik zu sensibilisieren. Sie zielt dabei auf das Recht der europäischen Bürgerinnen und Bürger zu erfahren, wie die Mittel der Union investiert werden. Bedeutend ist auch die Information darüber, welche Fördermöglichkeiten angeboten werden und was bei der Antragstellung und der Verwendung der Fördermittel beachtet werden muss.

Die nationalen und regionalen Behörden stehen damit in der Pflicht, sich eine für diese Aufgaben geeignete Strategie zu erarbeiten, die die Grundlage für die Information und Kommunikation in der gesamten Förderperiode ist. Dabei soll auf die Erfahrungen aus der vergangenen Förderperiode zurückgegriffen werden.

Auch die EU-Kommission selbst setzt zahlreiche Kommunikationsaktivitäten um. Kommission, Mitgliedsstaaten und die regionalen Behörden sollten dafür Sorge tragen, dass Synergien zwischen den Kommunikationsmaßnahmen auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene erkannt und genutzt werden.

„Tue Gutes und rede darüber!“ – Diesem Leitsatz soll bei der partnerschaftlichen Erarbeitung und Umsetzung dieser Kommunikationsstrategie gefolgt werden.

## **1 Anforderungen an eine Kommunikationsstrategie**

Gemäß der Verordnung (EU) Nr. 2013/1303 (ESI-Verordnung) ist von der Verwaltungsbehörde für das in ihre Zuständigkeit fallende Operationelle Programm (OP) eine Kommunikationsstrategie auszuarbeiten, die vom Begleitausschuss zu prüfen und zu genehmigen ist.

Die Anforderungen zur Information und Kommunikation werden in der ESI-Verordnung im Artikel 115, im Anhang XII derselben Verordnung sowie in der Durchführungsverordnung VO (EU) Nr. 2014/821 Artikel 3 bis 5 hinsichtlich der technischen Merkmalen der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen geregelt und sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

Tabelle 1: Anforderung an die Kommunikationsstrategie

Anforderung gemäß ESI-Verordnung, Anhang XII Nr. 4	Berücksichtigung in der vorliegenden Kommunikationsstrategie
a) unter Berücksichtigung der in Artikel 115 erläuterten Ziele eine Beschreibung des gewählten Konzepts mit den wichtigsten vom Mitgliedstaat oder von der Verwaltungsbehörde zu ergreifenden Informations- und Kommunikationsmaßnahmen für potenzielle Begünstigte, Begünstigte, Multiplikatoren und die breite Öffentlichkeit;	Siehe Kapitel 3 bis 7
b) eine Beschreibung des Materials, das in für Menschen mit Behinderungen zugänglichen Formaten verfügbar gemacht wird;	Siehe Kapitel 7.2
c) Angaben zu Art und Weise der Unterstützung, die Begünstigte bei ihren Kommunikationsaktivitäten erhalten;	Siehe Kapitel 4.3.2
d) einen Richtwert für die zur Umsetzung der Strategie vorgesehenen Mittel;	Siehe Kapitel 9
e) eine Beschreibung der für die Durchführung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zuständigen administrativen Stellen und ihrer Personalressourcen;	Siehe Kapitel 10
f) die Vorkehrungen für die in Nummer 2 genannten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen einschließlich Website oder Internetportal, über die derartige Angaben abrufbar sind;	Siehe Kapitel 5.1
g) Angaben zu Art und Weise, in der die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen in Bezug auf Öffentlichkeitswirkung und Bekanntheitsgrad der Strategie, der operationellen Programme und Vorhaben und der Rolle der Fonds und der Union bewertet werden;	Siehe Kapitel 8
h) gegebenenfalls eine Beschreibung, die über die Verwendung der wichtigsten Ergebnisse des vorangegangenen operationellen Programms Aufschluss gibt;	Siehe Kapitel 2
i) eine jährlich aktualisierte Aufstellung der im Folgejahr durchzuführenden Informations- und Kommunikationsmaßnahmen.	Siehe Kapitel 12

## 2 Analyse der Ist-Situation

Die Verantwortung für die Information und Kommunikation zum EFRE in Brandenburg liegt seit mehreren Förderperioden bei der Verwaltungsbehörde (bzw. vorher Fondsverwaltung) EFRE. Die daraus gewonnenen Erfahrungen, die Ergebnisse eigener Bewertungen und Evaluierungen einzelner Maßnahmen, fondsübergreifende Befragungen sowie eine 2014 durchgeführte Befragung der Partner bilden den Grundstock für die vorliegende Kommunikationsstrategie und ermöglichen es, die wichtigsten Stärken und Schwächen sowie die Chancen und Risiken für die Kommunikation des EFRE abzuleiten. Außerdem wurden in der „Analyse zur sozioökonomischen Lage im Land Brandenburg – Handlungsempfehlungen zum Einsatz der EU-Fonds 2014-2020“ der Unternehmensberatung Ernst & Young (2013) im Abschnitt „Transparenz und Publizität“ Handlungsempfehlungen für die EU-Kommunikation im Land Brandenburg gegeben<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Ernst & Young GmbH (2012): Endbericht. Analyse zur sozioökonomischen Lage im Land Brandenburg – Handlungsempfehlungen zum Einsatz der EU-Fonds 2014-2020, 25.10.2012, Berlin

Die Öffentlichkeitsarbeit wurde mit der Förderperiode 2007 – 2013 erheblich ausgebaut. Punkte, die in der Stärken-Schwächen-Analyse in Vorbereitung des Kommunikationsplans 2007 – 2013 als optimierungsbedürftig ausgewiesen wurden, wurden verbessert. Dazu gehören z. B. die erhöhte personelle Kapazität aufgrund der Unterstützung durch die ILB im Rahmen der Geschäftsbesorgung, der erhöhte EFRE-Wiedererkennungseffekt und eine größere Anzahl an veröffentlichten Beispielprojekten.

In den Jahren 2008, 2010 und 2013 wurden fondsübergreifende Befragungen zur Bekanntheit der EU-Förderung und der verschiedenen EU-Fonds im Land Brandenburg durchgeführt<sup>2</sup>. In jeder Befragungswelle wurden rund 500 Unternehmen und 1.000 Privatpersonen befragt. Die Ergebnisse der Befragungen flossen in die Ausrichtung der Kommunikationsmaßnahmen ein.

Am Anfang der Förderperiode 2007 – 2013 wurde zum ersten Mal eine EFRE-Informationskampagne durchgeführt (im Zeitraum 2009 – 2011). Die Kampagne brachte eine einheitliche Bildsprache und Tonalität der Print- und Onlinematerialien hervor. Über unkonventionelle Motive und Maßnahmen (Gewinnspiel, Entdecke-EFRE-Seite) wurde versucht, der Bevölkerung die Scheu vor der sehr komplexen Thematik zu nehmen. Es wurden Elemente wie die Webseite [www.entdecke-efre.de](http://www.entdecke-efre.de), die EFRE-Wanderausstellung, Postkarten und Projekte des Monats geschaffen, die teilweise in den Jahren danach weiter genutzt wurden. Da bei der fondsübergreifenden Befragung 2008 in der Zielgruppe der unter 25-Jährigen der Anteil der gut informierten Personen sehr gering war, wurden die Kampagne und ergänzende fondsübergreifende Maßnahmen sehr stark auf diese Zielgruppe ausgerichtet. In der Befragung von 2010 ergab sich ein erhöhter Kenntnisstand zur Tatsache, dass Brandenburg EU-Mittel erhält, und der EFRE war einem höheren Anteil der Befragten bekannt. Allerdings sank der Anteil zur nächsten Befragung hin wieder. Gestiegen ist jedoch über alle drei Befragungen der Anteil der 18-25-Jährigen, die der Meinung sind, dass Brandenburg von der EU-Politik profitiert (80 % zu 88 %), während in allen anderen Altersgruppen hier keine wesentliche Änderung zu bemerken war.

Um den Wiedererkennungseffekt zu erhöhen, wurde das EFRE-Erscheinungsbild auf der Grundlage des Corporate Designs der Landesregierung erarbeitet. Dies geschah auch für die Fonds ESF und ELER, wodurch sich für Außenstehende ein einheitlicheres Erscheinungsbild ergibt.

Besonders potentielle Begünstigte, Begünstigte und Schüler/innen sowie Studierende stellten zunehmend Anfragen über das Kontaktformular auf [www.efre.brandenburg.de](http://www.efre.brandenburg.de) und direkt über die am Anfang der Förderperiode neu eingerichtete E-Mail-Adresse [efreinfo@mwe.brandenburg.de](mailto:efreinfo@mwe.brandenburg.de). Es wurden Druckdateien für die Wort-Bild-Marke oder das EFRE-Emblem angefordert oder Fragen zu den Informations- und Publizitätspflichten gestellt. Nicht wenige Anfragen bezogen sich auf den EFRE allgemein für Schulprojekte oder Studienarbeiten. Außerdem gab es Bürgeranfragen aufgrund der auf den Bauschildern angegebenen Webadresse der VB EFRE, so dass davon ausgegangen werden kann, dass diese auch wahrgenommen wurden.

