

DER EUROPÄISCHE SOZIALFONDS IN
BADEN-WÜRTTEMBERG IN DER FÖR-
DERPERIODE 2014-2020

INVESTITIONEN IN WACHSTUM UND
BESCHÄFTIGUNG

KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE



Chancen fördern

Chancen fördern



Chancen fördern

Chancen fördern

Chancen fördern

Chancen fördern



Chancen fördern



Chancen fördern
EUROPÄISCHER SOZIALFONDS
IN BADEN-WÜRTTEMBERG
www.esf-bw.de



Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR ARBEIT UND SOZIALORDNUNG,
FAMILIE, FRAUEN UND SENIOREN



EUROPÄISCHE UNION



Kommunikationsstrategie

Chancen fördern –

Europäischer Sozialfonds

in Baden-Württemberg 2014-2020

im Ziel
"Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung"

Stand: 3. November 2014

Beschlossen am 26. November 2014 vom Begleitausschuss

Kommunikationsstrategie für das Operationelle Programm des Europäischen Sozialfonds
2014-2020 in Baden-Württemberg

CCI-Nr. 2014DE05SFOP003

Ministerium für Arbeit und Sozialordnung,
Familie, Frauen und Senioren Baden-Württemberg
Schellingstr. 15
70174 Stuttgart

Fassung: 3. November 2014

Ansprechpartnerin:

Cornelia Rathgeb

Tel.: 0049-(0)711-123-3631

E-Mail:

ESF@sm.bwl.de

1	Rahmenbedingungen und Ausgangslage	6
1.1	Rahmenbedingungen.....	6
1.2	Ausgangslage.....	7
2	Kommunikationsstrategie für die Förderperiode 2014-2020.....	9
2.1	Ziele und Zielgruppen	9
2.2	Umsetzungskonzept.....	10
2.3	Maßnahmen für die Öffentlichkeit.....	11
2.4	Maßnahmen für potenzielle Begünstigte und Begünstigte.....	13
2.5	Vorgesehene Mittel und für die Durchführung vorgesehene Personen	14
3	Bewertung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen	15

1 Rahmenbedingungen und Ausgangslage

1.1 Rahmenbedingungen

Gemäß Art. 115 (1) a) der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (künftig zitiert als ESI¹-VO) i. V. m. Anhang XII der ESI-VO ist von der Verwaltungsbehörde für das in ihre Zuständigkeit fallende Operationelle Programm (OP) eine Kommunikationsstrategie auszuarbeiten, die gemäß Art. 110 (2) d) der ESI-VO vom Begleitausschuss zu prüfen und zu genehmigen ist.

Entsprechend Anhang XII Ziff.4. der ESI-VO enthält die Kommunikationsstrategie folgende Elemente:

- a) unter Berücksichtigung der in Art. 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;
- b) eine Beschreibung des Materials, das in für Menschen mit Behinderungen zugänglichen Formaten verfügbar gemacht wird;
- c) Angaben zu Art und Weise der Unterstützung, die Begünstigte bei ihren Kommunikationsaktivitäten erhalten;
- d) einen Richtwert für die zur Umsetzung der Strategie vorgesehenen Mittel;
- e) eine Beschreibung der für die Durchführung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zuständigen administrativen Stellen und ihrer Personalressourcen;
- f) die Vorkehrungen für die in Nummer 2 [des Anhangs XII] genannten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen einschließlich Webseite oder Internetportal, über die derartige Angaben abrufbar sind;
- 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;
- h) gegebenenfalls eine Beschreibung, die über die Verwendung der wichtigsten Ergebnisse des vorangegangenen operationellen Programms Aufschluss gibt;
- i) eine jährlich aktualisierte Aufstellung der im Folgejahr durchzuführenden Informations- und Kommunikationsmaßnahmen.

Das Ministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Senioren Baden-Württemberg, Referat 46, ist gemäß Art. 123 (1) ESI-VO Verwaltungsbehörde für das Operationelle Programm und stellt daher gemäß Art. 115 (1) ESI-VO die Einhaltung der Informations- und Publizitätsverpflichtungen nach Art. 115 sowie Anhang XII der ESI-VO sicher.

