

MONITORING UND EVALUATION DES EFRE-PROGRAMMS IM ZIEL „INVESTITIONEN IN WACHSTUM UND BESCHÄFTIGUNG“ BAYERN

BEWERTUNG DER KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE



BEWERTUNG DER KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

Ansprechpartner / -innen

Carla Harnischfeger

Seniorberaterin

Kompetenzbereich „Regional- und Wirtschaftspolitik“

T 040 30 20 20-144

F 040 30 20 20-199

M 0151 440 06-144

carla.harnischfeger@ramboll.com

Dr. Thorsten Lübbers

Manager

Kompetenzbereich „Regional- und Wirtschaftspolitik“

T 040 30 20 20-143

F 040 30 20 20-199

M 0151 440 06-143

thorsten.luebbers@ramboll.com

Autorinnen und Autoren

Carla Harnischfeger

Dr. Astrid Könönen

Dr. Thorsten Lübbers

Teresa Moll

Vanessa Schlüter

Auftraggeber:

Bayerisches Staatsministerium

für Wirtschaft, Energie und Technologie

EFRE-Verwaltungsbehörde



Europäische Union

Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung

**Diese Bewertung wurde durch die Europäische Union
aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) gefördert.**

April 2018

Ramboll

Chilehaus C – Burchardstraße 13

20095 Hamburg

T +49 40 302020-0

F +49 40 302020-199

www.ramboll.de/management-consulting

INHALT

1.	BEWERTUNGSauftrag	1
1.1	Kontext der Bewertung	1
1.2	Bewertungsziele und -fragen	2
1.3	Vorgehen	3
2.	WIRKSAMKEIT DER UMSETZUNG DER KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE DES EFRE IWB BAYERN	5
2.1	Breite Öffentlichkeit: Bekanntheit des EFRE im Freistaat Bayern	5
2.2	Potentielle Begünstigte: Bekanntheit der Fördermöglichkeiten und Inanspruchnahme der Förderung aus dem EFRE IWB Bayern	11
2.3	Begünstigte: Effektive Unterstützung bei der Erfüllung der Informations- und Kommunikationspflichten und bei der Umsetzung weiterer Informations- und Kommunikationsmaßnahmen	14
3.	UMSETZUNG UND EFFEKTE DER INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSMAßNAHMEN IM EFRE IWB BAYERN	20
3.1	Internetseite	21
3.2	Veranstaltungen und Roll-Ups	30
3.3	Broschüren, Faltblätter und Flyer sowie Veröffentlichung von Publikationen in Fachmedien	36
3.4	Werbematerialien	40
3.5	Presseinformationen	44
3.6	Informeller Austausch zum geförderten Vorhaben	49
4.	ORDNUNGSMÄßIGKEIT UND EFFIZIENZ DER UMSETZUNG DER KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE DES EFRE IWB BAYERN	51
4.1	Ordnungsmäßigkeit der Umsetzung der Kommunikationsstrategie	51
4.2	Effizienz der Umsetzung der Kommunikationsstrategie	52
5.	ZUSAMMENFASSUNG	53
5.1	Fazit	53
5.2	Empfehlungen	56
ANHANG		62

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Zuständigkeit, Ziele und Zielgruppen der Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern	1
Abbildung 2:	Bewertungsauftrag für die Untersuchung der Wirksamkeit, Umsetzung und Effizienz der Kommunikationsstrategie	2
Abbildung 3:	Vorgehen zur Bewertung der Kommunikationsstrategie	3
Abbildung 4:	Breite Öffentlichkeit gemäß Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern	5
Abbildung 5:	Spezifische Maßnahmen zur Information der breiten Öffentlichkeit über die Ergebnisse und Auswirkungen der Förderung	5
Abbildung 6:	Bekanntheit des EFRE in der bayerischen Bevölkerung nach ausgewählten Merkmalen	8
Abbildung 7:	Bekanntheit der Themen der Förderung bei den Personen, die den EFRE kennen	9
Abbildung 8:	Am häufigsten genutzte Informationsquellen für EU-Projekte und Initiativen von Personen, die den EFRE kennen	10
Abbildung 9:	Potentielle Begünstigten gemäß Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern	11
Abbildung 10:	Spezifische Maßnahmen zur Information der potentiellen Begünstigten über die Fördermöglichkeiten des EFRE	11
Abbildung 11:	Begünstigte gemäß Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern	14
Abbildung 12:	Spezifische Maßnahmen zur Information der Begünstigten über ihre Informations- und Kommunikationspflichten	14
Abbildung 13:	Von den Begünstigten in Anspruch genommene Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung	17
Abbildung 14:	Gründe für die Nichtinanspruchnahme der Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung für die Begünstigten	17
Abbildung 15:	Anteil der Begünstigten, die in den Unterstützungsangeboten der EFRE-Verwaltung einen hohen Nutzen sehen	18
Abbildung 16:	Besucherstatistik der Internetseite www.efre-bayern.de	21
Abbildung 17:	Organisation von Veranstaltungen – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen	32
Abbildung 18:	Mitwirkung oder Teilnahme an Veranstaltungen – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen	32
Abbildung 19:	Veröffentlichte Broschüren, Faltblätter und Flyer der EFRE-Verwaltungsbehörde seit Beginn der Förderperiode	36
Abbildung 20:	Veröffentlichung von Publikationen in Fachmedien – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen	37
Abbildung 21:	Einsatz von Werbematerialien – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen	41
Abbildung 22:	Medien- und Presseinformationen – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen	47
Abbildung 23:	Informeller Austausch – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen	49

TABELLENVERZEICHNIS

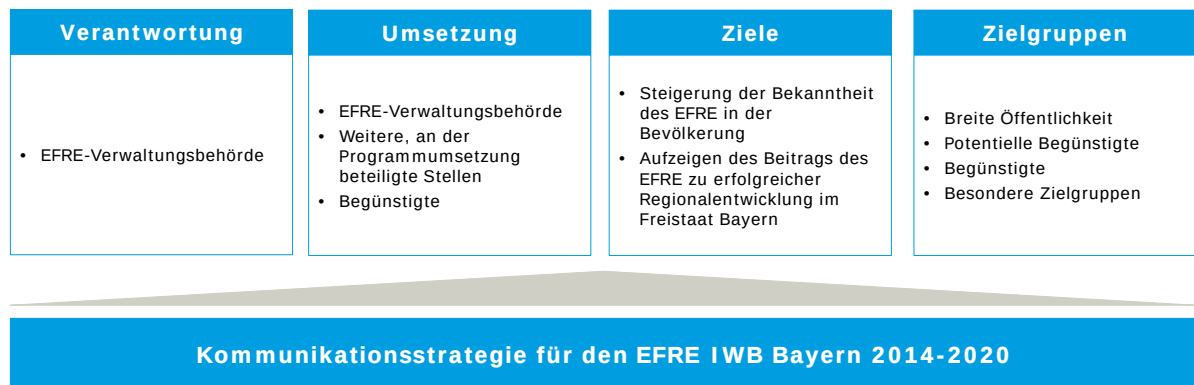
Tabelle 1:	In dieser Untersuchung betrachtete Zielgruppen der Kommunikationsstrategie im EFRE IWB Bayern 2014-2020	1
Tabelle 2:	Eindeutige Seitenansichten - Top 10	22
Tabelle 3:	Downloads	23
Tabelle 4:	Veranstaltungen seit Beginn der Förderperiode im EFRE IWB Bayern	30
Tabelle 5:	Eingesetzte Werbematerialien im EFRE IWB Bayern bis Juli 2017	40
Tabelle 6:	Erstellte Pressemitteilungen und erschienene Presseartikel seit Beginn der Förderperiode	44

1. BEWERTUNGS-AUFTRAG

1.1 Kontext der Bewertung

Den Rahmen für die Kommunikationsmaßnahmen für das Operationelle Programm des EFRE im Ziel IWB Bayern 2014-2020 bildet die Kommunikationsstrategie. Die Erstellung einer solchen Kommunikationsstrategie ist eine verpflichtende Vorgabe der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (im Folgenden ESIF-VO, vgl. Artikel 115).

Abbildung 1: Verantwortung, Umsetzung, Ziele und Zielgruppen der Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern



Quelle: Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Im Rahmen der Kommunikationsstrategie für das Operationelle Programm (OP) des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) im Freistaat Bayern werden der breiten Öffentlichkeit, (potentiellen) Begünstigten sowie besonderen Zielgruppen Informationen über die EFRE-Förderung im Freistaat in der Förderperiode 2014-2020 zur Verfügung gestellt. Die in der Kommunikationsstrategie vorgesehenen Maßnahmen sollen einen wirksamen Beitrag leisten, den EFRE in allen drei Zielgruppen bekannter zu machen und den Beitrag des EFRE zu erfolgreicher Regionalentwicklung im Freistaat Bayern zu verdeutlichen. In der vorliegenden Bewertung werden die breite Öffentlichkeit, die potentiell Begünstigten und die Begünstigten als Zielgruppen der Kommunikationsstrategie behandelt.

Tabelle 1: In dieser Untersuchung betrachtete Zielgruppen der Kommunikationsstrategie im EFRE IWB Bayern 2014-2020¹

Breite Öffentlichkeit	An der Wirtschaftspolitik der Europäischen Union und des Freistaats interessierte Bürgerinnen und Bürger sowie Bürgerinnen und Bürger, die in ihrem alltäglichen Leben nicht mit dem Thema Wirtschaftspolitik und Fördermaßnahmen in Berührung kommen und kein selbstmotiviertes Interesse haben, sich mit diesen Themen zu befassen
(Potentielle) Begünstigte	Unternehmen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Gebietskörperschaften, Landesfachbehörden, Träger von Bildungseinrichtungen sowie sonstige Organisationen

Quelle: Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

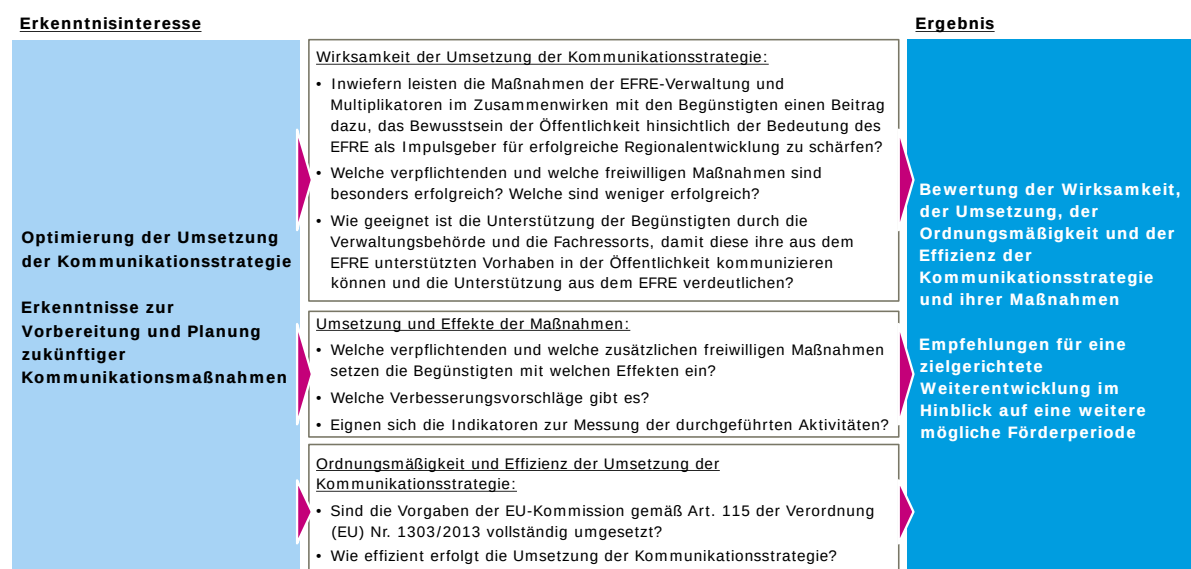
¹ Vgl. Kommunikationsstrategie des Operationellen Programms des EFRE im Ziel „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung Bayern 2020“, S. 5.

Neben der breiten Öffentlichkeit und den (potentiellen) Begünstigten richten sich die Maßnahmen der EFRE-Verwaltung² gemäß der Kommunikationsstrategie (vgl. S. 5) auch an besondere Zielgruppen. Die besonderen Zielgruppen werden mit Blick auf das Erkenntnisinteresse dieser Untersuchung allerdings primär als umsetzende Akteure statt als Zielgruppe von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen betrachtet.