---

<sup>2</sup> Die Umfrage wurde erstmals 2008 von der Firma Convis in Zusammenarbeit mit der Humboldt Universität entwickelt und durchgeführt. 2010 und 2013 wurde die Befragung von der Firma approxima leicht modifiziert durchgeführt. Die Evaluationen geben auch Aufschluss über häufig genutzte Kommunikationskanäle.

Bei der Befragung der Partner 2014 wurde es als sehr wichtig empfunden, jährliche Workshops zur Kommunikation durchzuführen, Materialien zur Einhaltung der Informations- und Kommunikationsvorschriften zu erhalten und die Webseite noch stärker auf die Bedarfe der Partner auszurichten. Weiterhin wurden mehr Informationsveranstaltungen eingefordert. Empfohlen wurde eine stärkere Bürgernähe durch längere Zeit andauernde Maßnahmen und Leuchtturmaktionen.

Die fondsübergreifenden Befragungen ergaben, dass 90 % der befragten Unternehmen wussten, dass Brandenburg von Fördermitteln der Europäischen Union erhält. Rund 60 Prozent gaben darüber hinaus an, den EFRE zu kennen. Von einer EFRE-Förderung hatten nach eigenen Angaben 19 % der befragten Unternehmen bereits direkt profitiert. Besonders positiv fiel auf, dass die ILB als größte Bewilligungsbehörde und damit Ansprechpartner für EFRE-kofinanzierte Programme unter den befragten Unternehmen sehr gut bekannt ist (94 %). Bei den Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern lag die Bekanntheit sogar bei 100 % (bei denen unter 50 Mitarbeitern bei 93 %).

- ✓ Damit kann davon ausgegangen werden, dass die Verbreitung der Fördermöglichkeiten für die potentiellen Begünstigten über die ILB der richtige Weg ist.

Die Bekanntheit der EU-Förderung fiel bei den befragten Privatpersonen etwas niedriger aus, dennoch wussten drei von vier Personen, dass das Land von der EU gefördert wurde. 47 % Prozent der Bevölkerung kannte darüber hinaus den EFRE. Das ist ein beachtliches Ergebnis, zumal Privatpersonen nur indirekt von der EFRE-Förderung profitieren.

- ✓ Insgesamt waren die Einstellungen der Befragten zur Europäischen Union und der EFRE-Förderung in Brandenburg durchweg positiv. Die Bekanntheit der EU-Förderung, verschiedener Fonds und EU-geförderter Projekte im Land Brandenburg ist im deutschland- und EU-weiten Vergleich überdurchschnittlich hoch<sup>3</sup>.

Auch wenn sich in den Ergebnissen der Befragung keine Erhöhung des Bekanntheitsgrades des EFRE ablesen lässt, ist anzunehmen, dass mehr Menschen als früher den EFRE kennen bzw. häufiger auf ihn aufmerksam wurden. Bei den bürgernahen Aktionen wie z. B. Informationsständen auf Stadtfesten zeigten die Menschen im schlechtesten Fall Desinteresse, es kamen kaum negative Äußerungen zur EU oder zur EU-Förderung. Im Gegenteil, häufig kam es zu angeregten und interessanten Gesprächen.

- ✓ In persönlichen Gesprächen, z. B. bei den Fotobox-Aktionen, bei der Segway-Tour sowie der Wanderausstellung, gab es in der Regel ein sehr positives Feedback aus den verschiedenen Zielgruppen.

---

<sup>3</sup> Im Rahmen der fondsübergreifenden Befragung zur Bekanntheit der EU-Fonds im Land Brandenburg sowie der Befragung der EU-Kommission zur Wahrnehmung der EU-Förderung von den Bürgern/innen der EU wurde erfragt, ob EU-geförderte Projekte in der Region bekannt sind. Dies beantworteten 41 Prozent der Befragten in Brandenburg mit "ja", während deutschlandweit nur 15 Prozent und europaweit 34 Prozent aller Befragten mit "ja" antworteten (vgl. European Commission (2013): Citizens' awareness and perceptions of EU regional policy. September 2013, Brüssel, S. 6/7). Allerdings wurden bei der offenen folgenden Frage zu den konkreten Projekten dann eher allgemein „Straßenbau“ oder „Ausbau Forschungsinfrastruktur“ angegeben und weniger wirklich konkrete Projekte.

Durch die in der vergangenen Förderperiode durchgeführten Maßnahmen konnte der Bekanntheitsgrad des EFRE nicht gesteigert werden. Allerdings liegt er im deutschlandweiten Vergleich mit knapp 50 % bereits sehr hoch. Solche Werte wurden bei größer angelegten Befragungen nicht erreicht (z.B. Eurobarometer 2013: 29 % der befragten Deutschen war der EFRE bekannt).

Jedes weitere Prozent Bekanntheit wird nur durch einen noch höheren Mittelaufwand zu bewerkstelligen sein. Hinzu kommt, dass die Reduzierung des Fördermittelvolumens in der Förderperiode 2014 – 2020 im Vergleich zur vorhergehenden zur Folge hat, dass insgesamt weniger Projekte gefördert werden. Damit könnte auch die Relevanz der EFRE-Förderung für Journalisten und die Bevölkerung im Land Brandenburg sinken.

- ✓ Eine Konsolidierung des Ergebnisses bei 50 % ist daher ein realistisch und anstrebenwert (siehe Kapitel 8 Evaluation).

*Tabelle 2: SWOT-Analyse EFRE-Kommunikation 2014 – 2020 im Land Brandenburg*

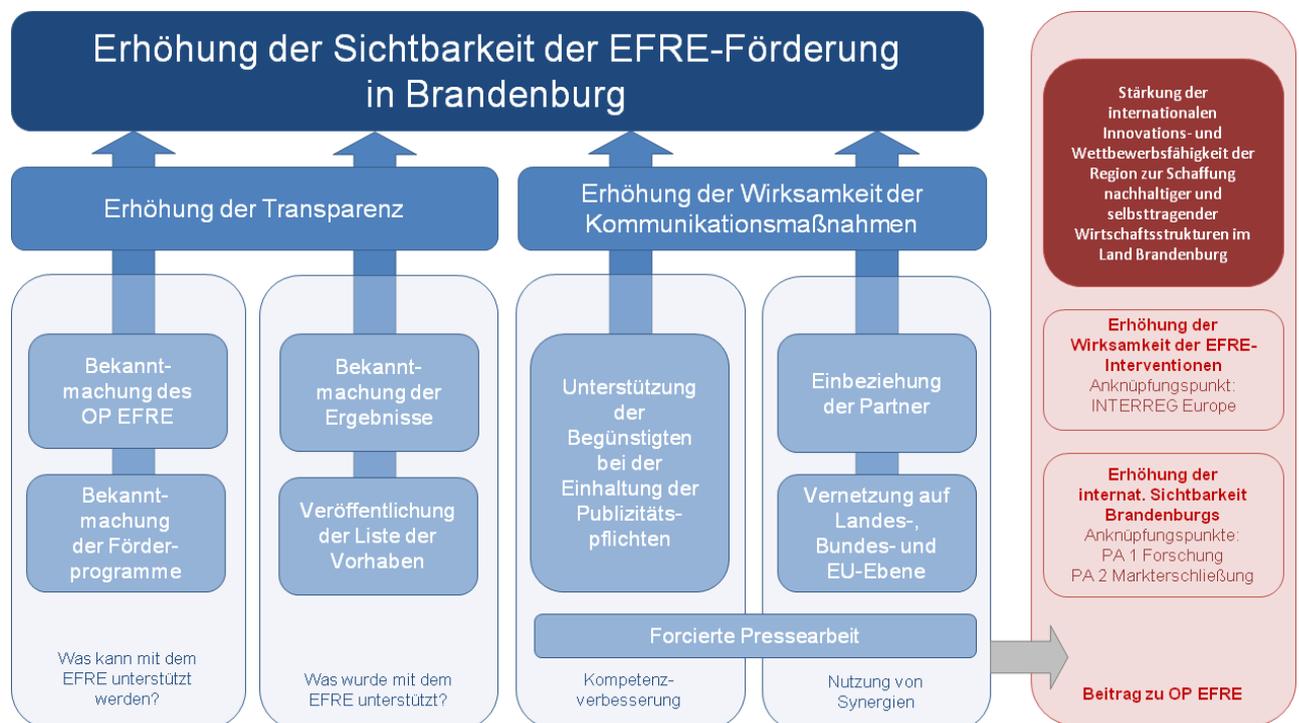
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich hohe Bekanntheit und Akzeptanz der EU/EFRE-Förderung bei Unternehmen und Privatpersonen</li> <li>• Gute Basis für EFRE-Kommunikation mit etablierten Kommunikationsinstrumenten und Netzwerken</li> <li>• Gute Wiedererkennbarkeit durch eingeführtes Corporate Design (EFRE-Key Visual, EFRE-Wort-Bild-Marke)</li> <li>• Potentielle Begünstigte erhalten alle relevanten Informationen (Print, Online und auf Veranstaltungen)</li> <li>• Innovative, kreative und lokale Kommunikationsansätze (<a href="http://www.entdecke-efre.de">www.entdecke-efre.de</a>, EFRE-Wanderausstellung, Segway-Promotiontour) stießen bei Privatpersonen auf hohe Resonanz</li> <li>• Fondsübergreifende EU-Kommunikation und EFRE-Kommunikation wird auf EU-Ebene als gute Praxis angesehen (siehe externe Evaluation der EFRE-Kommunikation durch die GD REGIO, INFORM-meetings, European Public Communication Award 2013)</li> <li>• Medienverteiler ist vorhanden und Pressemitteilungen werden regelmäßig herausgegeben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positive Nachrichten über Projekte oder Förderung dringen in den Medien oft nicht durch bzw. bleiben lokal begrenzt, da zu geringer Nachrichtenwert</li> <li>• In den Nachrichten des Berlin-Brandenburger Fernsehsenders rbb ist der Hinweis auf EU-Kofinanzierungen eher rar, obwohl immer wieder insbesondere über größere Projekte berichtet wird.</li> <li>• EU-Förderung und Förderprogramme sind relativ komplizierte und abstrakte Spezialthemen, die für Privatpersonen oft nicht relevant/interessant genug sind</li> <li>• Im Flächenland Brandenburg werden durch Kommunikationsmaßnahmen vor Ort nur relativ wenige Menschen erreicht</li> <li>• Hoher Verwaltungsaufwand für die Vergabeverfahren für Informationsmaßnahmen</li> <li>• Geteilte Pressearbeit erfordert einen hohen Abstimmungsbedarf</li> </ul>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgerichtete Kommunikation kann die Qualität der Anträge und den Mittelabfluss begünstigen.</li> <li>• Steigerung der Kommunikationswirkung durch fondsübergreifende Ansätze</li> <li>• Berücksichtigung neuer technischer Entwicklungen bei der Kommunikation (elektronische An-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevante Kommunikationskanäle bleiben vielleicht unberücksichtigt (z.B. durch die unklare Position zum Umgang mit sozialen Medien)</li> <li>• Kommunikationsmaßnahmen könnten unwirksam sein</li> <li>• Zu hoher Koordinationsaufwand bei Einbindung</li> </ul>