Die vorliegende Kommunikationsstrategie berücksichtigt die Erfahrungen aus der Durchführung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen der vorherigen Strukturfondsperiode 2007-2013. Sie legt den Rahmen für die Informations- und Publizitätsmaßnahmen der Förderperiode 2014 - 2020 fest. Die konkrete Ausgestaltung erfolgt fortlaufend während der Umsetzung des Operationellen Programms. Die Verwaltungsbehörde informiert den Begleitausschuss gemäß Art. 116

¹ „ESI“ steht für die „Europäischen Struktur- und Investitionsfonds“, also den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), den Europäischen Sozialfonds (ESF), den Kohäsionsfonds (KF), den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) und den Europäischen Meeres- und Fischereifonds (EMFF).

über Fortschritte bei der Umsetzung der Kommunikationsstrategie gemäß Art. 110 (1) c) und über ihre Analyse der Ergebnisse sowie über die geplanten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die im folgenden Jahr durchgeführt werden sollen. Der Begleitausschuss gibt, falls dies als angemessen erachtet wird, eine Stellungnahme zu den für das folgende Jahr geplanten Maßnahmen ab.

Die Ergebnisse der Kommunikationsmaßnahmen werden von den hierfür zuständigen Stellen fortlaufend erfasst, in den Jahren 2017 und 2019 von einem externen Evaluator bewertet und gemäß Art. 111 i. V. m. Art. 50 (4) und (5) in den in diesen Jahren eingereichten Durchführungsberichten dargestellt.

1.2 Ausgangslage

Ausgangspunkt für die Entwicklung der Kommunikationsstrategie waren die Erfahrungen mit den Informations- und Publizitätsmaßnahmen der vorherigen Strukturfondsperiode. Die Kommunikationsmaßnahmen der ESF-Förderperiode 2007-2013 waren Teil der Programmevaluation. Anhand des extensiven Ziel- und Indikatorensystems des Kommunikationsplans wurden Leistungsfähigkeit und Optimierungspotenziale sowie mittel- und unmittelbare Ergebnisse der Informations- und Kommunikationsaktivitäten identifiziert.

Die folgende Beschreibung der Ausgangslage für die Kommunikationsstrategie basiert auf diesen Analyse- und Bewertungsarbeiten. Ausgehend von den Erfahrungen der Förderperiode 2007-2013 wurde zudem ermittelt, welche effektive und effiziente Methoden zur Erreichung der in Art. 115 der ESI-VO vorgegebenen Kommunikationsziele sind. Als geeignete Maßnahmen wurden insbesondere identifiziert:

- Aufrechterhaltung und gezielter (thematische) Ausbau des Internetportals www.esf-bw.de. Das Portal wurde im Verlauf der Förderperiode 2007-2013 konsequent weiterentwickelt und insbesondere durch einen Relaunch zum Start der Förderperiode 2014-2020 im Jahr 2014 anwenderfreundlicher gestaltet. Es entspricht so bereits zu Beginn der Förderung den Anforderungen an ein „einheitliches Internetportal“ (vgl. Art. 115 ESI-VO);
- Beibehalten der Aktivitäten im Bereich der (elektronischen) Newsletter, ggf. thematische Spezifizierung im Bereich der Information der allg. Öffentlichkeit. Darüber hinaus könnte der Blick geweitet werden auf die Kommunikationsaktivitäten der Begünstigten (Zuwendungsempfänger), um Klarheit über deren Quantität und thematische Ausrichtung zu erhalten. Eine – über die verordneten Bereiche hinausgehende – Steuerung dieser Aktivitäten sollte nicht erfolgen;
- Auch die Aktivitäten im Bereich der Veranstaltungen sollten beibehalten werden. Insbesondere die Beteiligung an Veranstaltungen Dritter ermöglicht die Ansprache potenzieller Begünstigter, also bislang nicht im ESF des Landes engagierter Organisationen, und von Personen, die den ESF bislang nicht wahrgenommen haben. Die Unterstützung von Fachveranstaltungen von Trägern aus deren Spektrum fördert den Transfer und die Sicherung von Projekterfahrungen und -ergebnissen;
- Der auch hinsichtlich Design und Logo einheitliche Auftritt des ESF in Baden-Württemberg soll verstetigt und so die positiven Wirkungen weiter verstärkt werden;

- Prüfung des Ausbaus der weiteren Aktivitäten im Bereich der elektronischen Medien (bspw. Produktion von Videos mit Bezug zur neuen Förderperiode) und insbesondere im Internet. Chancen bietet auch eine verstärkte Nutzung sozialer Netzwerkanwendungen. Aus den Erfahrungen der Vorperiode und den im folgenden Abschnitt 2.1 dargestellten Anforderungen und Zielen für die Förderperiode 2014-2020 wurde das in den Abschnitten 2.2 bis 2.4 dargelegte Umsetzungskonzept abgeleitet und mit den in Abschnitt 2.5 dargestellten finanziellen und personellen Ressourcen unterlegt.