1.2 Bewertungsziele und -fragen

Gegenstand der vorliegenden Bewertung sind die Wirksamkeit der Kommunikationsstrategie, die Umsetzung und Effekte der einzelnen Maßnahmen sowie die Ordnungsmäßigkeit und Effizienz der Umsetzung der Strategie.

Abbildung 2: Bewertungsauftrag für die Untersuchung der Wirksamkeit, Umsetzung, Ordnungsmäßigkeit und Effizienz der Kommunikationsstrategie



Quelle: Eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Bei der Bewertung der Wirksamkeit der Umsetzung der Strategie wird betrachtet, welche Effekte bei den jeweiligen Zielgruppen erreicht wurden. Die Analyse erfolgt in diesem Abschnitt somit primär auf Ebene der Strategie insgesamt. Die Erkenntnisse zur Wirksamkeit der Strategie liefern zudem relevante Hinweise zu den Effekten und der Umsetzung der einzelnen Maßnahmen, die im anschließenden Abschnitt bei der vertieften Betrachtung der Maßnahmen aufgegriffen werden.

Bei der Bewertung der Umsetzung und der Effekte wird analysiert, ob, in welchem Umfang und in welcher Qualität die EFRE-Verwaltung und die Begünstigten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt haben. Die erzielten Effekte werden untersucht sowie Ansatzpunkte für eine zukünftige Optimierung identifiziert. Der Fokus der Analyse liegt in diesem Abschnitt somit auf den umgesetzten Maßnahmen. Allerdings werden auch die Erkenntnisse zur Wirksamkeit der Strategie für die Bewertung und die Formulierung von Empfehlungen für die zukünftige Umsetzung der Maßnahmen herangezogen.

Unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus den vorherigen beiden Abschnitten werden schließlich die Ordnungsmäßigkeit und die Effizienz der Umsetzung der Strategie betrachtet. Zunächst wird bewertet, inwieweit die maßgeblichen Vorgaben der Europäischen Kommission für Informa-

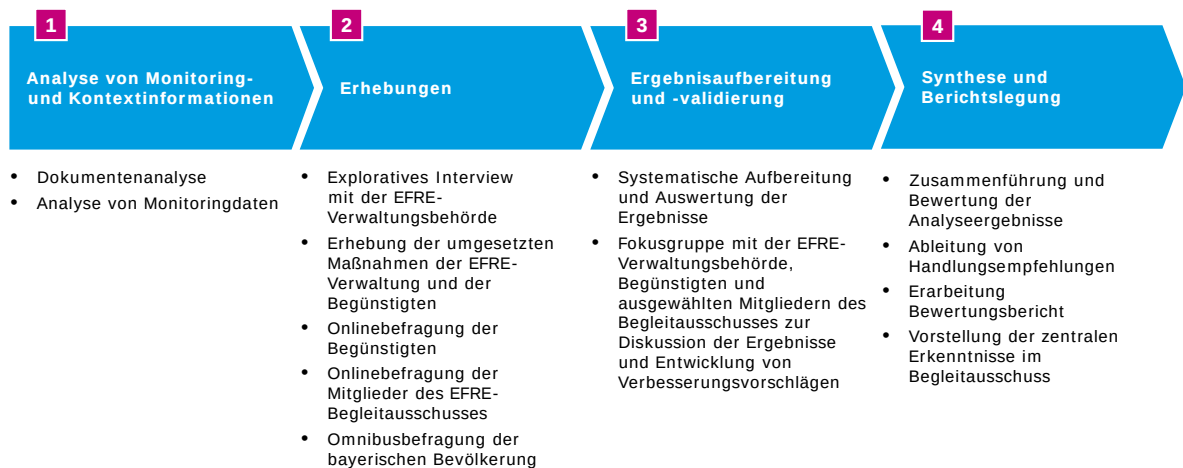
² Unter dem Begriff EFRE-Verwaltung werden die an der Programmumsetzung beteiligten Verwaltungsstellen (d.h. EFRE-Verwaltungsbehörde, EFRE-Bescheinigungsbehörde sowie die Fachressorts und die Bezirksregierungen) zusammengefasst.

tions- und Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen der Europäischen Struktur- und Investitionsfonds im EFRE IWB Bayern umgesetzt werden. Die Einschätzung der Effizienz erfolgt auf Ebene der Strategie insgesamt und speist sich ebenfalls aus den Erkenntnissen zur Wirksamkeit und Umsetzung der Strategie und ihrer Maßnahmen.

1.3 Vorgehen

Die nachfolgende Abbildung zeigt überblicksartig das Vorgehen bei der Bewertung der Kommunikationsstrategie.

Abbildung 3: Vorgehen zur Bewertung der Kommunikationsstrategie



Quelle: Eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

1 Während der ersten Phase, der **Analyse von Monitoring- und Kontextinformationen**, wurden relevanten Dokumente (insbesondere Operationelles Programm, Kommunikationsstrategie und jährliche Kommunikationspläne) sowie die Monitoringdaten analysiert. Auch Dokumente aus der vorherigen Förderperiode wurden in dieser Phase berücksichtigt (z. B. hier durchgeführte Befragung zur Bekanntheit des EFRE in Bayern). Es wurden Informationen zu den Zielstellungen der Kommunikationsstrategie sowie erste Erkenntnisse zu den umgesetzten Maßnahmen und den Fortschritten bei der Erreichung der Ziele der Kommunikationsstrategie generiert. Zudem wurde in dieser Phase ein persönliches Auftaktgespräch mit der EFRE-Verwaltungsbehörde geführt, in dem das Vorgehen im Detail vereinbart wurde.

2 In der zweiten Phase wurden verschiedene **Erhebungen** durchgeführt. Dabei handelte es sich zum einen um mehrere weitere Gespräche mit der EFRE-Verwaltungsbehörde, um ein genaues Bild der umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sowie der Strukturen und Zuständigkeiten zur Umsetzung der Kommunikationsstrategie im EFRE IWB Bayern zu erhalten. Zum anderen wurden eine Onlinebefragung der Begünstigten sowie eine Onlinebefragung der Mitglieder des EFRE-Begleitausschusses durchgeführt. Beide Onlinebefragungen wurden im Zeitraum vom 8. Juli 2017 bis einschließlich 29. September 2017 durchgeführt. Bereits im Juli 2017 wurde eine repräsentative Befragung der bayerischen Bevölkerung zur Bekanntheit des EFRE im Freistaat Bayern durchgeführt.

3 Nach Abschluss der Erhebungen wurden die **Ergebnisse aufbereitet und validiert**. Zu diesem Zweck wurden die gesammelten Erkenntnisse zu den umgesetzten Maßnahmen und die Ergebnisse der drei Befragungen zunächst ausgewertet und systematisch aufbereitet. Die so generierten vorläufigen Ergebnisse wurden anschließend im Rahmen einer Fokusgruppe mit der EFRE-Verwaltungsbehörde, ausgewählten Mitgliedern des Begleitausschusses sowie ausge-

wählten Begünstigten vorgestellt und diskutiert. Darüber hinaus wurden in der Fokusgruppe konkrete Anknüpfungspunkte zur weiteren Verbesserung der Kommunikationsmaßnahmen im EFRE IWB Bayern identifiziert.

4 In der vierten Phase, **Synthese und Berichtslegung**, wurden alle in den vorherigen Phasen generierten Ergebnisse zusammengeführt und bewertet. Auf dieser Grundlage wurden Einschätzungen zur Wirksamkeit und Effizienz der umgesetzten Kommunikationsmaßnahmen sowie Handlungsempfehlungen zur deren weiteren Verbesserung formuliert. Die Ergebnisse wurden im vorliegenden Bericht zusammengeführt. Zudem ist vorgesehen, sie im Begleitausschuss des EFRE IWB Bayern vorzustellen.

Der vorliegende Bericht ist in drei inhaltliche Kapitel untergegliedert:

- **Kapitel 2:** Wirksamkeit der Umsetzung der Kommunikationsstrategie des EFRE IWB in Bayern;
- **Kapitel 3:** Analyse der Umsetzung und der Effekte der einzelnen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen im EFRE IWB Bayern und Formulierung von Empfehlungen für die zukünftige Umsetzung;
- **Kapitel 4:** Zusammenfassende Einschätzung der Ordnungsmäßigkeit und Effizienz der Umsetzung der Kommunikationsstrategie;
- **Kapitel 5:** Fazit und Empfehlungen.

2. WIRKSAMKEIT DER UMSETZUNG DER KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE DES EFRE IWB BAYERN

In diesem Kapitel wird die Wirksamkeit der Umsetzung der Kommunikationsstrategie des EFRE IWB Bayern entlang der adressierten Zielgruppen untersucht.

2.1 Breite Öffentlichkeit: Bekanntheit des EFRE im Freistaat Bayern

Zielgruppe

Die breite Öffentlichkeit umfasst im Sinne der Kommunikationsstrategie des EFRE IWB Bayern sowohl fachlich interessierte Bürger als auch solche, die keine unmittelbaren Berührungspunkte mit den Themen Förderung und Wirtschaftspolitik im Allgemeinen haben.

Abbildung 4: Breite Öffentlichkeit gemäß Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern

Breite Öffentlichkeit	An der Wirtschaftspolitik der Europäischen Union und des Freistaats interessierte Bürgerinnen und Bürger sowie Bürgerinnen und Bürger, die in ihrem alltäglichen Leben nicht mit dem Thema Wirtschaftspolitik und Fördermaßnahmen in Berührung kommen und kein selbstmotiviertes Interesse haben, sich mit diesen Themen zu befassen.
------------------------------	---

Quelle: Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Ziel

Ziel der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen für die breite Öffentlichkeit ist, die Bekanntheit des EFRE im Freistaat weiter zu steigern und den Beitrag der Förderung zur Regionalentwicklung anschaulich zu machen (vgl. auch Artikel 115 ESIF-VO).

Maßnahmen

Im EFRE IWB Bayern wurden bis Juli 2017 folgende Maßnahmen umgesetzt, um zur Erreichung dieses Ziels beizutragen.

Abbildung 5: Spezifische Maßnahmen zur Information der breiten Öffentlichkeit über die Ergebnisse und Auswirkungen der Förderung

Spezifische Maßnahmen zur Information der breiten Öffentlichkeit über die Ergebnisse und Auswirkungen der Förderung
Maßnahmen der EFRE-Verwaltung und Multiplikatoren
• Logo für den EFRE IWB Bayern 2014-2020 • Pressemitteilungen und -artikel • Publikationen • Präsentation von Projektbeispielen auf der Internetseite • Liste der Vorhaben auf der Internetseite • Einmalige, große Informationsmaßnahme zum Start des Operationellen Programms • Jährliche größere Informationsmaßnahme • Mitwirkung an weiteren Veranstaltungen • Verteilung von Werbematerialien • Präsentation des Unionslogos an dem Standort der Verwaltungsbehörde

Spezifische Maßnahmen zur Information der breiten Öffentlichkeit über die Ergebnisse und Auswirkungen der Förderung
Maßnahmen der Begünstigten
• Verwendung des EFRE-Förderhinweises (EU-Logo plus Hinweis auf EU und EFRE) bei allen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen • Anbringen eines Plakats, eines Hinweisschildes oder einer Erläuterungstafel • Hinweis auf die Förderung durch die EU sowie kurze Beschreibung des Vorhabens auf der Webseite (falls vorhanden) • Individuelle Kommunikationsmaßnahmen (z. B. Erwähnung des geförderten Projekts im Newsletter, eigene Internetseite für das Projekt)

Quelle: Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern und eigene Recherche, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Die Auflistung der Maßnahmen zeigt, dass in Anbetracht des vergleichsweise eher geringen Budgets des Operationellen Programms (OP) EFRE IWB Bayern umfangreiche Maßnahmen zur Information der Öffentlichkeit umgesetzt wurden.

Untersuchung des Beitrags der Kommunikationsstrategie zur Steigerung der Bekanntheit des EFRE in Bayern

Aus den Ergebnissen der im Rahmen der Bewertung durchgeführten repräsentativen Bevölkerungsbefragung lassen sich die im Folgenden dargestellten Erkenntnisse zur Wirksamkeit der Kommunikationsstrategie in Bezug auf die breite Öffentlichkeit ableiten.