<p>tragsstellung/E-Cohesion)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Steigerung der Transparenz u. a. durch die sortierbare Liste der Begünstigten und häufigere Aktualisierung</li> <li>• Steigerung des Kommunikationsoutputs durch noch stärkere Einbindung der Begünstigten und Multiplikatoren</li> <li>• Steigerung des Bekanntheitsgrades durch Betonung der Querschnittsziele und Verknüpfung mit strategischen politischen Vorhaben wie Erreichung von Chancengleichheit, Barrierefreiheit und Inklusion</li> </ul>	<p>aller möglichen Akteure</p>
---	--------------------------------

### 3 Strategische Kommunikationsziele

Das Hauptziel der Kommunikationsstrategie ist die Erhöhung der Sichtbarkeit der EFRE-Förderung in Brandenburg. Realisiert werden soll dies durch eine Erhöhung der Transparenz und durch die Erhöhung der Wirksamkeit der Kommunikationsmaßnahmen.

Abbildung 1: Zielsystem der Kommunikationsstrategie



Die Kommunikationsstrategie soll außerdem einen Beitrag zur Erreichung des Oberziels des OP EFRE leisten: „Stärkung der internationalen Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der Region zur

Schaffung nachhaltiger und selbsttragender Wirtschaftsstrukturen im Land Brandenburg“. Dies soll einerseits dadurch erreicht werden, dass die Wirksamkeit von EFRE-Interventionen erhöht wird. Andererseits kann zur Erhöhung der internationalen (zumindest europäischen) Sichtbarkeit Brandenburgs beigetragen werden.

### **3.1 Erhöhung der Transparenz**

Insbesondere in der Startphase der Förderperiode ist die Bekanntmachung des OP EFRE sowie der EFRE-kofinanzierten Fördermöglichkeiten von größter Bedeutung. Hinzukommen die Bekanntmachung der Ergebnisse und die Veröffentlichung der Liste der Vorhaben (bisher Begünstigtenliste genannt). Am Anfang der Förderperiode kann vorwiegend über die Ergebnisse der vorangegangenen Förderperiode(n) berichtet werden, erst nach und nach rücken die Ergebnisse und erste Projekte der aktuellen Förderperiode in den Vordergrund. Dabei wird auch auf die Errungenschaften der Kohäsionspolitik allgemein hingewiesen. Wenn es gelingt, durch positive Ergebnisse und gute Projektbeispiele die Menschen davon zu überzeugen, dass Europa gut ist für die Entwicklung der Region, kann das zu einer Akzeptanzsteigerung gegenüber der EU führen. Zum Ende der Förderperiode hin werden vor allem Ergebnisse und Projektbeispiele hervorgehoben. Die Vorbereitung der nächsten Förderperiode wird ebenfalls transparent und partnerschaftlich gestaltet.

Die Liste der Vorhaben wird auf der Webseite der Verwaltungsbehörde ordnungsgemäß veröffentlicht. Die Darstellung in Form einer filterbaren Karte auf der Webseite der Verwaltungsbehörde ist geplant, um die Nutzerfreundlichkeit zu erhöhen und einen besseren Überblick über die Verteilung der Förderung über das Land zu verschaffen. Besonders Medienvertreter/innen, Abgeordnete und die Bevölkerung sind an Projekten in ihrer Umgebung/ihren Wahlkreisen interessiert. Die Liste wird alle sechs Monate aktualisiert und aus dem Berichtssystem eFREporter generiert. Die Begünstigten werden mit den „Allgemeine Nebenbestimmungen für Zuwendungen für aus den EU-Fonds (EFRE, ELER, EMFF und ESF) finanzierte Vorhaben in der Förderperiode 2014 bis 2020 (ANBest-EU)“ darüber informiert, dass eine Förderung aus den EU-Fonds die Aufnahme des Projekts in die Liste der Vorhaben bedingt.

### **3.2 Erhöhung der Wirksamkeit der Kommunikationsmaßnahmen**

Eine Erfahrung der vergangenen Förderperiode ist, dass es noch einer Kompetenzverbesserung bei den Begünstigten und den verantwortlichen Stellen für die Förderprogramme hinsichtlich der Einhaltung der Vorschriften zur Information und Kommunikation bedarf. Prüffeststellungen aus diesem Grund sollten möglichst der Vergangenheit angehören. Hierfür muss erstens die Motivation zur Einhaltung der Vorschriften verbessert werden. Zweitens sind unterstützende Maßnahmen einzuleiten, die das Wissen über die richtige Anwendung der Vorschriften erhöhen.

Zur Erhöhung der Wirksamkeit kann außerdem eine noch stärkere Einbeziehung der Partner beitragen sowie die kontinuierliche Nutzung der Erfahrungen von Kommunikationsakteuren außerhalb Brandenburgs, die auf nationaler und europäischer Ebene ausgetauscht werden.

Um die Wiedererkennbarkeit des EFRE in Brandenburg sicherzustellen, wird das bestehende Corporate Design des EFRE in angepasster Form weitergenutzt.

Es muss noch stärker auf die Verbreitung der EFRE-Informationen über die Medien hingearbeitet werden.

### **3.3 Beitrag zur Zielerreichung des OP EFRE**

Indem alle Fördermöglichkeiten und -modalitäten möglichst weit verbreitet werden und die Begünstigten bei der Umsetzung ihrer Projekte durch klare Regeln und gute Hilfestellungen unterstützt werden, kann aktiv zur Verbesserung der Umsetzung der Ziele des OP EFRE beigetragen werden. Im Laufe der Förderperiode werden sich hier mehrere Anknüpfungspunkte in der Umsetzung ergeben.

Ein Teil des Ziels Europäische Territoriale Zusammenarbeit ist INTERREG EUROPE (ehemals INTERREG C). Stärker noch als in den früheren Jahren ist dieses Programm zur interregionalen Zusammenarbeit auf den europaweiten Erfahrungsaustausch zur Umsetzung der ESI-Fonds ausgerichtet. Es soll zum „Policy-Learning“ zwischen Behörden anregen, um die Leistung der politischen Maßnahmen und Programme für die regionale Entwicklung zu verbessern. Dies soll einerseits durch Kooperationsprojekte geschehen, die den Erfahrungsaustausch zu einem bestimmten Politikfeld bzw. „guten Praktiken“ thematisieren. Andererseits wird es „Policy-Learning“-Plattformen (Online-Plattform) geben, die individuelle Beratung, Peer Reviews, thematische Seminare und Empfehlungen zur Ausgestaltung und Umsetzung der regionalen ESI-Fonds-Programme enthalten. Ausgerichtet sind sowohl die Kooperationsprojekte als auch die Online-Plattformen auf die vier Prioritäten:

- Innovationsfähigkeit,
- Wettbewerbsfähigkeit von KMU,
- CO<sub>2</sub>-Minderung und
- Umweltschutz und Ressourceneffizienz.

Hier ergibt sich eine große Übereinstimmung mit dem Zielsystem des Brandenburger EFRE-OPs. Um die Wirksamkeit der EFRE-Interventionen in Brandenburg zu erhöhen, sollten die Möglichkeiten von INTERREG EUROPE genutzt bzw. kommunikativ unterstützt werden.

Dies gilt in Bezug auf die nachhaltige Stadt-Umland-Entwicklung auch für das durch EU-KOM einzurichtende Städtenetzwerk und den damit verbundenen Informationsaustausch.