2 Kommunikationsstrategie für die Förderperiode 2014-2020

2.1 Ziele und Zielgruppen

Art. 115 der ESI-VO nennt die folgenden Ziele für die Informations- und Kommunikationsaktivitäten in den ESI-Fonds, insbesondere also für den ESF:

1. Gewährleistung der Einrichtung einer einzigen Webseite oder Internetportals[...];
2. Information von potenziellen Begünstigten über Finanzierungsmöglichkeiten im Rahmen der operationellen Programme (*Oberziel Offenheit*);
3. Bekanntmachung der Rolle und Errungenschaften der Kohäsionspolitik und der Fonds bei den Bürgerinnen und Bürgern der Union [...] (*Oberziel Bekanntheitsgrad*);
4. Gewährleistung der Transparenz durch Führung einer Liste der Vorhaben in einem Tabellenkalkulationsformat [...] (*Querschnittsziel Transparenz*).

Das Internetportal www.esf-bw.de wurde bereits in der Vorperiode auf- und sukzessive ausgebaut und kann mittlerweile als zentrale Anlauf- und Informationsstelle im Bereich der ESF-Förderung des Landes Baden-Württemberg angesehen werden. Insofern wird das erste Ziel als erreicht betrachtet. Darüber hinaus trägt das Internetportal auch zur Erreichung der Ziele 2-4 bei.

So profitieren potenziell Begünstigte und Begünstigte von umfassenden Informationen über Finanzierungsmöglichkeiten; Download-Center, Bereich Aktuelles und Newsletter u.v.m. geben detaillierte Einblicke in das aktuelle Fördergeschehen und erhöhen so die Transparenz der ESF-Förderung auch über die Grenzen des Landes hinaus.

In Einklang mit Art. 115 der ESI-VO verfolgt das Land Baden-Württemberg also zwei strategische Oberziele und ein strategisches Querschnittsziel.

Das *Ziel Transparenz* nimmt den Charakter eines strategischen Querschnittsziels ein, da die Gewährleistung transparenter Aktivitäten im ESF sowohl für (potenzielle) Begünstigte als auch für die breite Öffentlichkeit selbstverständlich ist bzw. eine Voraussetzung darstellt für die Erreichung der – somit den Charakter von Oberzielen einnehmenden – zwei Kernziele der Informations- und Kommunikationsaktivitäten in der ESF-Förderperiode 2014 – 2020 in Baden-Württemberg.

Das erste strategische Oberziel wird im Folgenden als *Ziel Bekanntheitsgrad* bezeichnet. Es spricht eine umfassende Zielgruppe an, nämlich alle Bürgerinnen und Bürger und somit natürlich auch (potenziell) Begünstigte. In der Förderperiode 2014-2020 wird in der Information und Kommunikation – im Vergleich zur Förderperiode 2007-2013 – noch deutlicher auf Ergebnisse und Erfolge der ESF-Investitionen abzustellen sein.

Das zweite strategische Oberziel – das *Ziel Offenheit* – richtet sich dagegen an einen enger definierten Personen- bzw. Institutionenkreis, den (potenziell) Begünstigten. Eine offene ESF-Förderung ermöglicht es sowohl erfahrenen Begünstigten, die bereits ein oder mehrmals ESF-Projekte in Baden-Württemberg umgesetzt haben, als auch ESF-unerfahrenen Einrichtungen, die noch nie oder längere Zeit nicht mehr einen Antrag auf ESF-Finanzierung gestellt haben, sich mit guten Chancen um ESF-Mittel zu bewerben.

Zielgruppen der Kommunikationsstrategie sind damit – zusammenfassend –

- potenziell Begünstigte;
- Begünstigte;
- Multiplikatoren und
- die breite Öffentlichkeit, insbesondere potenzielle Teilnehmer/-innen an ESF-Maßnahmen.

Als Teil der *breiten Öffentlichkeit* sind (potenzielle) Teilnehmer/innen an ESF-mitfinanzierten Maßnahmen an dieser Stelle explizit zu nennen, da ihr Kontakt mit dem ESF besonders unmittelbar ist. In einigen Förderbereichen – bspw. Weiterbildungsangebote für Unternehmen und ihre Mitarbeiter/innen – können Teilnehmer/innen auch eine Rolle als Multiplikatoren einnehmen. Zuwendungsempfänger sind alle, die in der Förderperiode 2014-2020 durch ESF Mittel gefördert werden; sie stellen damit eine (temporäre) Teilgruppe der potenziellen Zuwendungsempfängern dar. Dazu zählen Akteure wie

- Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen;
- Kleine und mittlere Unternehmen und ihre Beschäftigten;
- Städte und Kreise;
- Hochschulen;
- Organisationen der freien Wohlfahrtspflege.