Methodik: Repräsentative Bevölkerungsbefragung

Im Zeitraum von 11. bis 28. Juli 2017 wurden im Rahmen einer Omnibusbefragung³ repräsentative Daten zur Bekanntheit des EFRE im Freistaat Bayern erhoben. Die Datenerhebung erfolgte durch das Meinungsforschungsinstitut Kantar EMNID.

Die den folgenden Auswertungen zugrundeliegende Stichprobe entspricht in hohem Maße der Grundgesamtheit der bayerischen Bevölkerung und ist somit als repräsentativ zu werten. Insgesamt nahmen 1.001 Personen an der Befragung teil, davon waren 49 Prozent Frauen und 51 Prozent Männer. Die befragten Personen waren zum Zeitpunkt der Befragung im Durchschnitt 47,7 Jahre alt, wobei der/die jüngste Teilnehmende 14 Jahre alt und der/die älteste Teilnehmende 99 Jahre alt war.⁴ Die Altersgruppe der Personen, die bereits langjährig im Berufsleben stehen (41-65 Jahre alt), ist mit 41 Prozent am stärksten vertreten. Über die Hälfte der befragten Personen ist voll- oder teilzeitbeschäftigt, ein Viertel gibt an in Pension beziehungsweise Rentner zu sein. Zwei Prozent der in der Stichprobe vertretenen Personen sind aktuell arbeitslos.

Über ein Drittel der Befragten kommt aus Oberbayern, 15 Prozent kommen aus Schwaben. Aus Mittel- und Unterfranken kommen 13 beziehungsweise 10 Prozent. Niederbayern ist mit 10 Prozent der Befragten in der Stichprobe vertreten, die Oberpfalz und Oberfranken mit jeweils 8 Prozent. Bezüglich des Bildungsniveaus zeigt sich, dass der größte Anteil der Befragten die

³ Unter einer Omnibusbefragung versteht man eine Mehrthemenbefragung, die kurze Fragebögen mehrerer Auftraggeber mit unterschiedlichen Themen zusammenfasst. Vorteil dieser Befragungsart ist, dass die Fragebögen nicht nur von solchen Personen beantwortet werden, die ein spezifisches Interesse an einzelnen Themen der Befragung haben, sondern breite Themenbereiche von heterogenen Befragten abgefragt werden können.

⁴ Das Durchschnittsalter in der Stichprobe weicht um 5,2 Jahre von dem im Zensus 2011 erhobenen Durchschnittsalter der bayerischen Bevölkerung von 42,5 Jahren ab. Seit 2011 lässt sich jedoch ein Trend erkennen, dass das Durchschnittsalter in Bayern ansteigt. 2015 lag es bereits bei 43,6 Jahren (vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik: Demographischer Wandel in Bayern; Stand 07.09.2017; online abrufbar unter statistik.bayern.de/statistik/demwa/).

Volks- beziehungsweise Hauptschule besuchte (42 Prozent). Ein Drittel gab an, eine weiterbildende Schule ohne Abitur abgeschlossen zu haben. Knapp 16 Prozent haben Abitur, Hochschulreife oder Fachhochschulreife, 9 Prozent ein abgeschlossenes Studium. Knapp 4 Prozent waren zum Zeitpunkt der Befragung Schüler.

Die Auswertung der Daten erfolgte mittels einer logistischen Regressionsanalyse, mit der die Wahrscheinlichkeit, dass eine Person mit bestimmten Merkmalen (Geschlecht, Alter, Bildungsniveau und Regierungsbezirk) den EFRE kennt, geschätzt wurde.

Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsbefragung

Der EFRE als spezifisches Förderprogramm ist bei rund einem Drittel der Bürgerinnen und Bürger Bayerns bekannt. Dieser Anteil entspricht der Bekanntheit des EFRE auf Bundesebene, die laut dem aktuellen Flash-Eurobarometer bei 31 Prozent⁵ liegt. Bei der Einordnung der Ergebnisse ist auch zu berücksichtigen, dass der EFRE in Bayern sowohl für die Förderung der thematischen Schwerpunkte als auch für die Maßnahmen der technischen Hilfe, zu der auch die Kommunikationsmaßnahmen zählen, ein eher geringes Budget hat. Aus diesem Grund sind die hohen Bekanntheitswerte besonders positiv zu bewerten.

Auch im Vergleich mit anderen europäischen Förderprogrammen (Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER), Europäischer Sozialfonds (ESF) und Horizont 2020) schneidet der EFRE hinsichtlich seiner Bekanntheit in der Bevölkerung gut ab. Der ELER ist von diesen vier Förderprogrammen bei der bayerischen Bevölkerung am besten bekannt. Dieses Ergebnis ist insofern wenig überraschend, als in der Förderperiode 2014-2020 das Finanzvolumen des ELER in Bayern mit rund 1,5 Milliarden Euro deutlich über dem des EFRE liegt.⁶ Somit kann nicht nur eine erkennbar größere Anzahl an Projekten gefördert werden, sondern es können auch umfangreichere Informations- und Kommunikationsmaßnahmen realisiert werden als im EFRE. Gleichauf mit dem EFRE liegt die Bekanntheit des ESF, den ebenfalls rund 31 Prozent der Bevölkerung kennen. Das Rahmenprogramm für Forschung und Innovation „Horizont 2020“ ist mit 27 Prozent unter den Befragten am wenigsten bekannt. Zu beachten ist außerdem, dass ein Viertel der Befragten angab, keines der aufgeführten Programme zu kennen.

Die Gründe für die hohe Bekanntheit des EFRE in Bayern sind mit hoher Wahrscheinlichkeit vielschichtig. Zum einen dürfte die stark dezentral organisierte Umsetzung der Förderung im Freistaat ein wichtiger Aspekt sein. Neben der Verwaltungsbehörde und einigen Fachministerien spielen die Regierungen der sieben Regierungsbezirke bei der Umsetzung der Förderung eine wichtige Rolle. Sie agieren häufig als erster Ansprechpartner für die (potentiellen) Begünstigten und weitere interessierte Akteure vor Ort. Auch die Tatsache, dass mit der EFRE-Förderung wichtige Themen aus dem Alltag großer Teile der Bevölkerung adressiert werden, dürfte zur hohen Bekanntheit beitragen. Hier sind insbesondere die Themen Klimaschutz und Hochwasserschutz aber auch Mittelstandsförderung zu nennen. Aber auch bei den weiteren zwei Themenbereichen, Forschung und Innovation sowie Stadt-/Stadtumlandentwicklung handelt es sich durchaus um Themen, die im Alltag vieler Menschen eine wichtige Rolle einnehmen.

Um ein besseres Verständnis der Bekanntheit des EFRE in der bayerischen Bevölkerung zu erhalten wurde analysiert, welche Faktoren die Bekanntheit des EFRE in Bayern beeinflussen. Interessante Erkenntnisse zum Zusammenhang zwischen der Bekanntheit des EFRE und ausgewählten soziodemografischen Merkmalen sind nachfolgend dargestellt.

⁵ Siehe hierzu Europäische Kommission: Flash-Eurobarometer 452. Allgemeine Bekanntheit und Wahrnehmung der EU-Regionalpolitik. März 2017, online verfügbar unter: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/2145>.

⁶ Dem Freistaat Bayern stehen rund 1,5 Mrd. Euro aus dem ELER zur Verfügung. Siehe hierzu Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (<http://www.stmelf.bayern.de/agrarpolitik/foerderung/099468/index.php>).

Abbildung 6: Bekanntheit des EFRE in der bayerischen Bevölkerung nach ausgewählten Merkmalen

- Männer kennen den EFRE eher als Frauen.



- Mit steigendem Alter nimmt die Bekanntheit des EFRE zu.
- Über 65-jährige kennen den EFRE am häufigsten.



- Mit steigender Bildung nimmt die Bekanntheit des EFRE zu.
- Unter Personen mit abgeschlossenem Studium ist der EFRE am bekanntesten.



- In Oberbayern, der Oberpfalz und Unterfranken ist der EFRE am bekanntesten.
- In Schwaben kennt man den EFRE am seltensten.

Frage: Von welchen der folgenden europäischen Programme haben Sie bereits gehört?

Quelle: KANTAR EMNID | Omnibusbefragung zur Bekanntheit des EFRE im Freistaat Bayern, Befragungszeitraum 11.07.2017 – 28.07.2017, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass Männer den EFRE in Bayern häufiger kennen als Frauen. Ein möglicher Erklärungsansatz ist, dass der EFRE eher in Themenbereichen eingesetzt wird, die für Männer aus beruflichen oder privaten Gründen relevanter beziehungsweise interessanter sind als für Frauen. Dies dürfte sowohl für die Themen Forschung und Innovation als auch im Besonderen für die Themen Klimaschutz und Hochwasserschutz gelten. Um diese These zu verifizieren, wäre eine vergleichbare Befragung beispielsweise zur Bekanntheit des ESF interessant, der mit seinem Fokus auf Bildung, Arbeitsmarkt und Integration eher in Themen eingesetzt wird, in denen Frauen häufiger beruflich oder ehrenamtlich aktiv sind als in den zentralen Themen des EFRE.

Die zunehmende Bekanntheit des EFRE bei steigendem Alter ist ein weiterer Aspekt, der bei der Betrachtung der Befragungsergebnisse auffällt. Am bekanntesten ist der EFRE bei den über 65-jährigen. Von ihnen kennt über ein Drittel den EFRE (36 Prozent). Aber auch die 40- bis 64-jährigen kennen den EFRE überdurchschnittlich oft (33 Prozent). Innerhalb der Gruppe der 21- bis 40-jährigen steigt die Bekanntheit des EFRE mit zunehmendem Alter an. Insgesamt geben knapp 30 Prozent dieser Altersgruppe an, den EFRE zu kennen. Bei den 14- bis 20-jährigen ist die Bekanntheit des EFRE mit 22 Prozent geringer als in den anderen Altersgruppen.

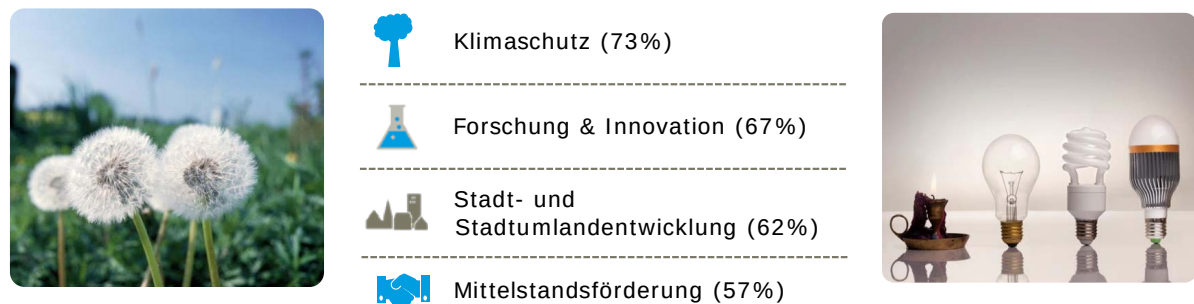
Die vergleichsweise hohe Bekanntheit des EFRE bei älteren Bevölkerungsgruppen dürfte insbesondere dadurch zu erklären sein, dass diese Altersgruppen in der Regel häufiger und intensiver Tageszeitung lesen als jüngere Menschen. Insbesondere in Regionalzeitungen wird erfahrungsgemäß regelmäßig über EFRE-geförderte Projekte in der Umgebung berichtet. Anlässe der Berichterstattung sind beispielsweise Spatenstiche größerer Infrastrukturprojekte, aber auch die (Wieder-)Eröffnung neuer oder sanierter Gebäude sowie der Bau von Hochwasserschutzanlagen. Weiterhin dürften ältere Menschen, insbesondere nach dem Eintritt in die Rente, häufiger als jüngere Menschen Ausflüge in ihrer Region unternehmen und dabei auf Schilder und Plakate aufmerksam werden, die auf die EFRE-Förderung eines Projektes hinweisen.