### 3.4 Kernbotschaften

Das Oberziel des Brandenburger Operationellen Programms EFRE lautet: „Stärkung der internationalen Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der Region zur Schaffung nachhaltiger und selbsttragender Wirtschaftsstrukturen im Land Brandenburg“.

Es lässt sich aufgrund der Komplexität nur schwer kommunizieren und wird daher durch unterschiedliche Kernbotschaften transportiert. Damit soll es insbesondere der breiten Öffentlichkeit leichter gemacht werden, den Sinn und Zweck der Förderung zu verstehen.

Im Rahmen der externen Kommunikation sollen die folgenden Botschaften vermittelt werden:

- EFRE bedeutet Europäischer Fonds für regionale Entwicklung.
- Die Europäische Union unterstützt Investitionen in die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit Brandenburgs.
- Die Innovationsfähigkeit Brandenburger Unternehmen wird durch Fördermittel der Europäischen Union gestärkt.
- Mit Mitteln des EFRE wird in Brandenburg die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen unterstützt.
- Die Liste der Vorhaben steigert die Transparenz der EU-Förderung.
- Über die Auswahl konkreter Projekte wird in Brandenburg entschieden.

Insbesondere die letztgenannte Botschaft soll den Menschen verdeutlichen, dass die Entscheidungen nicht „weit weg“ in Brüssel stattfinden, sondern in Brandenburg. Unterstützt wird dies durch die Auflage, auf Bauschildern und Erinnerungstafeln zusätzlich zum Unionslogo das Landeslogo darzustellen.

Die aufgeführten Botschaften werden bei den durchzuführenden Maßnahmen aufgegriffen, entweder wie oben beschrieben oder in an die Maßnahme angepasster Form. Der Slogan der vergangenen Jahre „EFRE. Gute Perspektiven für starke Ideen.“ wird weiterverwendet, da er sich bewährt hat und inhaltlich weiterhin gilt. Sollten im Rahmen von Kampagnen andere Slogans entwickelt werden, können diese den Slogan ersetzen oder ergänzen.

## 4 Zielgruppenspezifische Strategien

Je nach Zielgruppe und auch innerhalb der Zielgruppen unterscheiden sich die Ziele, die Art der Ansprache und die zu wählenden Kommunikationsmittel und -kanäle sowie die Anforderungen aufgrund der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013. Die im Kommunikationsplan 2007-2013 definierten Zielgruppen haben weiterhin Bestand. Sie werden nun in drei großen Gruppen zusammengefasst:

- interne Kommunikation,
- erweiterte interne Kommunikation und
- externe Kommunikation.

Im Folgenden werden die Gruppen erläutert.

## 4.1 Interne Kommunikation

Eine gut organisierte interne Kommunikation zwischen den Akteuren der Verwaltung und mit den Partnern ist die Grundlage für eine funktionierende Kommunikation nach außen. Hierzu gehören:

- die ESI-Fonds-Verwaltungsbehörden und die Koordinierungsstelle für die ESI-Fonds,
- die als Verfasser der Förderrichtlinien EFRE-einsetzenden Landesministerien (einschließlich der Presse-/Öffentlichkeitsreferate),
- die zwischengeschalteten Stellen
- die ZukunftsAgentur Brandenburg
- die Mitglieder des Gemeinsamen Begleitausschusses Brandenburg.

Die Kontakt- und Beratungsstelle KBSplus stellt sicher, dass auch nicht im Begleitausschuss vertretene Partner informiert werden.

Dabei geht es einerseits darum, partnerschaftlich die Öffentlichkeitsarbeit für den EFRE zu organisieren, sowie andererseits die interne Kommunikation zur Verbreitung der wesentlichen Informationen in Bezug auf den EFRE zu regeln.

### 4.1.1 Organisation der Öffentlichkeitsarbeit

Bei der Umsetzung der Information und Kommunikation zum EFRE in Brandenburg wird unterschieden zwischen fondsübergreifender und fondsspezifischer Kommunikation.

Fondsübergreifend bedeutet, dass grundsätzlich mehrere ESI-Fonds betroffen sind. Es wird das Ziel verfolgt, die breite Bevölkerung über die Rolle der Europäischen Union zu informieren. Hierfür ist die Koordinierungsstelle für die ESI-Fonds in Abstimmung mit den Verwaltungsbehörden zuständig. Grundlage ist das „Konzept zur Durchführung der fondsübergreifenden Publizitätsmaßnahmen in der EU-Förderperiode 2014 bis 2020“. Die konkreten Maßnahmen werden jährlich im so genannten Arbeitskreis Publizität (Steuerungsgruppe) geplant und einvernehmlich beschlossen. Für die Umsetzung des Konzepts ist die Koordinierungsstelle zuständig. Die für die einzelnen Maßnahmen erforderlichen anteiligen Finanzmittel werden im Regelfall der Koordinierungsstelle durch die Verwaltungsbehörden zur Verfügung gestellt. Ziel ist es, Synergieeffekte zwischen den drei ESI-Fonds zu nutzen und die Reichweite und Relevanz der Informationen zu erhöhen.

Die fondsspezifische Information und Kommunikation wird durch die EFRE-Verwaltungsbehörde jährlich geplant und umgesetzt. Zur Steuerung der umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen wird ein jährlicher Kommunikationsplan erstellt, über den im Gemeinsamen Begleitausschuss berichtet wird.

Die Umsetzung der EFRE-Öffentlichkeitsarbeit erfolgt in Brandenburg dezentral. Sie unterliegt der Steuerung durch die Verwaltungsbehörde. Die EFRE-einsetzenden Landesministerien (Richtlinienggeber) berichten selbst über die durch sie verantworteten EFRE-kofinanzierten Programme und deren Ergebnisse. Sie sind zur Einhaltung der Vorschriften zur Information und Kommunikation verpflichtet.

Die ILB als zwischengeschaltete Stelle unterstützt die Arbeit der Verwaltungsbehörde. Dabei werden Synergien durch gemeinsame Pressemitteilungen und Maßnahmen hergestellt.

Die Zusammenarbeit mit der ZukunftsAgentur Brandenburg, die gleichzeitig Multiplikator (Wirtschaftsfördereinrichtung) und Begünstigte ist (z.B. Clustermanagement), wird auch in Zukunft aktiv betrieben.

Die Partner (Wirtschafts-, Sozial- und Umweltpartner sowie die Vertreter/innen der Gebietskörperschaften und der Forschungseinrichtungen) werden über drei Instrumente einbezogen:

- Sitzungen des Gemeinsamen Begleitausschusses für EFRE, ESF und ELER
- Workshops und Informationen der Kontakt- und Beratungsstelle KBSplus
- jährlicher Workshop zur EFRE-Öffentlichkeitsarbeit.

Die KBS plus unterstützt und vernetzt die im Gemeinsamen Begleitausschuss für die Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESI-Fonds) und im Land Brandenburg vertretenen Partner. Für diese Partner übernimmt die KBSplus eine Beratungs- und Netzwerkfunktion und steht allen Partnern für die Themen und Aufgaben der drei ESI-Fonds ESF, EFRE und ELER gleichermaßen zur Verfügung. Sie schafft ein Angebot zur Unterstützung bei der stärkeren Einbindung der Partner im Land in die Informations- und Diskussionsprozesse zu den ESI-Fonds.

#### **4.1.2 Interne Verbreitung von Fachinformationen**

Die interne Kommunikation dient nicht nur der Öffentlichkeitsarbeit, sondern trägt auch zur Verbesserung der fachlichen Informationsverbreitung bei. Innerhalb der Verwaltung sowie zwischen Landesverwaltung, zwischengeschalteten Stellen und Partnern werden alle relevanten Informationen umfassend übermittelt. Ziel ist es, Synergien zu nutzen, gemeinsam Schwerpunkte abzustimmen und festzulegen, Maßnahmen miteinander zu verknüpfen und die Umsetzung der Planung regelmäßig zu überprüfen.

In Bezug auf die interne Informationsverbreitung bedeutet das, dass aufbauend auf den Erfahrungen der vorangegangenen Förderperioden bewährte Instrumente wie z. B. der EFRE-Ausschuss, die Richtliniengespräche, regelmäßige Jours Fixes, weiterentwickelt und neu – ggf. in veränderter Form – eingerichtet werden.

Hierzu werden, bezogen auf die Prioritätsachsen des OP EFRE, Ausschüsse eingerichtet, die in unterschiedlicher Weise die Akteure einbeziehen. Monatlich werden bewilligungsreife Projekte vorgestellt und fachlich diskutiert (Fachebene, VB EFRE, zwischengeschaltete Stelle ILB, ggf. ZAB). Einmal jährlich werden relevante Partner eingeladen, um Stand und Fortschritt der jeweiligen Prioritätsachse vorzustellen.

#### **4.2 Erweiterte interne Kommunikation**

Hierzu gehören:

- das Bundeswirtschaftsministerium einschließlich des nationalen Netzwerkes der Beauftragten für Information und Kommunikation,
- die EU-Kommission einschließlich des europäischen INFORM-Netzwerkes,
- noch nicht in der vorgenannten Gruppe erfasste Multiplikatoren/Fachöffentlichkeit.

Der bzw. dem im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie angesiedelten nationalen Kommunikationsverantwortlichen werden benötigte Informationen etwa zu Projektbeispielen auf Anfrage schnell und übersichtlich aufbereitet zur Verfügung gestellt.