Eine Vielzahl der (*potenziell*) *Begünstigten* treten zudem als *Multiplikatoren* auf. Zu den *Multiplikatoren* zählen darüber hinaus beispielsweise Jobcenter, Arbeitsagenturen, Gewerkschaften, Arbeitgeberverbände, Kammern und Innungen, Bundes-, Landes- und kommunale Behörden sowie kirchliche Einrichtungen und nicht zuletzt die Mitglieder des ESF-Begleitausschusses und der regionalen Arbeitskreise. Diese Gruppen werden gemäß Anhang XII, 2.1, 3 ESI-VO entsprechend den nationalen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten in die Informations- und Publizitätsmaßnahmen einbezogen.

Für jede der Zielgruppen sind Maßnahmen vorgesehen, die die Interessenlagen dieser Gruppen vor dem Hintergrund der strategischen Zielsetzungen für Information und Kommunikation berücksichtigen. Alle Maßnahmen sind Teil des Umsetzungskonzepts.

2.2 Umsetzungskonzept

Das Konzept zur Umsetzung der Maßnahmen zur Information und Kommunikation verfolgt die beschriebenen strategischen Ziele für die genannten Zielgruppen in jeweils passender Art und Weise. Dabei werden die Maßnahmen für die Öffentlichkeit und die für (potenziell) Begünstigte sowie Multiplikatoren unterschieden. Das Umsetzungskonzept berücksichtigt die teilweise doppelte Bedeutung einzelner Personen- und Institutionenkreise (vgl. oben): Begünstigte zählen natürlich auch zur breiten Öffentlichkeit, aktuell Begünstigte sind nach Auslaufen der Förderung wieder potenziell Begünstigte, Multiplikatoren kommt eine Querschnitts- und Sonderrolle zu.

Tabelle 1 zeigt daher die geplanten Maßnahmen nach deren unmittelbarer Hauptzielgruppe, blendet die doppelte Bedeutung einzelner Zielgruppen aus. Wie ersichtlich wird, richtet sich die überwiegende Zahl der Maßnahmen zur Information und Kommunikation an die breite Öffentlichkeit und trägt damit der Bedeutung des hiermit konnotierten strategischen *Oberziels Bekanntheit* Rechnung. So kann als Nebeneffekt einer erfolgreichen Steigerung der allgemeinen Bekanntheit der ESF-Förderung des Landes erwartet werden, dass auch die Bekanntheit innerhalb der

Gruppe der potenziell Begünstigten größer wird. Die Maßnahmen zur Erreichung des zweiten strategischen *Oberziels Offenheit* richten sich an Multiplikatoren, potenziell wie auch an die aktuell Begünstigten und weisen damit eine größere Spezifität auf.

Tabelle 1: Übersicht über Maßnahmen und deren unmittelbare Hauptzielgruppen

Maßnahme	Unmittelbare Hauptzielgruppe(n)			
	Öffentlichkeit	potenzielle Begünstigte	Begünstigte	Multiplikatoren
Betrieb und Weiterentwicklung Internetportal auch im Hinblick auf die Barrierefreiheit www.esf-bw.de	x	x	x	x
Newsletter zu Fördergeschehen und Ergebnissen	x	x	x	x
Informationen zu Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten, entsprechende spezifische Newsletter		x		x
Pressemitteilungen	x	x		
Informationsmaterial	x		x	x
Videoproduktionen u. ä.	x			x
Liste der Vorhaben	x			
Ggf. Nutzung anderer Internetplattformen / "sozialer" Netzwerke	x			x
Bei Bedarf Bereitstellung von Hilfen für Menschen mit Behinderungen, z.B. bei Veranstaltungen (z.B. Gebärdendolmetscher/in, u.a.)	x	x	x	x
Eigene Veranstaltungen (Durchführung)	x	x	x	x
Veranstaltungen (Teilnahme / Beteiligung)	x	x	x	x
Veröffentlichung (Internet ESF-Webseite) des Leitfadens der EU-KOM		x	x	

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Maßnahmen mit der breitesten Streuung zwischen den Zielgruppen sind das Internetportal, Informationsmaterialien und die Veranstaltungen. Dort werden auch entsprechende Ressourcen eingesetzt. Die elektronischen Newsletter werden – aufgrund des Adressatenkreises – explizit unterschieden, auch weil sich die Produktionsprozesse (und auch die an der Produktion Beteiligten) deutlich unterscheiden. Die folgenden Abschnitte 2.3 und 2.4 beschreiben die geplanten Maßnahmen und Aktivitäten für die Öffentlichkeit und für die (potenziell) Begünstigten sowie die zuständigen Akteure detaillierter.