Die zunehmende Bekanntheit bei steigender Bildung ist ein Ergebnis, das sich vermutlich mit der thematischen Schwerpunktsetzung der Förderung erklären lässt. Eines der Schwerpunktthemen der bayerischen EFRE-Förderung, Forschung und Innovation, ist ein naturgemäß stark akademisch geprägtes Thema. Universitäten und Hochschulen sowie außeruniversitäre Forschungseinrichtungen sind die zentralen Förderempfänger in der Prioritätsachse 1 des Programms. Bei einem Großteil der unmittelbar Beteiligten sowie der Akteure, die in der unmittelbaren Umgebung dieser Projekte tätig sind, handelt es sich um wissenschaftliches Personal und Studierende der Universitäten und Hochschulen sowie der außeruniversitären Einrichtungen und somit nahezu ausschließlich um Akademiker. Weiterhin wird die Zusammenarbeit von wissenschaftlichen Einrichtungen mit Unternehmen gefördert. Auch diese Projekte dürften insbesondere bei Menschen mit einer akademischen Ausbildung auf Interesse stoßen.

Die Gründe für die regionalen Unterschiede bei der Bekanntheit des EFRE dürften teilweise mit der regionalen Schwerpunktsetzung der Förderung zu erklären sein. Die Regierungsbezirke Oberpfalz und Unterfranken gehören zu weiten Teilen zum „EFRE-Schwerpunktgebiet“, in das laut Zielstellung der EFRE-Verwaltungsbehörde rund 60 Prozent der Fördermittel fließen sollen. Es ist somit davon auszugehen, dass die Förderung hier aufgrund einer größeren Anzahl an Projekten deutlicher sichtbar ist als in anderen Regionen des Freistaates, in denen ein geringerer Teil der Fördermittel eingesetzt wird (z. B. Schwaben). Auffällig ist darüber hinaus die hohe Bekanntheit des EFRE in Oberbayern, obwohl in diesem Regierungsbezirk nur eingeschränkt Förderung möglich ist. Oberbayern ist der wirtschaftsstärkste Regierungsbezirk im Freistaat, in der Planungsregion München (Region 14) können aus dem EFRE nur Mittel für das Thema Klimaschutz eingesetzt werden. Projekte aus den anderen vier Themenbereichen sind in der Planungsregion München (Region 14) hingegen nicht förderfähig. Dass die Förderung in Oberbayern trotzdem gut bekannt ist, ist plausibel mit der vergleichsweise hohen Anzahl von öffentlichen Einrichtungen (insbesondere Verwaltungen der Staatsregierung) und sonstigen Institutionen (Interessensvertretungen, Verbände, etc.) insbesondere im Raum München zu erklären. Es kann davon ausgegangen werden, dass der EFRE bei den Mitarbeitern dieser Einrichtungen aufgrund der beruflichen Tätigkeit überdurchschnittlich bekannt ist.

Die Themen der EFRE-Förderung sind unter jenen Personen, die den EFRE kennen, unterschiedlich stark als Schwerpunkte von EU-Projekten und Initiativen präsent, wie die nachfolgende Abbildung zeigt.

Abbildung 7: Bekanntheit der Themen der Förderung bei den Personen, die den EFRE kennen



Frage: In welchen Bereichen sind Ihnen Projekte und Initiativen der Europäischen Union bekannt, die im Freistaat Bayern umgesetzt werden? | Von welchen der folgenden europäischen Programme haben Sie bereits gehört?

Quelle: KANTAR EMNID | Omnibusbefragung zur Bekanntheit des EFRE im Freistaat Bayern, Befragungszeitraum 11.07.2017 – 28.07.2017, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.

Neben Klimaschutz sind auch die weiteren Themen der EFRE-Förderung, Forschung und Innovation, Stadt- und Stadtumlandentwicklung sowie Mittelstandsförderung jeweils bei deutlich über der Hälfte der „EFRE-Kenner“ als Förderthemen der EU präsent. Die Unterschiede bei der Bekanntheit der Themen der Förderung lassen Rückschlüsse zu, wie wirksam die einzelnen Themen in die Öffentlichkeit kommuniziert werden können. Die hohe Bekanntheit von Projekten und Initiativen der EU im Bereich Klimaschutz deckt sich mit den oben dargestellten Ergebnissen. Es handelt sich um ein Thema, das für viele Menschen von großer Bedeutung ist. Dies gilt insbesondere für Regionen, in denen vermeintliche Auswirkungen des Klimawandels bereits spürbar sind (z. B. häufigere Hochwasserereignisse). Aufgrund ihrer hohen Relevanz für die Bevölkerung stoßen die Vorhaben zur Adressierung dieser Auswirkungen offenbar auf ein großes öffentliches Interesse (z. B. Hochwasserschutzmaßnahmen).

Die geringere Bekanntheit des Themas Mittelstandsförderung kann vermutlich damit erklärt werden, dass es sich oft um eine in der Regel weniger öffentlichkeitswirksame Art der Förderung handelt. Zudem ist anzunehmen, dass ein Unternehmer, der Förderung aus dem EFRE erhält, weniger auf öffentliche Wirksamkeit bedacht ist, als dies bei einem großen Forschungsprojekt einer Universität oder einer Hochwasserschutzmaßnahme der Fall ist. Die Bekanntheit der Mittelstands-

förderung bei 57 Prozent der „EFRE-Kenner“ könnte demnach weniger auf die öffentlichkeitswirksame Darstellung einzelner Vorhaben als auf die große Anzahl der geförderten Projekte und Begünstigten zurückzuführen sein.

Die Nutzung der Quellen, über die sich die Bevölkerung über EU-geförderte Projekte und Initiativen informiert, zeigt eine deutliche Tendenz: Medien sind die mit Abstand am häufigsten genutzte Informationsquelle.

Abbildung 8: Am häufigsten genutzte Informationsquellen für EU-Projekte und Initiativen von Personen, die den EFRE kennen



Aus Medien, d.h. TV, Radio, Zeitungen, Zeitschriften, Internet (83%)



Weil Freunde, Bekannte, Verwandte oder Kollegen davon erzählt haben (34%)



Durch öffentliche Hinweisschilder an Straßen, Bauwerken, Gebäuden (32%)

Frage: Woher kennen Sie Projekte und Initiativen im Freistaat Bayern, die von der Europäischen Union finanziell unterstützt werden?

Quelle: KANTAR EMNID | Omnibusbefragung zur Bekanntheit des EFRE im Freistaat Bayern, Befragungszeitraum 11.07.2017 – 28.07.2017, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.

83 Prozent der befragten Personen, die den EFRE kennen, haben sich im Fernsehen, Radio, in Zeitungen oder Zeitschriften oder im Internet über die EU-Förderung informiert. Dies lässt den Schluss zu, dass die Förderung in den Medien, die im Freistaat genutzt werden, offenbar recht präsent ist und dass die jeweiligen Artikel und Beiträge auf reges Interesse bei den Lesern beziehungsweise Zuhörern stoßen. Deutlich weniger häufig erfahren „EFRE-Kenner“ von EU-geförderten Projekten und Initiativen aufgrund von Erzählungen von Freunden, Bekannten, Verwandten sowie Kollegen oder durch Hinweisschilder an geförderten Infrastrukturen.

Breite Öffentlichkeit: Fazit

Die Ergebnisse zeigen, dass der EFRE in der bayerischen Bevölkerung insgesamt bereits gut bekannt ist. Dies gilt insbesondere für Männer, ältere Menschen und Akademiker. Thematisch ist der Klimaschutz am präsentesten, aber auch Forschung und Innovation ist ein Thema, das von „EFRE-Kennern“ häufig mit der EU-Förderung assoziiert wird. Die Medien sind die mit Abstand wichtigste Informationsquelle, um sich im Freistaat über EU-Förderung zu informieren. Die von Begünstigten anzubringenden Schilder oder Plakate, mit denen auf die Förderung hingewiesen wird, sind dagegen offenbar weniger gut geeignet, um die Bekanntheit des EFRE in der breiten Öffentlichkeit weiter zu steigern.

Neben der hohen Bekanntheit insgesamt zeigen die Ergebnisse auch, in welchen Teilen der Bevölkerung der EFRE noch weniger bekannt ist. Insbesondere bei jüngeren Menschen sowie bei Frauen und weniger gebildeten Personen besteht Optimierungspotential. Hinsichtlich der regionalen Unterschiede fällt auf, dass die Menschen im Regierungsbezirk Oberfranken, der zum EFRE-Schwerpunktgebiet zählt, den EFRE deutlich weniger oft kennen als in anderen Regierungsbezirken (Ausnahme Schwaben).

2.2 Potentielle Begünstigte: Bekanntheit der Fördermöglichkeiten und Inanspruchnahme der Förderung aus dem EFRE IWB Bayern

Zielgruppe

Die potentiellen Begünstigten sind alle jene Akteure, die im EFRE-OP in mindestens einer der Maßnahmen eine Förderung erhalten können.

Abbildung 9: Potentielle Begünstigten gemäß Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern

Potentielle Begünstigte	Unternehmen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Gebietskörperschaften, Landesfachbehörden, Träger von Bildungseinrichtungen sowie sonstige Organisationen
--------------------------------	--

Quelle: Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Ziel

Ziel der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen für potentielle Begünstigte ist, diese über die Fördermöglichkeiten des EFRE zu informieren (vgl. Artikel 115 ESIF-VO). In der Kommunikationsstrategie wird dieses Ziel weiter untersetzt. Demnach soll potentiell Begünstigten „...ein systematischer, einfacher und schneller Zugriff auf und Überblick über die verschiedenen Fördermöglichkeiten und die zuständigen Ansprechpartner aufgezeigt...“ werden (vgl. Kommunikationsstrategie S. 7).

Maßnahmen

Bis Juli 2017 wurden insbesondere von der EFRE-Verwaltung, aber auch von Multiplikatoren zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, um die potentiellen Begünstigten über die Fördermöglichkeiten des EFRE zu informieren. Die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der Begünstigten sind für die Information der potentiellen Begünstigten ebenfalls wichtig, da sie anhand konkreter Projektbeispiele indirekt auf die Fördermöglichkeiten im EFRE aufmerksam machen.

Abbildung 10: Spezifische Maßnahmen zur Information der potentiellen Begünstigten über die Fördermöglichkeiten des EFRE

Spezifische Maßnahmen zur Information der potentiellen Begünstigten über die Fördermöglichkeiten des EFRE
Maßnahmen der EFRE-Verwaltung und Multiplikatoren
• Anlaufstellen und Ansprechpartner • Bereitstellung von Informationen zu den Förderbereichen und dem Fördergebiet, zu den Förderbedingungen und zum Antragsverfahren • Programmdokumente und Rechtsgrundlagen • Publikationen • Veranstaltungen
Maßnahmen der Begünstigten
• Verwendung des EFRE-Förderhinweises (EU-Logo plus Hinweis auf EU und EFRE) bei allen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen • Anbringen eines Plakats, eines Hinweisschildes oder einer Erläuterungstafel • Hinweis auf die Förderung durch die EU sowie kurze Beschreibung des Vorhabens auf der Webseite (falls vorhanden) • Individuelle Kommunikationsmaßnahmen (z. B. Erwähnung des geförderten Projekts im Newsletter, eigene Internetseite für das Projekt)

Quelle: Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern und eigene Recherche, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Untersuchung des Beitrags der Maßnahmen für die potentiellen Begünstigten zur Information über die Fördermöglichkeiten

Die EFRE-Förderung wird im Freistaat Bayern seit Jahren erfolgreich umgesetzt und verzeichnet eine hohe Inanspruchnahme. Dies deutet daraufhin, dass im Rahmen der Förderung wirksame unterstützende Maßnahmen zur Information der potentiellen Begünstigten umgesetzt und hierbei die relevanten Multiplikatoren eingebunden und alle notwendigen Informationen bereitgestellt werden: Im Ergebnis werden offenbar die richtigen potentiellen Begünstigten angesprochen und informiert.