Die EU-KOM wird zu Veranstaltungen, Projektbesuchen und jährlichen Informationsaktionen eingeladen. Bei der Vertretung der EU-Kommission in Berlin wird jährlich erfragt, ob neue Informationsmaterialien zum EFRE erstellt wurden, die für die Öffentlichkeitsarbeit im Land Brandenburg genutzt werden können. Für Statements in Publikationen und Pressemitteilungen werden im Einzelfall O-Töne und Grußworte mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der EU-Kommission abgestimmt. Es erfolgt eine aktive Beteiligung und regelmäßige Teilnahme an den Treffen des europäischen INFORM-Netzwerkes.

Die Netzwerke auf nationaler und europäischer Ebene werden vor allem genutzt, um Erfahrungen über durchgeführte Kommunikationsmaßnahmen auszutauschen.

Weitere Multiplikatoren sind z. B. die Europa-Informationszentren, das Enterprise Europe Netzwerk Berlin-Brandenburg und die Landeszentrale für politische Bildung. Regelmäßig sollten Treffen stattfinden, um über Möglichkeiten zur Kooperation zu beraten.

### **4.3 Kommunikation nach außen**

Diese hierdurch angesprochene Gruppe umfasst:

- Bevölkerung,
- (potentielle) Begünstigte,
- Medienvertreter/innen sowie
- Abgeordnete des EU- und des Landesparlaments.

#### **4.3.1 Bevölkerung des Landes Brandenburg**

Der Bevölkerung des Landes Brandenburg soll ein positives Image von der Europäischen Union und dem Land Brandenburg als Nutznießer der EFRE-Förderung vermittelt werden. Sie soll darüber informiert werden, dass die eingesetzten Fördermittel die Entwicklung des Landes Brandenburg voranbringen und nachhaltig stärken. Der Nutzen, den das Land und seine Regionen daraus ziehen, muss für die Bevölkerung konkret und nachvollziehbar dargestellt werden. Die breite Öffentlichkeit soll vor allem über fondsübergreifende Aktionen erreicht werden. Hierfür sollten die bestehenden Kommunikationsinstrumente weiter und neue Kommunikationskanäle intensiver genutzt werden.

⇒ siehe Kapitel 5

### 4.3.2 (Potentielle) Begünstigte

Potentielle Begünstigte werden über das OP EFRE und die EU-kofinanzierten Förderprogramme umfassend informiert. Allgemeine Informationen zum OP EFRE werden auf der Webseite [www.efre.brandenburg.de](http://www.efre.brandenburg.de) angeboten. Für die potentiellen Begünstigten ist jedoch die Information über die Antrags- und Durchführungsmodalitäten in den verschiedenen Förderprogrammen von größerer Bedeutung. Diese werden von der zwischengeschalteten Stelle ILB angeboten, ggf. in Kooperation mit der ZAB. Einerseits sind alle Informationen auf der Webseite der ILB [www.ilb.de](http://www.ilb.de) zugänglich, andererseits verfügt die ILB über zahlreiche Kundenberater/innen. Beratungen werden sowohl persönlich als auch telefonisch durchgeführt. Die Kontaktinformationen sind übersichtlich auf der Webseite und in Flyern sowie anderen Publikationen dargestellt.

Um den potentiellen Begünstigten die Förderung anschaulicher näherzubringen, könnten die Förderrichtlinien auch mit Projektbeispielen beworben werden. Das lässt sich sowohl in Broschüren als auch im Internet umsetzen.

Während der Projektumsetzung sind die Begünstigten verpflichtet, Kommunikations- und Informationsmaßnahmen durchzuführen. Die genauen Pflichten sind in der ESI-Verordnung und in der VO (EU) 2014/821 geregelt. Bei der Antragsstellung werden potentielle Begünstigte auf ihre Kommunikationspflichten mit einem kurzen Merkblatt hingewiesen werden. Das Merkblatt ist sowohl auf der Webseite der Verwaltungsbehörde als auch auf der der ILB eingestellt. Antragsteller/innen können bereits im Antrag Kommunikationsmaßnahmen vorschlagen sowie Budgets, die dem geplanten Projektumfang angemessen sind, einplanen. Die Förderfähigkeit hängt jedoch vom jeweiligen Förderprogramm ab.

Mit dem Bewilligungsbescheid erhalten die Begünstigten ein ausführlicheres Merkblatt über die Vorschriften zur Information und Kommunikation. Die EFRE-Verwaltungsbehörde und die zwischengeschaltete Stelle unterstützen die Begünstigten bei der Erfüllung der Pflichten, indem Logos, Templates und Beispiele für Bauschilder, Plakate und Erinnerungstafeln auf den jeweiligen Webseiten bereitgestellt werden.

Zusätzlich wird ein Leitfaden zur Information und Kommunikation für Begünstigte angeboten. Für eine Beratung stehen die Mitarbeiter/innen der zwischengeschalteten Stelle und die Kommunikationsbeauftragte der Verwaltungsbehörde zur Verfügung. Die Templates werden als pdf-Dokument und in einer nutzbaren Version zur Verfügung gestellt (ggf. als Online-Anwendung, in die Begünstigte ihre Informationen auf die Erinnerungstafel uploaden können). Dieses standardisierte Verfahren verringert Bürokratie und Kosten bei den Begünstigten, weil keine zusätzlichen Grafikagenturen beauftragt werden müssen.

Zur Sensibilisierung werden bei Bedarf Workshops für Gruppen von Begünstigten durchgeführt, die z. B. gleichartige Förderprojekte umsetzen. Darüber hinaus werden den Begünstigten Webinare angeboten, um die Qualität ihrer EFRE-Kommunikation zu erhöhen.

Die Anforderungen an Förderanträge und die Durchführung von EFRE-Projekten werden klar kommuniziert und können dadurch positiv auf die Qualität von EFRE-Projekten wirken. Für die quantitative Steigerung des Kommunikationsoutputs werden Begünstigte stärker in die Kommunikation des EFRE eingebunden, z. B. durch Projektbesichtigungen, Testimonials, Teilnahme an Pressekonferenzen oder Veranstaltungen. Insgesamt soll dadurch die Bekanntheit des EFRE mittel- bis langfristig auf dem bereits erreichten Niveau gehalten bzw. gesteigert werden.

### **4.3.3 Medienvertreter/innen**

Um erfolgreich Informationen in Tageszeitungen, Rundfunk und Fernsehen unterzubringen, muss die Pressearbeit forciert werden. Erfahrungen der vergangenen Förderperiode zeigen, dass eine bloße Pressemitteilung meist nicht ausreicht, die Konkurrenz der vielen anderen Tagesmeldungen zu bewältigen. Es sind gezielte Ansprachen der Journalist/innen und exklusive Angebote notwendig sowie ein „Nachfassen“ bei besonders wichtigen Anlässen. Der Fokus liegt dabei auf regionalen Medien. Sie werden regelmäßig informiert und zu ausgewählten Veranstaltungen und Projektbesuchen eingeladen. Es hat sich gezeigt, dass EFRE-Sonderbeilagen in Tageszeitungen auch die Sensibilität der Journalisten/innen für EU- und EFRE-Themen erhöhen, da zugleich auch das Wissen darüber wächst.

Kernstück der Pressearbeit werden weiterhin die anlassbezogenen Pressemitteilungen sowie Pressekonferenzen sein. Das Format „Pressefrühstück“, zu dem regelmäßig der Regierungssprecher einlädt, soll auch weiterhin für Zwecke der Information über das OP EFRE und den Programmfortschritt sowie die Ergebnisse genutzt werden. In der Regel werden diese Pressefrühstücke fondsübergreifend veranstaltet.

Vermehrt sollen mit Projektbesuchen verbundene Pressereisen durchgeführt werden, um den Journalisten/innen und damit der Bevölkerung den Nutzen der EU-Förderung besser nahebringen zu können. Die Beispiele sollen gleichzeitig als Informationsblätter aufbereitet werden und so einer weiteren Nutzung zur Verfügung stehen.

Die Liste der Vorhaben kann in Zukunft besser für die Pressearbeit verwendet werden. Sie wird erstmals in einer nach den unterschiedlichen Merkmalen (Ort, Förderthema etc.) sortierbaren Version bereitgestellt und erhöht so den Nutzwert für Journalisten/innen.

Medienvertreter/innen sollten darauf hingewiesen werden, dass die Chance besteht, an Informationsreisen nach Brüssel teilzunehmen, die von der Vertretung der EU-Kommission in Berlin angeboten werden.

Mit diesen Maßnahmen soll eine möglichst ausführliche Medienberichterstattung erreicht werden (ESI-Verordnung, Anhang XII, Abs. 2.1.1).

#### **4.3.4 Landes- und EU-Abgeordnete**

Der Landtag wird regelmäßig über den Stand bei der Umsetzung der EU-Fonds informiert. Dies geschieht einerseits über die Ausschüsse, andererseits stehen natürlich auch den Abgeordneten die Informationen via Internet zur Verfügung.

Zu Informationsveranstaltungen werden i.d.R. die Fraktionsvorsitzenden und die Vorsitzenden der thematisch betroffenen Ausschüsse eingeladen.

Den Europaabgeordneten stehen die Informationen wie allen anderen Zielgruppen zur Verfügung. Gezielt werden sie zu EFRE-Veranstaltungen eingeladen.