2.3 Maßnahmen für die Öffentlichkeit

Als Akteure für die Maßnahmen für die Öffentlichkeit sind gemäß Anhang XII, 2. die Verwaltungsbehörde und ihre zwischengeschaltete Stelle im MFW sowie die Begünstigten zu unterscheiden. Sowohl die Verwaltungsbehörde als auch die Begünstigten sorgen dafür, dass die Öffentlichkeit in geeigneter Form über die ESF-Investitionen informiert wird. Die Maßnahmen der ESF-VB und der zwischengeschalteten Stelle für die Öffentlichkeit werden in folgende Aktionsfelder untergliedert:

- Internet;
- Veranstaltungen;
- Presse und Informationsmaterial.

Im Aktionsfeld Internet sind folgende Maßnahmen geplant:

- Fortführung und -entwicklung des Internet-Portals www.esf-bw.de;
- Weiternutzung und gezielter Ausbau bzw. inhaltliche Differenzierung des elektronischen Newsletters;
- Nennung von Projektbeispielen auf der Webseite²;
- Intensivere Nutzung von geeigneten Online-Plattformen und sozialen Netzwerken wie Youtube, Facebook u. ä. nach Prüfung und Abschätzung der Chancen und Risiken in diesem Bereich;
- Elektronische Veröffentlichung einer Liste der Vorhaben³.

Die Nutzung der digitalen Medien stellt für Baden-Württemberg einen Kernkomplex der Informations- und Kommunikationsaktivitäten in der ESF-Förderperiode 2014-2020 dar. Das Internetportal www.esf-bw.de wird fortlaufend aktualisiert und stellt weitgehende und detaillierte Informationen für alle Interessenten an der ESF-Förderung des Landes zur Verfügung⁴. Die Nutzung weiterer nicht selbst betriebener Internetportale und –netzwerke soll geprüft und ggf. ausgebaut werden. Die Veröffentlichung des Verzeichnisses der Vorhaben hat insbesondere für das strategische Querschnittsziel Transparenz im Hinblick auf die breite Öffentlichkeit eine wichtige Bedeutung, wird doch für jeden einsehbar dargestellt, wofür die ESF-Gelder eingesetzt wurden. U.a. hierauf aufbauend werden die Erfolge und Ergebnisse der Förderung z. B. in den anderen Internet-Medien vertieft.

Im Aktionsfeld Veranstaltungen führen die Verwaltungsbehörde und die zwischengeschaltete Stelle im MFW – teilweise individuell, teilweise gemeinsam – folgende Maßnahmen mit der breiten Öffentlichkeit als Adressat durch:

- Eine gemeinsame, größere Informationsveranstaltung am 20.10.2014 zum Auftakt der ESF-Förderperiode 2014 – 2020⁵;
- Jährlich eine größere ESF-Jahresveranstaltung gemäß Anhang XII, 2.1, 2 b) der ESI-VO.

Das Aktionsfeld ist v.a. im Hinblick auf das Oberziel Bekanntheit wertvoll, vermag es doch den Blick einer breiteren Öffentlichkeit auf die Belange des ESF zu richten sowie Ergebnisse und Erfolge der baden-württembergischen ESF-Förderung im Land herauszustellen. Über die eigene Durchführung hinaus ist auch weiterhin die Teilnahme an Veranstaltungen anderer und die Unterstützung von Fachveranstaltungen aus dem Trägerspektrum geplant. Neben öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen stehen dort v.a. Veranstaltungen für ein Fachpublikum und damit insbesondere die Ansprache (potenzieller) Begünstigter im Fokus.

Das Aktionsfeld Presse und Informationsmaterial sieht folgende Aktivitäten vor:

² Gemäß Anhang XII, 2.1, 2.e) der ESI-VO.

³ Gemäß Anhang XII, 2.1, 2.d) der ESI-VO.

⁴ Sie erfüllt damit die Anforderungen des Anhang XII, 2.1, 2. f) der ESI-VO.

⁵ Gemäß Anhang XII, 2.1, 2.a) der ESI-VO.