Ein zentraler Akteur zur Bereitstellung von Informationen über die Fördermöglichkeiten ist die EFRE-Verwaltungsbehörde. Auf der Internetseite stehen umfassende Informationen zu den Förderbereichen, den Förderbedingungen und dem Antragsverfahren bereit. Darüber hinaus agiert die EFRE-Verwaltungsbehörde als direkter Ansprechpartner für potentielle Begünstigte. Diese Funktion nehmen darüber hinaus auch die zuständigen Fachministerien⁷ und die Regierungen wahr. Die Fachministerien informieren entlang der Themen, die in ihre fachliche Zuständigkeit fallen sowie über grundsätzlich verfügbare Fördermöglichkeiten und verweisen für genauere Informationen teilweise auch an zuständige Ansprechpartner im Ministerium oder anderen Einrichtungen (z. B. die Bayerische Forschungsallianz im Fall von Förderung im Bereich Forschung und Innovation). Die Regierungen informieren (in den meisten Fällen) auf ihren Internetseiten noch konkreter über Fördermöglichkeiten. Sie verweisen direkt auf die Internetseiten der zuständigen Stellen, bieten für einige EFRE-geförderte Maßnahmen auch die erforderlichen Antragsunterlagen zum Download an oder nennen die jeweils zuständigen Ansprechpartner in den Regierungen.

Die Publikationen, eine Broschüre mit allgemeinen Informationen zum Operationellen Programm sowie die jährlich aktualisierte Bürgerinfo, sind weitere Maßnahmen zur Information potentieller Begünstigter. Insbesondere die Bürgerinfo wird, unter anderem von der Europäischen Kommission, als sehr gutes Beispiel für eine anschauliche und verständliche Darstellung der EFRE-Förderung genannt. Die hohe Nachfrage und daraus resultierende hohe Auflage von rund 3.100 Stück im Jahr 2016 beziehungsweise 3.500 Stück im Jahr 2017 ist ein Hinweis darauf, dass die Bürgerinfo eine sehr gut geeignete Maßnahme darstellt, um über die Fördermöglichkeiten im EFRE zu informieren.

Weiterhin wurden mehrere Veranstaltungen durchgeführt, um potentielle Begünstigte (in diesem Fall insbesondere Kommunen) ausführlich über die Fördermöglichkeiten im EFRE 2014-2020 zu informieren. Die hohe Beteiligung (insgesamt rund 240 Teilnehmer) und positive Resonanz (hochrangige Teilnehmer) bestätigen, dass es sich bei den Veranstaltungen um gut geeignete Formate handelt, um potentielle Begünstigte ausführlich und teilweise auch sehr zielgruppenspezifisch über die Förderung zu informieren.

Neben den dargestellten Maßnahmen der EFRE-Verwaltung sowie der Multiplikatoren, tragen erwartungsgemäß auch die Begünstigten wesentlich dazu bei, interessierte Akteure und somit potentielle Begünstigte über die Fördermöglichkeiten im EFRE zu informieren. Insbesondere der informelle Austausch zwischen Bekannten und Kollegen sowie Veranstaltungen, in denen das geförderte Vorhaben präsentiert wird, sind sehr gut geeignet, um fachlich interessierte Akteure (zu denen auch die potentiellen Begünstigten zählen) anhand konkreter Beispiele auf die Fördermöglichkeiten im EFRE aufmerksam zu machen (vgl. 3.2 und 3.6).

⁷ Dies sind das Staatsministerium für Wirtschaft, Energie und Technologie, das Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst, Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr /, Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz.

Potentielle Begünstigte: Fazit

Die hohe Inanspruchnahme der Förderung seit dem Beginn der Förderperiode bestätigt, dass die potentiellen Begünstigten offenbar sehr gut und gezielt über die Fördermöglichkeiten im EFRE informiert sind. Dies lässt den Schluss zu, dass die Maßnahmen für diese Zielgruppe, die von der EFRE-Verwaltung umgesetzt werden, sehr wirksam sind und den potentiellen Begünstigten die benötigten Informationen in geeigneter Art und Weise vermitteln. Neben den Maßnahmen der EFRE-Verwaltung tragen auch die Begünstigten mit ihren Kommunikationsmaßnahmen dazu bei, dass potentielle Begünstigte anhand konkreter Projektbeispiele von den Fördermöglichkeiten im EFRE erfahren. Hier sind insbesondere der informelle Austausch zwischen Kollegen und Bekannten sowie die Durchführung von Veranstaltungen, auf denen das geförderte Vorhaben präsentiert wird, zu nennen.

2.3 Begünstigte: Effektive Unterstützung bei der Erfüllung der Informations- und Kommunikationspflichten und bei der Umsetzung weiterer Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

Zielgruppe

Die Begünstigten sind alle jene Akteure, die im EFRE-OP in mindestens einer der Maßnahmen eine Förderung erhalten haben.

Abbildung 11: Begünstigte gemäß Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern

Begünstigte	Unternehmen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Gebietskörperschaften, Landesfachbehörden, Träger von Bildungseinrichtungen sowie sonstige Organisationen
--------------------	--

Quelle: Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Ziel

Den Begünstigten sollen insbesondere von der EFRE-Verwaltung, aber auch von Multiplikatoren Materialien zur Verfügung gestellt werden, damit diese die europäischen Vorgaben hinsichtlich der Umsetzung von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen erfüllen können und so einen Beitrag leisten, die Bekanntheit der Förderung weiter zu erhöhen (vgl. Artikel 115 ESIF-VO).

Maßnahmen

Für die Begünstigten werden von der EFRE-Verwaltung ebenfalls fortlaufend Maßnahmen umgesetzt, um diese über die europäischen Vorgaben hinsichtlich der Umsetzung von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zu informieren.

Abbildung 12: Spezifische Maßnahmen zur Information der Begünstigten über ihre Informations- und Kommunikationspflichten

Spezifische Maßnahmen zur Information der Begünstigten über die europäischen Vorgaben hinsichtlich der Umsetzung von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen
Maßnahmen der EFRE-Verwaltung
• Bereitstellung der EFRE-Nebenbestimmungen • Bereitstellung von Mustertexten, Plakatvorlagen und dem Logo • Übermittlung von Kontaktinformationen für Ansprechpartner • Einholen des Einverständnisses bzw. explizite Information über die Veröffentlichung in der Liste der Vorhaben⁸

Quelle: Kommunikationsstrategie EFRE IWB Bayern und eigene Recherche, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Um die Maßnahmen der EFRE-Verwaltung für die Begünstigten treffend und anhand konkreter Rückmeldungen einschätzen zu können, wurde eine Onlinebefragung der Begünstigten sowie der Mitglieder des EFRE-Begleitausschusses durchgeführt.

⁸ Die genauen Vorgaben für die unterschiedlichen Gruppen von Begünstigten sind in der Anlage 7b) des Förderhandbuchs dargestellt.

Methodik: Onlinebefragungen der Begünstigten und der Mitglieder des EFRE-Begleitausschusses

Die Onlinebefragung der Begünstigten lief über einen Zeitraum von knapp zwei Monaten, vom 08. August 2017 bis zum 29. September 2017. Insgesamt wurden 223 Begünstigte aufgefordert, an der Befragung teilzunehmen. Nach dem Versand von zwei Erinnerungs-E-Mails während des Befragungszeitraums nahmen insgesamt 86 Begünstigte an der Befragung teil.⁹ Dies entspricht einer für eine Onlinebefragung guten Rücklaufquote von 35 Prozent.

Die Verteilung der Begünstigten, die an der Befragung teilgenommen haben, nach Maßnahmengruppen entspricht weitgehend der Verteilung der geförderten Vorhaben auf die Maßnahmengruppen insgesamt. Dies gilt auch für die Verteilung der Begünstigten nach Regierungsbezirken. Dort fällt lediglich auf, dass der Anteil der Befragten aus Niederbayern geringer ist als der Anteil der Vorhaben in diesem Regierungsbezirk im OP insgesamt.

Die Onlinebefragung der Mitglieder des Begleitausschusses lief parallel zur Befragung der Begünstigten. Es wurden 37 Mitglieder des Begleitausschusses sowie deren Stellvertreter/innen aufgefordert, an der Befragung teilzunehmen. Pro Mitglied und Stellvertreter/in wurde jeweils ein Befragungslink versendet, sodass entweder das Mitglied selbst oder der/die Stellvertreter/in an der Befragung teilnehmen konnte.

Nach dem Versand von zwei Erinnerungs-E-Mails nahmen insgesamt 30 Mitglieder beziehungsweise Stellvertreter/innen an der Befragung teil, was einer Rücklaufquote von 81 Prozent entspricht.

Beide Befragungen wurden mit der Befragungssoftware SurveyXact durchgeführt und mithilfe des Statistik-Tools SPSS ausgewertet.

Aufwand für die Umsetzung der Informations- und Kommunikationspflichten

Von rund einem Drittel der Begünstigten und der Mitglieder des BGA wird der Aufwand für die Umsetzung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten als gering eingeschätzt. Dies bedeutet, dass der zeitliche Aufwand als gering angesehen wird, kein Vorwissen nötig ist und die entstehenden Kosten sehr gering sind, um die jeweiligen Pflichten zu erfüllen. Weitere rund 50 Prozent der Begünstigten und 60 Prozent der BGA-Mitglieder geben an, dass der zeitliche Aufwand vertretbar ist, etwas Vorwissen nötig ist und die Kosten, in Relation zu den erhaltenen Fördermitteln, eher gering sind. Die sehr guten Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung dürften diese Einschätzung maßgeblich beeinflussen, da die oft als sehr technisch und wenig praxisnah empfundenen europäischen Vorgaben insbesondere von wenig EFRE-erfahrenen Begünstigten nur schwer zu verstehen sind.

Die Ergebnisse deuten somit auf eine sorgfältige Erläuterung der geltenden Vorgaben durch die EFRE-Verwaltung, ein gutes Verständnis bei den Begünstigten sowie, wo benötigt, effektive Unterstützung durch insbesondere die Verwaltungsbehörde hin. Nur vereinzelt schätzen Begünstigte den Aufwand für die Umsetzung der Informations- und Kommunikationspflichten als hoch ein. Begründet wird diese Einschätzung insbesondere mit dem Umfang der umzusetzenden Pflichten, den administrativen Anforderungen und dem Verhältnis von erhaltenen Fördermitteln und zeitlichem Aufwand für die Erfüllung dieser Pflichten.

Die Verwendung des EFRE-Förderhinweises auf allen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen wird dann als hoher Aufwand eingestuft, wenn von den Begünstigten eine Vielzahl an z. B.

⁹ Sieben Begünstigte schlossen die Befragung nicht vollständig ab. Da diese den Befragungsteil zur Umsetzung eigener Informations- und Kommunikationsmaßnahmen jedoch alle beantworteten, wurden sie in die Auswertung mit aufgenommen.

Werbeplakaten erstellt wird. Auch das Auffinden z. B. von passenden Logos innerhalb einer Vielzahl von Logo-Vorlagen wurde vereinzelt als aufwendig beschrieben. Wurde das Anbringen eines Plakats als aufwendig bewertet, wurde dies mit hohen Kosten sowie einem erheblichen Zeitaufwand und einem geringen Nutzen begründet.

Von den 34 Prozent der Begünstigten, die bereits in der vorangegangenen Förderperiode eine Förderung aus dem EFRE Bayern erhalten haben und an der Onlinebefragung teilgenommen haben, schätzt rund die Hälfte den Aufwand in der aktuellen Förderperiode als etwas höher ein als in der Förderperiode 2007-2013. 10 Prozent sehen einen deutlich höheren Aufwand. Maßgeblich für diese Einschätzung sind eine größere individuelle Anzahl an Kommunikationsmaßnahmen einzelner Begünstigter sowie die als detaillierter wahrgenommenen Vorgaben und die daraus resultierende engere Kontrolle der korrekten Umsetzung der Informations- und Kommunikationspflichten. 38 Prozent sehen den Aufwand für die Erfüllung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten als unverändert gegenüber der vorherigen Förderperiode an.

Die Einschätzungen der Begünstigten spiegeln die übergreifende Wahrnehmung vieler an der EFRE-Förderung beteiligter Akteure wider: Die Vorgaben sind in der aktuellen Förderperiode erkennbar detaillierter geworden, was sich auch in einer gegenüber der vorherigen Förderperiode noch dezidierten Kontrolle zeigt. Es ist anzunehmen, dass aus einer strengeren Kontrolle auch häufigere Erfordernisse für Nachbesserungen resultieren. Vor diesem Hintergrund ist positiv zu bewerten, dass die Angebote der EFRE-Verwaltung bei über einem Drittel der Begünstigten offenbar so effektiv sind, dass aus den detaillierteren Vorgaben und damit einhergehenden höheren Anforderungen an die Begünstigten keine zusätzlichen Aufwände entstehen.