## **5 Kommunikationskanäle und -maßnahmen**

In den fondsübergreifenden Befragungen wurden von den befragten Privatpersonen als Informationsquelle am häufigsten Fernsehen, regionale Tageszeitungen, Radio und Internet genannt, letzteres mit steigender Bedeutung von Befragung zu Befragung. Bei der Unternehmensbefragung stand demgegenüber das Internet an der ersten Stelle, gefolgt von Beratungsstellen und regionalen Tageszeitungen sowie Spezialveröffentlichungen. Nach der Nutzung von sozialen Medien wurde nicht gefragt. Diese sollten bei einer erneuten Befragung berücksichtigt werden.

Üblicherweise werden die Informationen online, als Print oder bei verschiedenen Veranstaltungsformaten angeboten. Selbstverständlich gibt es auch persönliche Beratungen. Über eine forcierte Pressearbeit sollen die Informationen auch in die Tageszeitungen, Rundfunk und Fernsehen gelangen.

Neue Kommunikationskanäle können nach der Abwägung ihres möglichen Beitrags zu den oben beschriebenen Kommunikationszielen erprobt und ggf. eingeführt werden.

Nachfolgend werden Maßnahmen dargestellt, die sich bisher als wirksam erwiesen haben. Sie können einzeln oder in Kampagnenform durchgeführt werden. Hierzu gehören auch fondsübergreifende Maßnahmen, die im gesonderten „Konzept zur Durchführung der fondsübergreifenden Publicitymaßnahmen in der EU-Förderperiode 2014 bis 2020“ dargestellt werden. Es können sich im Laufe der Förderperiode weitere Maßnahmen ergeben, z.B. aus Vorschlägen von Agenturen, aus Erfahrungsaustauschen auf nationaler oder europäischer Ebene oder aus den Workshops heraus.

Die in der ESI-Verordnung geforderte Präsentation des Unionslogos am Standort der Verwaltungsbehörden wird umgesetzt.

### **5.1 Internet**

Die umfassendste Zusammenstellung aller veröffentlichten Informationen zum EFRE in Brandenburg befindet sich im Internet. Damit ist es das Hauptkommunikationsinstrument.

Es gibt mehrere Webseiten mit unterschiedlichen Zielrichtungen der Information:

- [www.efre.brandenburg.de](http://www.efre.brandenburg.de) (Informationen zum EFRE in Brandenburg allgemein)  
Auf der Webseite der EFRE-Verwaltungsbehörde werden alle relevanten Informationen zum OP EFRE für die aktuelle und für vergangene Förderperioden, die Liste der Vorhaben (Begünstigtenliste), Angaben zu Programmänderungen und zum Programmfortschritt, die wichtigsten Ergebnisse der Förderung und Beispiele für geförderte Projekte in deutscher und englischer Sprache veröffentlicht. Weiterhin finden sich hier Hilfestellungen für die Begünstigten zur Einhaltung der Vorschriften zur Information und Kommunikation wie beispielsweise der Praxis-Leitfaden für Begünstigte oder Logos sowie die in der ESI-Verordnung geforderte Bürgerinformation zu den jährlichen und zum abschließenden Durchführungsbericht.
- [www.ilb.de](http://www.ilb.de) (Informationen zur Förderprogrammen und -modalitäten)  
Die Webseite der ILB bietet alle notwendigen und hilfreichen Informationen zu den EFRE-kofinanzierten Förderprogrammen. Es werden zahlreiche unterstützende Merkblätter und Kontaktdaten für Ansprechpartner angeboten. Außerdem wird über Beratungstage und neue Entwicklungen bei den Förderprogrammen informiert.
- [www.eu-fonds.brandenburg.de](http://www.eu-fonds.brandenburg.de) (Informationen zur ESI-Fonds-Förderung in Brandenburg)  
Die Webseite der Koordinierungsstelle für die ESI-Fonds bietet Informationen zu allen drei Fonds. Es werden Testimonials und Förderbeispiele vorgestellt.
- [www.die-strukturfonds.de](http://www.die-strukturfonds.de) (Informationen zur EFRE- und ESF-Förderung bundesweit)  
Diese Webseite wurde auf Ebene des Mitgliedsstaates eingeführt, auf der neben allgemeinen Inhalten zu den Fonds EFRE und ESF auch die Webseiten der regionalen Programme angesteuert werden können.
- Soziale Medien  
Insbesondere bei den sozialen Medien sind Datenschutz sowie Aufwand und Nutzen sorgfältig abzuwägen! So lange keine einheitliche Lösung für den Umgang mit sozialen Medien in der Landesregierung gefunden ist, wird diese Möglichkeit auch für die EFRE-Kommunikation nur zurückhaltend genutzt.
  - Twitter: Der in der Förderperiode 2007-2013 eingerichtete Twitter-Kanal „EUInfo“ kann ggf. weitergenutzt werden. Dazu sind jedoch noch Verständigungen im MWE erforderlich.
  - Youtube: Der in der Förderperiode 2007-2013 eingerichtete Twitter-Kanal „EUInfo“ kann auch weiterhin zur Verbreitung der im Laufe der Förderperiode produzierten Videos genutzt werden.
- Online-Seminare/Webinare  
Es werden Seminare zu verschiedenen Themen wie z. B. Information und Kommunikation oder Vergaberecht angeboten. Dieses neue Instrument soll zuerst mit dem Thema Einhaltung der Informationsvorschriften erprobt werden.

- Anzeigenwerbung via Onlinebanner

Auch in der aktuellen Förderperiode sollen anlassbezogen bei den Onlineangeboten der Tageszeitungen Onlinebanner geschaltet werden.

## 5.2 Netzwerkarbeit

- Workshop EFRE-Kommunikation (regionale Ebene)

In regelmäßigen Workshops zur EFRE-Kommunikation werden die EFRE-verwaltenden Ministerien sowie die Wirtschafts- und Sozialpartner über die Ergebnisse der EFRE-Kommunikation informiert. Ideen und Vorschläge für die Kommunikationsplanung im Folgejahr werden besprochen. Die Ergebnisse fließen in den jährlichen EFRE-Kommunikationsplan ein.

- Bund-Länder-Arbeitskreis der Kommunikationsbeauftragten der Länder (nationale Ebene)

Mindestens einmal im Jahr findet ein Erfahrungsaustausch der Kommunikationsbeauftragten der Länder statt, der von der Kommunikationsbeauftragten für Deutschland (angesiedelt im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) organisiert wird. Regelmäßig werden diese Treffen mit Seminaren/Workshops der EU-Kommission zur Information und Kommunikation ergänzt.

- INFORM-Netzwerk (EU-Ebene)

Das von der EU-KOM organisierte INFORM-Netzwerk wird für den Erfahrungsaustausch auf europäischer Ebene genutzt, z. B. durch Teilnahme an den INFORM-Meetings. Ziele sind die Präsentation des Landes und der EFRE-Kommunikation sowie der Austausch von Erfahrungen und Gewinnung neuer Ideen für Kommunikationsmaßnahmen. Das Instrument „Yammer“ (ähnlich Facebook oder Xing, es können Interessengruppen gebildet werden) sorgt für eine gewisse Kontinuität im europäischen Erfahrungsaustausch und wird voraussichtlich im Laufe der Zeit an Bedeutung zunehmen.

## 5.3 Veranstaltungen

Für Veranstaltungen und Messeauftritte stehen die EFRE-Displaywand und drei Roll-Ups zur Verfügung. Diese können Dritten für eigene Auftritte zur Verfügung gestellt werden.

Bereits geplante bzw. mögliche Aktionen in der Zuständigkeit der EFRE-VB:

- Auftaktveranstaltung zum OP EFRE 2014-2020
- Jährliche Informationsaktion

Bei der Informationsaktion kann es sich um eine Veranstaltung oder andere Aktion handeln, die üblicherweise möglichst viele Menschen anspricht. Erfolgreiche Aktionen der Vorjahre waren die Segway-Roadshow und die Fotobox-Aktionen. Die Verwaltungsbehörde ist für die

Umsetzung der jährlichen Informationsaktion verantwortlich. Im Vordergrund stehen die Vorstellung der Fördermöglichkeiten und der erzielten Ergebnisse/Erfolge sowie ggf. größere Projekte. Dabei sind Kooperationen mit Akteuren des internen Kreises sinnvoll.

Die jährliche Informationsaktion im Jahr 2019 könnte im Vorfeld der Europawahlen und in Kooperation mit den anderen EU-Fonds stattfinden und als Nebeneffekt die Bevölkerung für die anstehenden Wahlen sensibilisieren.

- EFRE-Wanderausstellung

Die Wanderausstellung eignet sich gut, um die Öffentlichkeit über die EFRE-Förderung zu informieren. Erfahrungen der vergangenen Jahre zeigen jedoch, dass eine Kombination der Eröffnung der Ausstellung an neuen Standorten mit anderen Veranstaltungen (z.B. ein Tag der offenen Tür in einer Kreisverwaltung) zu größerer Publikumsbeteiligung führt.

- Messeauftritte

Im Rahmen von Messeauftritten können bestimmte Zielgruppen direkt angesprochen und für EFRE sensibilisiert werden. Informationen über konkrete Förderprogramme werden dort von den dafür zuständigen Stellen ILB und ZAB gestreut. Die Darstellung des EFRE mit einem gesonderten Messestand ist daher i.d.R. nicht notwendig.