- Anlassbezogene Veröffentlichung von Pressemitteilungen zum ESF;
- Produktion von auf Inhalte und Zielgruppen des ESF-OP ausgerichtetem geeignetem Informationsmaterial;
- Weiterverfolgen der erfolgreichen Strategie eigener Videoproduktionen und deren Veröffentlichung. Letzteres interagiert stark mit dem *Aktionsfeld Internet*, da die Videoproduktionen einen wichtigen Content und zentrales Incentive für aktivere Kommunikation über die ggf. stärker genutzten sozialen Netze darstellen.

Ziel des Aktionsfeldes ist nicht zuletzt die Ansprache der Produzenten der lokalen, regionalen und ggf. überregionalen Medienberichterstattung. Die Verteilung von Informationsmaterial und Marketingartikel wird in der Hauptsache auf eigenen Veranstaltungen bzw. im Zuge der Teilnahme an Veranstaltungen anderer eingesetzt, dient v.a. aber auch der Unterstützung der *Begünstigten* in ihren Aufgaben im Bereich der Information der breiten Öffentlichkeit. Bei der Beschaffung sollen soziale und ökologische Aspekte berücksichtigt werden.

Zusätzlich werden die Begünstigten in den hierfür geeigneten Unterlagen zu Nutzung von Logo und Benennung des ESF als kofinanzierender Fonds gemäß Anhang XII, 2.2, 1 a) und b) der ESI-VO angehalten. Gleiches gilt für die Veröffentlichung von Informationen auf einer ggf. vorhandenen Internetseite des Begünstigten sowie die Anbringung eines Plakats im Format DIN3, welches von der ESF-VB bzw. der zwischengeschalteten Stelle einheitlich gestaltet, produziert und den Begünstigten zum „Herunterladen“ zur Verfügung gestellt wird. Darüber hinaus führen die Begünstigten eigene Informations- und Kommunikationsmaßnahmen durch, um ihre Erfolge in den ESF-Projekten zu streuen. Zu den Aktivitäten zählen bspw. Pressemitteilungen, teilweise enge Zusammenarbeit mit Stellen der lokalen Presselandschaft oder die aktive oder passive Teilnahme an Fachveranstaltungen. Diese Aktivitäten werden von den zuständigen Behörden nicht gesteuert, sind aber Gegenstand der Berichterstattung über Output und Erfolge der Informations- und Kommunikationsaktivitäten des ESF in Baden-Württemberg.

2.4 Maßnahmen für potenzielle Begünstigte und Begünstigte

Für die Maßnahmen für potenzielle Begünstigte sind die ESF-VB und die zwischengeschaltete Stelle im MFW zuständig. Mit den vorgesehenen Maßnahmen werden Begünstigte und potenziell Begünstigte direkt und unmittelbar angesprochen, das Maßnahmekonzept berücksichtigt aber auch Multiplikatoren als Zielgruppe.

Das Internetportal www.esf-bw.de stellt auch für potenziell Begünstigte eine der Kernmaßnahmen dar. Dort wird auch zukünftig – teils tagesaktuell – über⁶

- Finanzierungsmöglichkeiten und Förderaufrufe,
- Bedingungen, die zur Beantragung von ESF-Mitteln erfüllt sein müssen,
- die Verfahren und Fristen zur Auswahl der Projekte sowie
- die Pflichten bei Auswahl eines Antrags, insbesondere die im Bereich Information und Kommunikation

informiert. Darüber hinaus werden Ansprechpartner/innen – jeweils themen- oder förderaufzugspezifisch – genannt und Informationen zu bspw. geänderten Regelungen, neuen

⁶ Die folgende Auflistung entspricht den Anforderungen des Anhangs XII, 3.1, 2. a) bis f) der ESI-VO. Teil der Maßnahmen wird auch die Verteilung des „Leitfadens“ gemäß Art. 13 (3) der ESI-VO sein.

Förderaufrufen oder Finanzierungsbedingungen über einen speziellen Newsletter elektronisch verbreitet. Dieses Verfahren hat sich in den letzten Jahren vielfach bewährt und ist sicherlich mitverantwortlich für die gute Nachfrage nach den baden-württembergischen Förderangeboten.

Multiplikatoren (Aufzählung s. oben, Abschnitt 2.1) spielen im Maßnahmenkatalog für (potenzielle) Begünstigte eine zentrale Rolle. Sie können zeitnah von der sehr guten Informationslage durch bspw. Internetportal und Newsletter profitieren und so Informationen gezielt an potenzielle Antragsteller weiterleiten.