Inanspruchnahme von Unterstützungsangeboten der EFRE-Verwaltung

Im Zuge der Bewilligung ihres Vorhabens erhalten alle Begünstigten die erforderlichen Informationen zu den für sie geltenden Informations- und Kommunikationspflichten. Diese sind in den EFRE-Nebestimmungen als Anlage zum Bewilligungsbescheid aufgeführt. Darüber hinaus werden Begünstigte über bereitgestellte Mustertexte (inkl. Plakatvorlage) und das zu verwendende Logo in unterschiedlichen Ausführungen und Formaten informiert. Zusätzlich erhalten die Begünstigten die Kontaktinformationen der Ansprechpartner in ihrer jeweiligen Bewilligungsstelle und der Verwaltungsbehörde (hier insbesondere die Kommunikationsbeauftragte des EFRE). Gemäß der formalen Anforderung unterrichtet die EFRE-Verwaltung die Begünstigten im Zuge der Bewilligung zudem darüber, dass sie sich mit der Annahme der Förderung mit der Aufnahme in die veröffentlichte Liste der Vorhaben einverstanden erklären (vgl. Artikel 115 Absatz 2 ESIF-VO).

Neben den Informationen, die alle Begünstigten im Zuge der Bewilligung erhalten, stehen den Begünstigten weitere Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung zur Verfügung. Die nachfolgende Abbildung zeigt, dass ein Großteil der Begünstigten diese weiteren Unterstützungsangebote in Anspruch nimmt, um die Informations- und Kommunikationspflichten zu erfüllen sowie teilweise weitere Informations- und Kommunikationsmaßnahmen umzusetzen.

Abbildung 13: Von den Begünstigten in Anspruch genommene Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung



Hinweis und Empfehlungen zur Umsetzung der IuK-Vorschriften auf der Internetseite (63%)



Direkte Kontaktaufnahme mit der Ansprechpartnerin für IuK-Maßnahmen (56%)



Bestellung von Broschüren (4%)

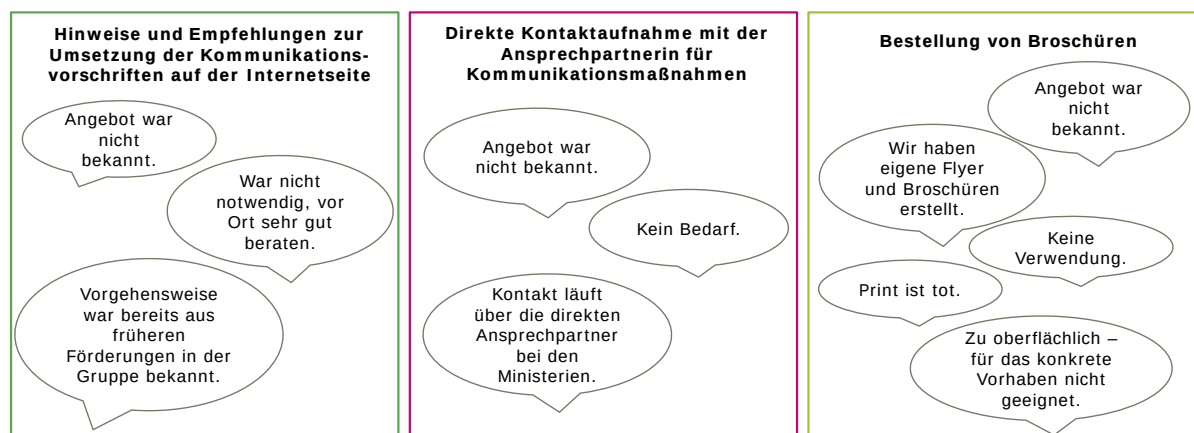
*Frage: Welche weiteren (neben den oben genannten) Unterstützungsangeboten der EFRE-Verwaltung haben Sie in der Förderperiode 2014-2020 bereits in Anspruch genommen? – Mehrfachnennungen möglich.
Quelle: Onlinebefragung der Begünstigten, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.*

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass insbesondere die Hinweise und Empfehlungen zur Umsetzung der Informations- und Kommunikationsvorschriften auf der Internetseite des EFRE IWB Bayern sowie die direkte Kontaktaufnahme mit der zuständigen Ansprechpartnerin in der EFRE-Verwaltungsbehörde intensiv in Anspruch genommen werden. Dagegen erscheint die Möglichkeit, Broschüren zu bestellen, für die Begünstigten ein erkennbar weniger relevantes Unterstützungsangebot darzustellen.

Neben den dargestellten Unterstützungsangeboten haben 11 Prozent der Befragten angegeben, andere Unterstützungsangebote in Anspruch genommen zu haben. Es handelte sich dabei beispielsweise um die Einbindung eines Ministeriumsvertreters bei einer Veranstaltung und um die Teilnahme an einem Seminar zur Berichtslegung. Auch diese Unterstützungsangebote werden von den jeweiligen Befragten tendenziell als nützlich angesehen.

Trotz der insgesamt hohen Inanspruchnahme der Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung werden diese von einigen Begünstigten bislang (noch) nicht genutzt. 11 Prozent der Befragten haben bislang keines der aufgeführten Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung in Anspruch genommen.

Abbildung 14: Gründe für die Nichtinanspruchnahme der Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung für die Begünstigten



*Frage: Aus welchem Grund haben Sie diese Angebote nicht in Anspruch genommen?
Quelle: Onlinebefragung der Begünstigten, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.*

Die Gründe für die Nichtinanspruchnahme der Unterstützungsangebote sind vielfältig. Sie hängen zumeist nicht mit der Qualität der Angebote zusammen. Die Befragungsergebnisse zeigen zum einen, dass die Angebote nicht allen Begünstigten bekannt sind oder dass Begünstigte bereits

über ausreichende eigene Kenntnisse verfügen, um die geltenden Pflichten zu erfüllen. Zum anderen dürften auch die Veränderungen bei der Mediennutzung und Informationsbeschaffung insgesamt einen Einfluss haben. So ist seit einigen Jahren zu beobachten, dass Printprodukte weniger stark und stattdessen Onlineformate verstärkt genutzt werden.¹⁰ Die Rückmeldungen der Begünstigten zeigen, dass das Angebot, Broschüren zu bestellen, für Begünstigte insgesamt recht wenig relevant ist. Dies wird neben der sehr geringen Inanspruchnahme auch an den genannten Gründen für die Nichtinanspruchnahme sichtbar.

Nutzen der Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung

Die Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung für die Begünstigten bei der Umsetzung ihrer Informations- und Kommunikationsmaßnahmen werden von den Befragten als sehr nützlich eingeschätzt.

Abbildung 15: Anteil der Begünstigten, die in den Unterstützungsangeboten der EFRE-Verwaltung einen hohen Nutzen sehen¹¹



Direkte Kontaktaufnahme mit der Ansprechpartnerin für Kommunikationsmaßnahmen (63%)



Hinweise und Empfehlungen zur Umsetzung der Kommunikationsvorschriften auf der Internetseite des EFRE IWB (33%)

Frage: Welche weiteren (neben den oben genannten) Unterstützungsangeboten der EFRE-Verwaltung haben Sie in der Förderperiode 2014-2020 bereits in Anspruch genommen? | Wie schätzen Sie den Nutzen der Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung für die Umsetzung Ihrer IuK-Pflichten ein? – Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Onlinebefragung der Begünstigten, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.



„Der persönliche Kontakt und die individuellen, zeitnahen Informationen waren sehr hilfreich.“ (Begünstigter)

Rund 98 Prozent der Begünstigten, die in direktem Kontakt mit der Ansprechpartnerin für Kommunikationsmaßnahmen standen, schätzen den Nutzen der erhaltenen Unterstützung für die Umsetzung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten als hoch oder mittel ein. Unter diesen Begünstigten sehen rund

zwei Drittel (63 Prozent) in der Kontaktaufnahme einen hohen Nutzen. Dies bedeutet, dass den Begünstigten unmittelbar und sehr praxisnah aufgezeigt wurde, welche Pflichten bestehen und was zu tun ist, um diese zu erfüllen. Die Begünstigten, die in der direkten Kontaktaufnahme mit der Ansprechpartnerin einen mittleren Nutzen sehen, sehen die Hinweise ebenfalls als hilfreich an, mussten diese allerdings teilweise noch auf ihren konkreten Fall anpassen.

Die Rückmeldungen der Begünstigten zeigen, dass die Möglichkeit der direkten Kontaktaufnahme mit der Ansprechpartnerin in der EFRE-Verwaltungsbehörde als schnelle und zuverlässige Unterstützung empfunden wird. Dies gilt besonders im Fall von Fragen, die nicht mit Hilfe der Hinweise auf der Internetseite beantwortet werden können. In diesem Zusammenhang wird vor allem ausgeführt, dass konkrete Fragen zur Umsetzung der Informations- und Kommunikationspflichten in der Praxis (z. B. die Einhaltung der vorgeschriebenen Reihenfolge der Fördernachweise und Logos auf verschiedenen Werbemitteln) auf den Einzelfall bezogen verlässlich beantwortet und so formale Fehler der Begünstigten vermieden werden.

¹⁰ Siehe hierzu unter anderem drupa Global Insights Oktober 2014: „Die Folgen des Internet auf Print – die digitale Flut“, online verfügbar unter: http://www.drupa.com/cgi-bin/md_drupa/lib/all/lob/return_download.cgi/insights_summary_de.pdf?ticket=g_u_e_s_t&bid=1648&no_mime_type=0

¹¹ Die Einschätzung des Nutzens der Bestellung von Broschüren wird hier aufgrund einer zu geringen Fallzahl (n=1) nicht abgebildet.

Auch die Hinweise und Empfehlungen zur Umsetzung der Kommunikationspflichten auf der Internetseite haben für die große Mehrheit der Begünstigten einen hohen (33 Prozent) oder mittleren (53 Prozent) Nutzen. Dies bedeutet, dass den Begünstigten sehr gut verständlich erläutert wird, welche Pflichten zu erfüllen sind und dass die zum Download angebotenen Vorlagen sehr gut zu verwenden sind. Ein kleiner Anteil der Begünstigten schätzt den Nutzen dieser Hinweise allerdings als gering ein.



„Über die Internetseite sind Informationen leicht und jederzeit abrufbar.“
(Begünstigter)

Die schnelle und einfache Informationsbeschaffung, die jederzeit über die Internetseite möglich ist, wird von den Begünstigten als besonders nützlich beschrieben. Der Nutzen besteht für die Begünstigten insbesondere in der Informationsbeschaffung zu Richtlinien und zu formellen Fragen hinsichtlich der Umsetzung ihrer Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sowie der Vermittlung von relevanten Ansprechpartnern für weiterführende Fragen. In Anbetracht der oft eher technischen und wenig praktisch formulierten europäischen Anforderungen ist diese Einschätzung der Begünstigten sehr positiv zu bewerten. Neben der insgesamt sehr positiven Rückmeldung zu den Hinweisen und Empfehlungen auf der Internetseite wurde vereinzelt angemerkt, dass die dort bereitgestellten Informationen zu allgemein gehalten seien und der Nutzen deshalb eher niedrig sei.

Begünstigte: Fazit

Insgesamt schätzen die Begünstigten den Aufwand für die Erfüllung der Informations- und Kommunikationspflichten als nicht sehr hoch ein. Dies ist mit Blick auf die durchaus umfangreichen und sehr detaillierten Vorgaben hinsichtlich der zu erfüllenden Pflichten positiv zu bewerten. Die Rückmeldung lässt darauf schließen, dass die Angebote der EFRE-Verwaltung die Begünstigten sehr effektiv unterstützen.

Die positiven Rückmeldungen der Begünstigten zu den Unterstützungsangeboten, die diese zur Erfüllung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten von der EFRE-Verwaltung insgesamt und der Verwaltungsbehörde im Besonderen erhalten, bestätigt die passgenaue Ausgestaltung und die effektive Umsetzung dieser Angebote.

Um die Unterstützungsangebote bei den Begünstigten noch besser bekannt zu machen, erscheint es zielführend, diese noch prominenter zu platzieren beziehungsweise noch expliziter auf die Angebote hinzuweisen. Dies könnte beispielsweise in der entsprechenden Rubrik auf der Internetseite (Information und Kommunikation) oder durch das Beilegen eines Hinweisblattes zu den EFRE-Nebenbestimmungen, in denen auch die IuK-Pflichten erläutert sind, erfolgen.