- Projektbesichtigungen

Projektbesichtigungen sind eine gute Möglichkeit, die EFRE-Förderung direkt erlebbar zu machen. Hierfür eignen sich besonders die Fertigstellung und offizielle Eröffnung von Projekten, zu denen die Begünstigten häufig selbst Pressevertreter/innen einladen. Neben diesen Eröffnungen bieten Projektbesichtigungen mit dem/der Minister/in und/oder Vertretern/innen der EU-Kommission die Möglichkeit, die EFRE-Förderung und die Errungenschaften der Kohäsionspolitik konkret darzustellen. Es können auch Tage der offenen Tür bei Projekten durchgeführt oder gezielte Pressereisen zu Projekten angeboten werden.

- Schulprojekte

In der vorangegangenen Förderperiode wurden gute Erfahrungen mit der Durchführung von Schulprojekten gemacht. Dies geschah im Rahmen der fondsübergreifenden Kommunikation (Projekt „Europa im Blick“) und sollte fortgeführt werden.

## **5.4 Printprodukte**

Broschüren und Flyer werden aufgrund der wachsenden Nutzung des Internets nicht mehr im selben Maßstab nachgefragt wie in früheren Zeiten. Es werden jedoch trotzdem wichtige Dokumente als Broschüre oder in zusammengefasster Form als Flyer angeboten, um auf Veranstaltungen, bei der Wanderausstellung und auf Messen o. ä. Informationsmaterial ausgeben zu können. Dabei kann es sich z. B. um Informationsmaterial zu EFRE-kofinanzierten Förderprogrammen handeln.

Die wichtigsten Druckerzeugnisse wie die Kurzfassung des operationellen Programms, der Flyer zu den Schwerpunkten der EFRE-Förderung im Land Brandenburg oder ausgewählte Projektbeispiele werden auch in englischer Sprache bereitgestellt. Die Kurzfassung des operationellen Programms wird für Menschen mit Behinderungen gut zugänglich sein. Es wird eine in Leichter Sprache formulierte Zusammenfassung geben.

Alle Printprodukte werden auch als pdf-Dokumente auf der Webseite [www.efre.brandenburg.de](http://www.efre.brandenburg.de) angeboten. Dabei soll vor Veröffentlichung die Barrierefreiheitsprüfung (z. B. bei der Umwandlung von Word- in pdf-Dokumenten) durchgeführt werden.

### **5.5 Werbeartikel**

Gerade bei Veranstaltungen, auf denen die Bevölkerung und/oder potentielle Begünstigte angesprochen werden sollen, dienen Werbeartikel als Blickfänger und geben Anknüpfungspunkte für Gespräche. Die Auswahl der Artikel sollte in Bezug zu den Kernbotschaften einsetzbar sein. Bevorzugt werden sollten solche, die länger genutzt werden können. Das bringt Anforderungen an die Produkte mit sich, wie z. B. praktische Anwendungsmöglichkeiten (Kugelschreiber, Schirme etc.) und gute Qualität.

Die Artikel können von Multiplikatoren für eigene Veranstaltungen bestellt werden.

### **5.6 Anzeigen/Sonderbeilagen**

Die Veröffentlichung von Anzeigen und Sonderbeilagen in allen Brandenburger Zeitungen ist wirkungsvoll, aber relativ kostspielig. Eine Schaltung bzw. Veröffentlichung ist nur bei konkreten Anlässen zielführend. Die Finanzierung von überregionalen Veröffentlichungen mit dem Ziel, Investoren außerhalb Brandenburgs anzusprechen, ist grundsätzlich möglich, sollte aber aufgrund der hohen Kosten nur in Ausnahmefällen und nach sorgfältiger Abwägung erfolgen.

## **6 Phasen der Kommunikation**

Für die Kommunikationsarbeit werden abhängig vom jeweiligen Zeitpunkt unterschiedliche Themenschwerpunkte gesetzt:



## 7 Prinzipien der Kommunikation

Bei allen Kommunikationsmaßnahmen sind folgende Prinzipien zu berücksichtigen:

- ✓ Transparenz,
- ✓ Chancengleichheit/Nichtdiskriminierung und
- ✓ Nachhaltigkeit.

### 7.1 Transparenz

Es soll darauf geachtet werden, alle Informationen so transparent wie möglich öffentlich zur Verfügung zu stellen.

Dazu gehören vor allem:

- Dokumente zur Programmerstellung und -durchführung
- Fördermöglichkeiten und Antrags-/Durchführungsmodalitäten
- Liste der Vorhaben mit allen geforderten Angaben
- Veröffentlichung der jährlichen Durchführungsberichte
- Veröffentlichung von Evaluierungen
- Veröffentlichung von Ergebnissen der Förderung
- Bekanntmachung von Veranstaltungs- und sonstigen Terminen

Anfragen jeder Zielgruppe zur EFRE-Förderung werden so umfassend wie möglich beantwortet. Zu beachten ist jedoch in jedem Fall der Datenschutz.

## 7.2 Chancengleichheit / Nichtdiskriminierung

Alle Informationsangebote stehen diskriminierungsfrei und Menschen jeden Geschlechts zur Verfügung. Die Anforderungen der gendergerechten und diskriminierungsfreien Sprache werden berücksichtigt.

Es wird grundsätzlich darauf geachtet, dass Informationen in leichter, gut verständlicher Sprache und für Menschen mit Behinderungen zugänglich sind. Das behindertenpolitische Maßnahmenpaket des Landes Brandenburg gibt zahlreiche Handlungsempfehlungen. Hilfreiche Informationen sind auch in „Die 10 Gebote der Barrierefreiheit“ der Bundesarbeitsgemeinschaft für Rehabilitation formuliert.

Alle Veranstaltungen, die im Rahmen dieser Kommunikationsstrategie organisiert werden, sollten für Menschen mit Behinderungen gut zugänglich sein. Im Vorfeld sollte beispielsweise abgefragt werden, ob ein Gebärdensprachdolmetscher bzw. andere Hilfsmittel benötigt werden, um diese bedarfsgerecht zur Verfügung stellen zu können.<sup>4</sup>

Erstmals werden Informationsmaterialien zum EFRE auch in leichter Sprache angeboten. Pilotprojekt ist die Zusammenfassung des OP EFRE in leichter Sprache, die als Broschüre erscheint.

Die Webseite der Verwaltungsbehörde [www.efre.brandenburg.de](http://www.efre.brandenburg.de) wird im Rahmen des Internetangebotes der Landesregierung Brandenburg betrieben. Damit soll sichergestellt werden, dass sie für Menschen mit Behinderungen gut zugänglich ist.

Für die Einhaltung dieses Prinzips ist es erforderlich, Expert/innen hinzuzuziehen und ggf. Schulungen durchzuführen.

## 7.3 Nachhaltigkeit

Es gilt der Grundsatz "think before print", das heißt, unnötige Printpublikationen sollten vermieden werden und die Auflagenhöhe bedarfsgerecht sein. Alle Drucke erfolgen auf umweltfreundlichem Papier (FSC-Zertifizierung oder ähnliches) sowie möglichst unter Verwendung umweltfreundlicher Farben und sollten als solche gekennzeichnet sein.

Für Veranstaltungen können gezielt Agenturen angesprochen werden, die auf nachhaltiges Veranstaltungsmanagement spezialisiert sind. Der vom Umweltbundesamt veröffentlichte "Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen"<sup>5</sup> ist möglichst anzuwenden. Im Rahmen der vergaberechtlichen Möglichkeiten sollte darauf geachtet werden, Catering mit regionalen Produkten zu nutzen.

Bei Give Aways soll auf eine möglichst hohe Qualität geachtet werden. Hilfreich ist es, vor der Bestellung die Funktionalität zu prüfen (Teststücke schicken lassen). Viele Anbieter von Promo-Produkten

---

<sup>4</sup> Weitere Hinweise zur barrierefreien Gestaltung von Veranstaltungen finden sich auf

[http://www.barrierefreiheit.de/handreichung\\_und\\_checkliste\\_für\\_barrierefreie\\_Veranstaltungen.html](http://www.barrierefreiheit.de/handreichung_und_checkliste_für_barrierefreie_Veranstaltungen.html)

<sup>5</sup> Link zum Leitfaden: <http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/ratgeber-leitfaden-fuer-die-nachhaltige>

informieren inzwischen zur Umweltfreundlichkeit von Material, Verpackung, Verarbeitung und Transport. Bei der Auswahl der Produkte sollen solche Erwägungen berücksichtigt werden.

Kosten und Nutzen müssen auf jeden Fall in einem angemessenen Verhältnis stehen (Grundsatz der sparsamen und wirtschaftlichen Haushaltsführung).