Über die aktive Beteiligung an nicht selbst durchgeführten Veranstaltungen und die Unterstützung von Fachveranstaltungen aus dem Trägerspektrum werden die ESF-VB und die zwischengeschaltete Stelle im MFW auch weiterhin insbesondere potenzielle Begünstigte aber auch potenzielle Teilnehmer/-innen ansprechen. Dies gilt nach wie vor v.a. für solche Förderthemen, die bislang nicht Gegenstand der ESF-Förderung des Landes waren. Deren Bedeutung ist somit zu Beginn der Förderperiode 2014-2020 besonders hoch.

Darüber hinaus sieht die ESF-VB die aktive Gestaltung eines regionalen, überregionalen und transnationalen Erfahrungsaustauschs vor.

2.5 Vorgesehene Mittel und für die Durchführung vorgesehene Personen

Tabelle 2 gibt einen Überblick (Richtwert) über die für Information und Kommunikation des Landes Baden-Württemberg in der ESF-Förderperiode 2014-2020 vorgesehenen Mittel.

Tabelle 2: Indikative finanzielle Mittel für Information und Kommunikation insgesamt und nach Jahren (Angaben in €)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Insg.
ESF	148.375	148.375	148.375	148.375	148.375	148.375	148.375	1.038.628
Gesamt*	296.750	296.750	296.750	296.750	296.750	296.750	296.750	2.077.256

Quelle: ESF-OP des Landes Baden-Württemberg für die Förderperiode 2014 bis 2020, Interventionscode 123.

* Die Gesamtmittel ergeben sich entsprechend der Finanzierungsregel in der Technischen Hilfe als das Doppelte der ESF-Mittel.

Um die an die Allgemeinheit gerichtete Kommunikation effizienter zu gestalten und umfassendere Synergien mit den Kommunikationsaktivitäten auf Initiative der Kommission auszuschöpfen, werden die für Kommunikationstätigkeiten zugewiesenen Ressourcen gemäß Art. 58 (1) auch zur Finanzierung der institutionellen Kommunikation über die politischen Prioritäten der Union beitragen.

Gemäß Art. 117 (3) ESI-VO wird Cornelia Rathgeb als die auf Ebene des operationellen Programms für Kommunikation und Information zuständige Person benannt. Neben dieser Person in der ESF-VB im Ministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Senioren gibt es in der zwischengeschalteten Stellen im Ministerium für Finanzen und Wirtschaft eine weitere Person, die dort die Informations- und Kommunikationsaufgaben für den Förderbereich der zwischengeschalteten Stelle übernimmt. Die Personen beider Stellen tauschen sich über vergangene und geplante Aktivitäten in ihrem Aufgabenbereich regelmäßig und umfassend aus, um einen effektiven Einsatz der zur Verfügung stehenden Ressourcen und das einheitliche Erscheinungsbild des baden-württembergischen ESF auch weiterhin zu gewährleisten.

3 Bewertung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen

Die Informations- und Publizitätsmaßnahmen werden gemäß Anhang XII ESI-VO in Bezug auf die aufgestellten Kommunikationsziele bewertet. Maßgeblich sind darüber hinaus die Vorschriften des Art. 111 (4) b) ESI-VO zu den Inhalten der Durchführungsberichte, die in den Jahren 2017 und 2019 eingereicht werden. Die Kommunikationsstrategie wird jeweils durch einen externen Evaluator bewertet und die Ergebnisse in diesen beiden Jahresdurchführungsberichten dargestellt.

Für die Bewertung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen wird zunächst überprüft, ob die geplanten Outputgrößen lt. OP auch tatsächlich erreicht werden. Im Bereich des Outputs sind damit folgende Größen zu erfassen:

- Anzahl Treffen des Begleitausschusses.
- Anzahl der veröffentlichten Newsletter.
- Zahl der Besprechungen mit den Geschäftsführungen der regionalen Arbeitskreise.

Die mit der Kommunikationsstrategie zu verfolgenden Ziele werden oben in Abschnitt 2.1 genannt. Da das erste von vier Zielen (Einrichtung und Betrieb eines Internetportals) im Land Baden-Württemberg bereits als erreicht angesehen werden kann, das Portal somit in der Strategie die Rolle eines Instruments einnimmt, richten sich die Bewertungsaktivitäten auf die Bewertung der Kommunikationsmaßnahmen im Hinblick auf die zwei strategischen Oberziele. Das *Ziel Transparenz* fließt – entsprechend der Darstellung in Abschnitt 2.1 oben – im Sinne eines Querschnittsziels in die Bewertungsaktivitäten ein.