3. UMSETZUNG UND EFFEKTE DER INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSMAßNAHMEN IM EFRE IWB BAYERN

In diesem Kapitel werden die bisher umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen im EFRE IWB Bayern dargestellt und Ansatzpunkte für die weitere Verbesserung identifiziert. Das Kapitel ist entlang der unterschiedlichen Maßnahmen gegliedert. Wo zielführend wird auf die Bedarfe der unterschiedlichen Zielgruppen der Kommunikationsstrategie eingegangen.

Nachfolgend sind die Kategorien der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die bis Juli 2017 im Rahmen des EFRE IWB Bayern umgesetzt wurden und zu denen detaillierte Informationen vorliegen, dargestellt. Neben den in der Kommunikationsstrategie vorgesehenen Maßnahmen ist auch der informelle Austausch aufgeführt, da dieser für die Begünstigten eine wichtige und häufig umgesetzte Informationsmaßnahme darstellt.



Internetseite



Veranstaltungen und Roll-Ups



Broschüren, Faltblätter und Flyer



Werbematerialien



Presseinformationen



Informeller Austausch

3.1 Internetseite



Mit Beginn der Förderperiode 2014-2020 wurde ein neuer Internetauftritt für die EFRE-Förderung in Bayern eingerichtet, der umfassend über die EFRE-IWB-Förderung im Freistaat informiert. Unter anderem werden den Besuchern der Internetseite Beispiele geförderter Vorhaben sowie Pressemitteilungen zu aktuellen Entwicklungen rund um die Förderung präsentiert. Dokumente wie die Bürgerinfo, ein EFRE-Factsheet sowie die Liste der Vorhaben stehen zum Download bereit.

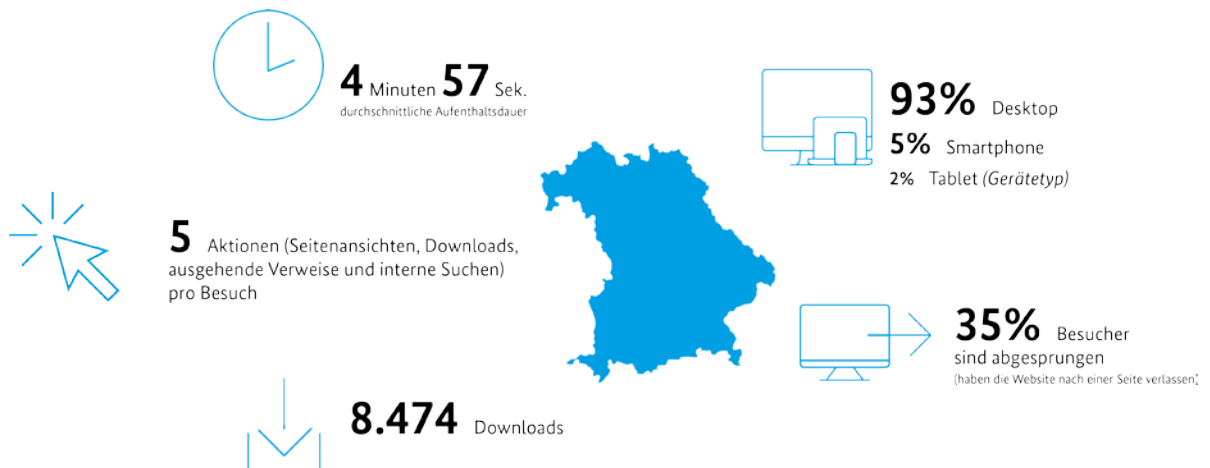
3.1.1 Gegenwärtige Umsetzung

Nutzung der Internetseite

Die Nutzerstatistik der Internetseite liefert relevante Hinweise, was die Besucher besonders interessiert und welche Angebote besonders stark in Anspruch genommen werden. Die folgenden Auswertungen basieren auf Kennzahlen, die im Zeitraum von 01. Januar bis 30. Juni 2017 mit Hilfe des Internetseiten-Statistiktools PIWIK erfasst wurden.¹² Sie umfassen Daten der Internetseite www.efre-bayern.de und enthalten somit Informationen über alle Unterseiten der übergeordneten EFRE-Seite.¹³ Wo auf Grundlage der Daten möglich, werden im Folgenden Ergebnisse mit einem eindeutigen Bezug auf die EFRE-IWB-Seite besonders hervorgehoben.

Bei der Analyse der Nutzung ist zu berücksichtigen, dass keine unmittelbar vergleichbaren Daten für andere, gleichartige Internetseiten vorliegen. Eine Bewertung der einzelnen Kennzahlen ist aus diesem Grund nur eingeschränkt möglich.

Abbildung 16: Besucherstatistik der Internetseite www.efre-bayern.de



Quelle: PIWIK Auswertung | Internetseite www.efre-bayern.de; Auswertungszeitraum 01.01.2017 bis 30.06.2017, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.



Die durchschnittliche Verweildauer der Besucher auf der Internetseite beträgt knapp fünf Minuten. Dies spricht dafür, dass die dargestellten Informationen zur Kenntnis genommen werden.

¹² Bis Ende 2016 wurde die Analyse der Internetseite durch das StMWi mit Hilfe eines anderen Statistik-Tools (AWStats) durchgeführt. Aus diesem Grund kann kein Vergleich der folgend dargestellten Ergebnisse mit vorherigen Analysen erfolgen.

¹³ Dies umfasst die folgenden Unterseiten mit den Schwerpunkten IWB (www.efre-bayern.de/investitionen-in-wachstum-und-beschaeftigung/), ETZ (www.efre-bayern.de/europaeische-territoriale-zusammenarbeit/), EFRE 2007-2013 (www.efre-bayern.de/efre-2007-2013/), EU-Strukturpolitik nach 2020 (www.efre-bayern.de/eu-strukturpolitiknach2020/) sowie Kontakt (www.efre-bayern.de/kontakt/) mit allen zugehörigen Unterseiten.



Die Absprungrate zeigt, dass bei 35 Prozent aller Besuche nur eine (Unter-)Seite aufgerufen wurde. Das heißt, dass der Besucher die Internetseite auf der Einstiegsseite¹⁴ direkt wieder verlassen hat. Einstiegsseite können dabei sowohl die Startseite (www.efre-bayern.de) als auch alle Unterseiten (wie z. B. die IWB-Seite www.efre-bayern.de/investitionen-in-wachstum-und-beschaeftigung) sein. Das schnelle Wiederverlassen der Internetseite lässt vermuten, dass einige Besucher direkt auf der von ihnen zuerst aufgerufenen Einstiegsseite die Informationen fanden, nach denen sie z. B. über die Eingabe in Suchmaschinen suchten. Dass 65 Prozent der Besucher weitere Unterseiten aufrufen, kann auf einen hohen Informationsgehalt der Internetseite, aber auch auf längere Suchvorgänge der Nutzer, in deren Verlauf mehrere Unterseiten besucht werden, hindeuten.



Der Zugriff auf die Internetseite erfolgte mit Abstand am häufigsten über Desktopgeräte (93 Prozent). Fünf Prozent der Besucher griffen über das Smartphone und zwei Prozent über das Tablet auf die EFRE-Internetseite zu. Bezüglich des Zugriffs über die mobilen Endgeräte Smartphone und Tablet fällt das sehr gut umgesetzte Responsive Design¹⁵ der Internetseite auf, welches schnelle und gut funktionierende Zugriffe über diese Geräte ohne den Verlust relevanter Informationen und ohne grafische Probleme ermöglicht.

Es ist anzunehmen, dass Zugriffe über das Smartphone vorrangig für die schnelle und konkrete Informationssuche genutzt werden und dass weniger häufig ein ausführlicheres Informationsinteresse der Anlass ist. Diese Annahme bestätigt sich mit Blick auf die doppelt so hohe Absprungrate bei einem Besuch über das Smartphone im Vergleich zu einem Besuch über ein Desktopgerät (69 Prozent für Smartphones, 33 Prozent für Desktopgeräte) sowie aus der durchschnittlich kürzeren Verweildauer von Smartphone-Nutzern auf der Internetseite.



Durchschnittlich wurden auf der Internetseite pro Besuch fünf Aktionen getätigt. Dabei kann es sich um das Aufrufen verschiedener Seiten, Downloads, den Aufruf ausgehender Verweise oder interne Suchvorgänge handeln. Die am häufigsten getätigte Aktion waren eindeutige Seitenansichten¹⁶, gefolgt von Downloads der bereitgestellten Dokumente und der Nutzung eines ausgehenden Links, z. B. auf eine externe Internetseite.

Die nähere Betrachtung der aufgerufenen (Unter-)Seiten sowie der Downloads deutet darauf hin, dass die EFRE-Internetseite insbesondere potentielle Begünstigte und Begünstigte sowie die an der Programmumsetzung beteiligten Akteure anspricht. Den Informationen zum EFRE-IWB kommt dabei mit einer besonders hohen Zahl an Aufrufen eine besondere Bedeutung zu, wie die nachfolgende Tabelle mit den am häufigsten angesehenen Seiten zeigt.

Tabelle 2: Eindeutige Seitenansichten - Top 10 (sortiert nach der Anzahl der Seitenaufrufe)

Aufgerufene Seite
Startseite www.efre-bayern.de
Startseite IWB
Startseite IWB (intern)
IWB Förderhandbuch (intern)
IWB Information und Kommunikation
Startseite ETZ

¹⁴ Die Einstiegsseite ist die Seite, die von einem Besucher als erstes aufgerufen wurde und kann die Startseite www.efre-bayern.de oder auch alle Unterseiten bezeichnen.

¹⁵ Unter „Responsive Design“ versteht man die Optimierung von Internetseiten für Zugriffe über Smartphones und Tablets. Durch die gestalterische und technische Umsetzung eines Responsive Designs sind Informationen der Internetseite so angeordnet und dargestellt, dass sie über einen Touchscreen aufgerufen werden können und auf die Eigenschaften des jeweiligen Endgeräts reagieren.

¹⁶ Definition eindeutiger Seitenansichten nach PIWIK-Glossar: „Die Summe der Klicks auf die Einzelseiten. Sollte die Seite mehrmals bei einem Besuch aufgerufen worden sein, so wird die nur einmal gezählt.“

IWB Programmdokumente
 IWB Förderbereiche
 IWB EFRE-Fördergebiet
 IWB EFRE-Förderbedingungen

Quelle: PIWIK Auswertung | Internetseite www.efre-bayern.de; Auswertungszeitraum 01.01.2017 bis 30.06.2017, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Die Statistik der eindeutigen Seitenansichten bestätigt, dass Begünstigte die EFRE-Internetseite häufig im Zusammenhang mit der Umsetzung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten nutzen (vgl. auch Kapitel 2.2). Dies spiegelt sich auch in den Downloads wieder: Von allen zum Download zur Verfügung stehenden Dokumenten wurde beispielsweise die DIN A3-Plakat-Vorlage am häufigsten heruntergeladen. Außerdem weisen die Downloads des Kapitel II Artikel 115 Absatz 4 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (Allgemeine Verordnung ESI-Fonds) sowie der zugehörige Anhang XII „Information und Kommunikation über die Unterstützung aus den Fonds“ eine besonders hohe Anzahl an Downloads auf.

Einen dritten und relativ starken Anteil der eindeutigen Seitenansichten der EFRE-Internetseite machen interne Unterseiten aus. Dies verdeutlicht, dass auch an der Programmumsetzung beteiligte Stellen, vermutlich überwiegend Mitglieder des Begleitausschusses, die Internetseite z. B. zum Abruf von Dokumenten wie den BGA-Sitzungsprotokollen, nutzen.

Für eine häufige Nutzung der Internetseite durch potentielle Begünstigte sprechen die hohen Downloadzahlen für die Dokumente mit IWB-Bezug (unter anderem Fördergebietskarte, Operationelles Programm oder Projektauswahlkriterien).