## 8 Evaluation

Einmal jährlich berichtet die EFRE-Verwaltungsbehörde in der Sitzung des Gemeinsamen Begleitausschusses über die Ergebnisse der durchgeführten Maßnahmen. Hierbei werden auch Angaben zu Indikatoren vorgelegt. Output-Indikatoren geben Hinweise darüber, was seitens der EFRE-Kommunikation getan wurde, um konkrete Ergebnisse zu erzielen (z. B. Anzahl der veröffentlichten Pressemitteilungen pro Jahr). Die Ergebnisindikatoren bilden die Wirkung ab, die mit dem Output erzielt wurde z. B. Anzahl der veröffentlichten Artikel, die aus der Pressemitteilung resultieren oder Anzahl der Leser/innen, die diesen Artikel laut Mediadaten der Zeitungen wahrgenommen haben. Mit Evaluationen wird die Wirksamkeit der Öffentlichkeitsarbeit ausgewertet. Sie liefern Hinweise darüber, wie die EFRE-Kommunikation kurz- und mittelfristig optimiert werden kann und geben damit wichtige Impulse für die Entwicklung der jährlichen Kommunikationspläne.

In den Durchführungsberichten, die 2017 und 2019 eingereicht werden, müssen Angaben zur den Ergebnissen der im Rahmen der Kommunikationsstrategie durchgeführten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen gemacht werden.

Voraussichtlich werden wieder fondsübergreifende Befragungen der Bevölkerung und Unternehmen analog zur Förderperiode 2007 – 2013 durchgeführt. Sollte dies nicht der Fall sein, wird es drei fondspezifische Befragungen geben.

Darüber hinaus sollte im Jahr 2017 eine interne Evaluierung stattfinden, in die die wichtigsten Kommunikationspartner/innen (ILB, ZAB, weitere Multiplikatoren) eingebunden werden. Ziel ist die Optimierung bestehender Prozesse und Abläufe sowie die Definition von größeren Kommunikationsprojekten für die kommenden Jahre.

Für die Sammlung der erschienenen EFRE-bezogenen Presseartikel wird gegebenenfalls ein externer Clippingdienst beauftragt. Dieser könnte wöchentliche Auswertungen und jährliche Medienresonanzanalysen liefern. Sollte dies nicht der Fall sein, erfolgt die Presseauswertung intern.

Die Besuche der Webseite [www.efre.brandenburg.de](http://www.efre.brandenburg.de) sowie die Downloads werden über ein Statistiktool jährlich ausgewertet. Da Monatsdaten verfügbar sind, können auch Einflüsse bestimmter Kommunikationsereignisse verfolgt werden.

Im OP EFRE wurde als Outputindikator „Clicks pro Jahr auf der Webseite [www.efre.brandenburg.de](http://www.efre.brandenburg.de)“ festgelegt. Hierbei sollen 25.000 Clicks pro Jahr erreicht werden. Weiterhin kommen als Outputindikatoren in Frage:

- Anzahl der Informationsaktionen
- Anzahl der Pressemitteilungen
- Anzahl der Orte der Wanderausstellung
- Anzahl aufbereiteter Förderprojekte
- Anzahl der Kommunikationsworkshops
- Anzahl verteilter Give Aways

Als ein Ergebnisindikator wurde im OP EFRE der „Bekanntheitsgrad des EFRE in der Bevölkerung“ (Steigerung von 47 % im Jahr 2013 auf 50 % in 2023) festgelegt. Damit soll vor allem die Erreichung des Ziels „Erhöhung der Sichtbarkeit der EFRE-Förderung in Brandenburg“ überprüft werden. Weitere Ergebnisindikatoren sind:

- Anzahl Presseartikel/Fernsehberichte/Internetartikel (Erhöhte Berichterstattung in den Medien)
- Erhöhte Zufriedenheit der Partner mit der Zusammenarbeit bei der Information und Kommunikation
- Weniger Prüffeststellungen aufgrund von Verstößen gegen die Vorschriften zur Information und Kommunikation
- Zufriedenheit der (potentiellen) Begünstigten mit den Beratungsstellen (ILB, ZAB)

Details werden im Evaluationsplan zum OP EFRE festgelegt.

## 9 Budget

Basierend auf den Erfahrungen der Förderperiode 2007-2013 wird das indikative Gesamtbudget für die EFRE-Kommunikation 2,5 Millionen Euro betragen, davon 2 Mio. EUR EFRE. Mit diesem Budget können auch die zusätzlichen Kommunikationsaufgaben in der Förderperiode 2014-2020 abgedeckt werden, wie etwa die Durchführung von Unterstützungsmaßnahmen für Begünstigte und die Erstellung von Materialien für Menschen mit Behinderungen.

Es besteht in der Förderperiode 2014-2020 die Möglichkeit, gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen für mehrere Fonds (ESF und EFRE) nur über einen Fonds abzurechnen. Diese Möglichkeit soll gegebenenfalls genutzt werden, um Verwaltungsaufwand zu verringern (z.B. bei der Abrechnung).

## 10 Personalressourcen

Die Verantwortung der Umsetzung der Kommunikationsstrategie und die Kontrolle der Einhaltung der Vorschriften zur Information und Kommunikation liegen bei der Verwaltungsbehörde. Der bzw. die Beauftragte für Information und Kommunikation auf Ebene des Brandenburger EFRE-OP ist in der EFRE-Verwaltungsbehörde im Ministerium für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg angesiedelt.

Die Kontaktdaten lauten:

Manuela Hermannek  
Ministerium für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg  
Verwaltungsbehörde EFRE  
Heinrich-Mann-Allee 107  
14473 Potsdam  
Tel.: 0331/866-1601  
E-Mail: [efreinfo@mwe.brandenburg.de](mailto:efreinfo@mwe.brandenburg.de)  
[www.efre.brandenburg.de](http://www.efre.brandenburg.de)

Für die Umsetzung der EFRE-Kommunikationsstrategie wird in der EFRE-Verwaltungsbehörde ein Vollzeitäquivalent eingeplant. Unterstützend werden die zwischengeschalteten Stellen und die EFRE-einsetzenden Ressorts tätig. Der Personalaufwand ist hier nicht genau bezifferbar, da innerhalb der Institutionen unterschiedliche Personen mit diesem Thema anlassbezogen beschäftigt sind. In den EFRE-einsetzenden Ressorts sind dies z. B. die EFRE- bzw. EU-Referenten/innen, Mitarbeiter/innen in Fachreferaten und in den Referaten für Öffentlichkeitsarbeit. Es gibt jedoch keine ausschließlich für die EFRE-Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Personen.

In der zwischengeschalteten Stelle ILB ist der Bereich Unternehmenssteuerung, Referat Kommunikation/Förderberatung für die Unterstützung der Kommunikation zum EFRE zuständig. Die Einhaltung der Vorschriften zur Information und Kommunikation durch die Begünstigten ist von den jeweiligen Fachreferaten zu gewährleisten.

## **11 Annahme und Änderung der Kommunikationsstrategie**

Die Kommunikationsstrategie wird dem Gemeinsamen Begleitausschuss des Landes Brandenburg spätestens sechs Monate nach der Genehmigung des operationellen Programms vorgelegt. Dem Gemeinsamen Begleitausschuss obliegt es, die EFRE-Kommunikationsstrategie zu prüfen und zu genehmigen (ESI-Verordnung, Artikel 116 Absatz 2).

Die vorliegende Kommunikationsstrategie wurde vom Begleitausschuss am 11. Juni 2015 angenommen.

Sofern die EFRE-Kommunikationsstrategie 2014 – 2020 geändert werden soll, muss sie dem Gemeinsamen Begleitausschuss erneut zur Genehmigung vorgelegt werden.

## **12 Jährlicher Kommunikationsplan**

In jährlichen Kommunikationsplänen werden die Kommunikations- und Informationsmaßnahmen für ein jeweils Jahr konkretisiert. Die dort aufgeführten Maßnahmen stehen im Einklang mit den Zielen

der vorliegenden Kommunikationsstrategie und tragen zu ihrer Realisierung bei. Bevorzugt wird der Kommunikationsplan als Tabelle geführt.

Der jährliche Kommunikationsplan wird dem Gemeinsamen Begleitausschuss vorgelegt. Die Mitglieder können zu den Vorschlägen für die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen Stellung nehmen und eigene Vorschläge einbringen (ESI-Verordnung, Artikel 116 Absatz 3 und Anhang XII, Absatz 4 i).

Üblicherweise finden zwei Begleitausschusssitzungen im Jahr statt. Ungefähr zwei Monate vor der jeweils zweiten Sitzung im Jahr wird ein Workshop zur EFRE-Kommunikation durchgeführt, zu dem der interne Kreis eingeladen wird. Inhaltlich wird über die erfolgten Aktivitäten des Jahres berichtet, und es werden die Maßnahmen für das kommende Jahr besprochen. Gegebenenfalls werden Vorträge von Expert/innen zu aktuellen Themen angeboten.

Der daraus erarbeitete jährliche Kommunikationsplan wird dann in der zweiten Sitzung des Gemeinsamen Begleitausschusses vorgestellt. Sollten Änderungen in der Kommunikationsstrategie notwendig werden, wird das gleiche Verfahren angewandt, mit der Abweichung, dass eine Genehmigung durch den Gemeinsamen Begleitausschuss notwendig ist.

**Impressum:**

Ministerium für Wirtschaft und Energie  
des Landes Brandenburg  
Verwaltungsbehörde EFRE  
Heinrich-Mann-Allee 107  
14473 Potsdam

Tel. 0331/866-1601

E-Mail [efreinfo@mwe.brandenburg.de](mailto:efreinfo@mwe.brandenburg.de)

Juni 2015