Tabelle 3: Übersicht über die geplanten Bewertungsmethoden

Zielgruppen	Bewertungsaktivität	Ziel der Aktivitäten
breite Öffentlichkeit	Bevölkerungsbefragung Befragung auf Veranstaltungen	Bewertung Ziel „Bekanntheitsgrad“
potenziell Begünstigte und Multiplikatoren	Akteursbefragung Befragungen auf Veranstaltungen	Bewertung Ziel „Bekanntheitsgrad“ Bewertung Ziel „Offenheit“
Begünstigte Zuwendungsempfänger	Trägerbefragung Stichprobenartige Analyse der Sachberichte und der Medienberichterstattung über das ESF-Projekt	Klärung des Spektrums der Aktivitäten im Bereich der Kommunikation für die allgemeine Öffentlichkeit Bewertung der Aktivitäten der ESF-VB für die Begünstigten

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Messung der Zielerreichung in den zwei strategischen Oberzielen sowie im strategischen *Querschnittsziel Transparenz* erfolgt entsprechend der Adressatenkreise und Maßnahmeformen der Kommunikationsstrategie. Zur Beschreibung, in welcher Art und Weise 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, sollen Bürgerinnen und Bürger, potenziell Begünstigte, Begünstigte und Multiplikatoren mittels quantitativer Erhebungen befragt werden. Darüber hinaus werden die Aktivitäten

der ESF-VB für die Begünstigten Gegenstand näherer Betrachtungen (*Tabelle 3*). Im Einzelnen ist geplant:

- *Durchführung einer Bevölkerungsbefragung.* Zur Bewertung der Öffentlichkeitswirkung und der Bekanntheit der Strategie, der operationellen Programme und Vorhaben sowie der Rolle der Fonds und der Union aus Sicht der breiten Öffentlichkeit werden standardisierte Fragebögen erstellt, die für die Durchführung repräsentativer Bevölkerungsbefragungen genutzt werden können. Die Durchführung ist von einem externen Umfrageinstitut mittels CATI (computer-assisted telephone interview) vorzunehmen. Die Befragungen werden zu Beginn und Ende der Förderperiode stattfinden (2015 und 2020), um die Ergebnisse der Kommunikationsstrategie des Landes Baden-Württemberg im Zeitverlauf aufzeigen zu können und einen Mindeststichprobenumfang von jeweils 1.000 Nettofällen enthalten.
- *Begleitung von Veranstaltungen mittels Kurzbefragungen,* um so den Erfolg der Veranstaltung, insbesondere aber auch die Messvorgaben des Anhangs XII, 4. g) zu erfüllen.
- Die potenziell Begünstigten und Multiplikatoren werden mittels einer *Akteursbefragung* um eine Bewertung der Strategie, des OP, der Vorhaben und der Rolle der Fonds und der Union befragt.
- Für die *Bewertung der Aktivitäten für Betrieb und Fortentwicklung des Internetportals* werden die Aktualisierungs-, Zugriffs- und Besuchszahlen ausgewertet und v.a. im Längsschnitt betrachtet, um in diesem Bereich zu einer Bewertung der Bedeutung des Portals zu gelangen. Indem die genannten Messgrößen nach den verschiedenen Bereichen des Portals differenziert werden, ist auch eine Einschätzung der Bedeutung der Portalbereiche in Quer- und Längsschnitt möglich.
- In den anstehenden *Befragungen der Träger ESF-mitfinanzierter Projekte* werden die Begünstigten aufgefordert, Angaben zu Art und Weise der Unterstützung, die sie bei ihren eigenen Kommunikationsaktivitäten durch die Verwaltungsbehörde oder anderen zuständigen Stellen erhalten zu tätigen und diese zu bewerten. In diesem Zusammenhang sollen die Träger auch Angaben zu ihren Informations- und Kommunikationsaktivitäten (Berichte in Print-Medien, Film, Rundfunk, Internet, u.a.) machen. Die Befragungen werden jeweils in 2015 und 2018 durchgeführt werden, um Veränderungen im Laufe der Förderperiode aufzeigen zu können.

Die Bewertungsarbeiten werden entsprechend der operativen Ausgestaltung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen nach der vorliegenden Strategie mitentwickelt und dem Begleitausschuss im Zuge der Mitteilung der geplanten Informations- und Kommunikationsaktivitäten mindestens einmal jährlich vorgestellt.