Tabelle 3: Downloads

Heruntergeladene Dokumente	Anzahl Downloads
Fördergebietskarte ¹⁷	419
Vorlage DIN A3-Plakat	270
OP IWB 2014-2020	192
EU-VO 1303/2013 (Allgemeine Verordnung ESI-Fonds)	164
EU-VO 1303/2013 Anhang XII	161
Liste der Vorhaben*	118
EFRE-Förderhinweis	116
IWB Projektauswahlkriterien	102
OP IWB 2014-2020 - Broschüre	90
EU-VO 1301/2013	88

Quelle: PIWIK Auswertung | Internetseite www.efre-bayern.de; Auswertungszeitraum 01.01.2017 bis 30.06.2017, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Insgesamt deuten die Nutzungsdaten darauf hin, dass die Internetseite insbesondere von potentiellen Begünstigten, von Begünstigten sowie von Stellen, die an der Umsetzung der Förderung beteiligt sind und Multiplikatoren genutzt wird. Im Mittelpunkt steht die Beschaffung konkreter Informationen zu den Möglichkeiten und zur konkreten Inanspruchnahme der Förderung.

Gestaltung, Inhalt, Navigation und Interaktionsmöglichkeiten der Internetseite

¹⁷ Für die Darstellung der heruntergeladenen Dokumente wurde die Anzahl der Downloads der Fördergebietskarten über zwei verschiedene Links zusammengefasst, da es sich bei beiden Dokumenten um die gleiche Karte handelt. (www.efre-bayern.de/fileadmin/_processed_/csm_EFRE_Foerdergebietskarte_430px_1e59d20bd9.png / www.efre-bayern.de/fileadmin/user_upload/efre/themen/IWB/Foerdergebiet/EFRE_Foerdergebietskarte.pdf)

Im Folgenden wird der Internetauftritt des EFRE IWB Bayern hinsichtlich der Aspekte Design, Inhalte, Texte, Navigation und Interaktionsmöglichkeiten analysiert. Gemäß der Kommunikationsstrategie ist die Internetseite ein öffentlichkeitwirksames, modernes, allgemein verfügbares und benutzerfreundliches Medium. Somit stellt die Internetseite eine wichtige Informations- und Kommunikationsquelle dar, um für alle Zielgruppen der Kommunikationsstrategie relevante Informationen aktuell, bedarfsgerecht und in ansprechender Gestaltung bereitzustellen.

Die Analyse der Internetseite www.efre-bayern.de erfolgt anhand eines vorab definierten Kriterienkatalogs¹⁸. Dabei werden sowohl inhaltliche als auch gestalterische Aspekte sowie die Nutzerfreundlichkeit der Seite (Navigation und Interaktionsmöglichkeiten) berücksichtigt.

Kriterien für die Bewertung: Design und Gestaltung

Die Aufmerksamkeit der Besucher und die Verweildauer werden maßgeblich vom ersten optischen Eindruck, d.h. dem Design und der Gestaltung, beeinflusst: Wie ist die Seite aufgebaut, wie sieht sie aus? Wird das Auge intuitiv über das Layout der Seite geführt und bietet sie dadurch eine klare Orientierung?

Die Anordnung der Inhalte und die Unterstützung der Funktion („Form folgt Funktion“) sind ebenso entscheidend wie die gestalterische Aufbereitung durch ein geeignetes und ruhiges Farbschema beziehungsweise die Einhaltung eines vorgegeben individuellen Corporate Designs (CD) mit der Verwendung der entsprechenden Farben, Formen, Schriften und Logos. Zum einen sollte professionelles Bildmaterial genutzt werden, welches Aufmerksamkeit erregt und überzeugt, gleichwohl aber nicht zu aufdringlich ist und keine längeren Wartezeiten beim Laden der Internetseite zur Folge hat. Zum anderen sollte die Seite Animationen und Fotos nur sparsam und wenn, dann nur funktionsgebunden benutzen. Abschließend berücksichtigt gutes Design die Beachtungsintensität von links nach rechts (d.h. die meisten Besucher nehmen die dargestellten Inhalte in der Regel von links nach rechts mit abnehmender Aufmerksamkeit wahr) und vermeidet langes Scrollen.

Bewertung: Design und Gestaltung

Das Layout und der Seitenaufbau der Internetseite des EFRE IWB Bayern ist durch gestalterische Elemente wie grauhinterlegte Boxen strukturiert und leitet so neue Abschnitte ein. Der Gestaltungsgrundsatz „Form folgt Funktion“, d.h. die Gestaltung und das Design leiten sich aus ihrer Funktion und ihrem Zweck ab, wird bei der Umsetzung der Internetseite des EFRE IWB Bayern teilweise berücksichtigt. Ein Beispiel ist die Unterseite der Förderbereiche, auf der diese gleichermaßen übersichtlich und aussagekräftig als auch optisch ansprechend präsentiert sind. Weniger gut umgesetzt wird der Grundsatz dagegen auf der Startseite. Dort sind die Informationen insgesamt weniger übersichtlich dargestellt und der Besucher ist stärker selbst gefordert, die für ihn relevanten weiterführenden Unterseiten zu identifizieren.

Der EFRE-Internetauftritt ist an den Online-Styleguide des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Energie und Technologie (StMWi) gebunden. Für die Internetseite des EFRE wird entsprechend der im Styleguide formulierten Vorgaben ein vordefinierter Seiten-Typ genutzt. Es werden beispielsweise die Bayerischen Rauten aufgegriffen und transparent über das Headerbild im oberen Bereich der Seite gelegt. Diese finden sich auch im offiziellen Logo des EFRE IWB Bayern wieder.

¹⁸ Vgl. Paulick, Ursula (2008): Kriterien für gute Websites. Abrufbar unter: <http://www.kommunikation-hoch-drei.de/pdf/Website-Kriterien.pdf> (10.10.2017)

Auf der übergeordneten Seite des EFRE Bayern sind die Logos des StMWi und des EFRE IWB Bayern die auffälligen gestalterischen Elemente. Allerdings kann durch deren unterschiedliche Größen eine Verzerrung der Gewichtung entstehen, die möglicherweise nicht intendiert ist: Das EFRE-Logo erscheint im Vergleich zum Logo des StMWi relativ klein. Die Aufmerksamkeit des Besuchers wird zunächst stark auf das StMWi-Logo gelenkt und erst in einem zweiten Schritt auf das Logo des EFRE.

Gemäß den Vorgaben des Online-Styleguides des StMWi passt sich das Farbschema der EFRE-Internetseite der Tonalität des übergeordneten Auftretts des StMWi an und ist sehr ruhig gehalten. Allerdings bietet es wenig Tiefen und spiegelt sich in einer relativ flachen Gestaltungsoberfläche wieder. Die intuitive Nutzung der Seite und die Herausstellung besonders relevanter Informationen werden dadurch eingeschränkt. Die Farb- beziehungsweise Größenzuordnung der Überschriftenhierarchien zeigen Unterschiede. Dies gilt für die Schriftart und Farbe der beiden Logos sowie die der Hauptüberschrift und der Unterüberschrift in der grauen, rechten Box („EFRE Bavaria“). Allerdings ist auch hier zu berücksichtigen, dass die EFRE-Verwaltungsbehörde aufgrund der Vorgaben des StMWi bei der Wahl der Farben und Schriftarten nur über eingeschränkten Gestaltungsspielraum verfügt.

Das Bild- und Fotomaterial der Headerbilder (Bild/Foto oben) auf allen Reiterseiten ist professionell. Im Reiter „Förderbereiche“ werden die Inhalte in Kacheln mit Text und Bildmaterial sehr gut angekündigt. Der thematische Bezug der Bilder zum jeweiligen Förderbereich ist direkt ersichtlich und unterstützt den Besucher bei der schnellen Aufnahme der gezeigten Inhalte. Die Bildsprache könnte allerdings im Hinblick auf Klarheit, Farben, Stil, Kontraste, Bildaussage, Tonalität und Authentizität einheitlicher sein, um einen harmonischeren Gesamteindruck zu vermitteln. Vereinzelte Bildelemente wie beispielsweise die Übersichtskarte der EFRE-Fördergebiete sind in einer geringen Auflösung abgebildet und vergleichsweise wenig gut lesbar.

Kriterien für die Bewertung: Inhalt

Nach der ersten optischen Orientierung folgt die inhaltliche Aufnahme: Welche Inhalte sind auf der Internetseite dargestellt? Wie multimedial sind die Inhalte dargestellt (in Form von Text, Bild, Audio, Video)? Die unterschiedlichen Zielgruppen sollten von den Inhalten gleichermaßen angesprochen werden beziehungsweise die relevanten Informationen sollten für die individuellen Bedarfe schnell auffindbar sein. Die Inhalte sollten zudem aktuell und, wo sinnvoll, multimedial aufbereitet sein (d.h. neben Text auch Bilder, Audio- und Videoformate).

Bewertung: Inhalt

Unter www.efre-bayern.de/investitionen-in-wachstum-und-beschaeftigung finden Besucher der Internetseite umfassende und ausführliche Informationen zum Förderprogramm. Die Inhalte sind insgesamt verständlich aufbereitet und aktuell. Die Inhalte sind allerdings nicht immer intuitiv zu finden, in einigen Fällen gibt es Inhalte, die an mehreren Stellen präsentiert werden. Beispielsweise sind sowohl unter dem Reiter „Rechtsgrundlagen“ als auch unter „Förderbedingungen“ > „Rechtliche Voraussetzungen für eine Förderung“ die wichtigsten Dokumente abrufbar. Ähnliches gilt für das Fördergebiet: Neben einem eigenen Reiter wird diese Information auch unter „Förderbedingungen“ mit einem gesonderten Punkt („Bayerisches EFRE-Fördergebiet“) präsentiert. Einerseits kann dies den positiven Effekt haben, dass Besucher die benötigten Informationen schneller finden. Andererseits erschwert es den Besuchern mitunter sich zurechtzufinden. Es kann Unsicherheit entstehen, ob die an unterschiedlichen Stellen gefundene Information identisch ist. Um diese Unsicherheit zu reduzieren ist der praktizierte Ansatz, verstärkt mit Verlinkungen zwischen den Reitern zu arbeiten, sehr gut geeignet.

Elemente, die den Inhalt für den Besucher unmittelbar greifbar machen und anschaulich machen (z.B. die Darstellung von Referenzen oder, im Fall des EFRE, eine ausführliche Übersicht der Begünstigten) sind über einen Downloadlink in einer Excel-Liste dargestellt – die Liste wird (wie von der EU-Kommission gefordert) alle sechs Monate aktualisiert.

Die Internetseite des EFRE Bayern verfügt vereinzelt über multimediale Gestaltungselemente. Audio- beziehungsweise Videodateien findet der Besucher auf der Seite unter „Information und Kommunikation“ > „Events“. Darüber hinaus werden die Inhalte primär in Form von Texten präsentiert.

Kriterien für die Bewertung: Webtexte

Webtexte unterscheiden sich in ihrem Charakter wesentlich von Printtexten und stellen andere Anforderungen an den Autor und den Leser. Sie sollen Interesse wecken, überzeugen, kurz, prägnant und verständlich sein und eine klar strukturierte Gliederung vorgeben. Zudem sollten Aktiv- und Positiv-Formulierungen verwendet werden und zum Dialog auffordern (z. B. „Hier finden Sie weitere Informationen“), um auch die Zielgruppe der breiten Öffentlichkeit zu erreichen, die nicht unmittelbar gezielt mit einer bestimmten Intention zu der Seite findet sondern vielmehr umfassende Informationen erhalten möchte.

Bewertung: Webtexte

Positiv hervorzuheben sind die kurzen und präzisen Teasertexte, die die Förderbereiche beschreiben und auf weiterführende, ausführlichere Informationen verweisen. Eingaben wie „EFRE Bayern“ und andere einschlägige Begriffe in gängigen Suchmaschinen bestätigen, dass die Texte suchmaschinenoptimiert sind, da die Suchergebnisse direkt auf die Internetseite verweisen.

Die Texte – insbesondere auf der Startseite – sind für Webtexte vergleichsweise lang, was in Teilen auf die Komplexität der EFRE-Förderung zurückgeführt und mit Blick auf die Nutzerzahlen auch mit den offenbar primären Nutzergruppen der Internetseite (potentielle Begünstigte, Begünstigte, an der Förderumsetzung beteiligte Stellen und Multiplikatoren) erklärt werden kann. Die Internetseite dient demnach vor allem zur Informationsgewinnung für diese Gruppen. Sollte es das Ziel sein, dass die Internetseite auch stärker von der breiten Öffentlichkeit genutzt wird, wären kürzere und aktiv formulierte Texte mit einer direkten Ansprache des Lesers besser geeignet. Dies kann auch direkte Aufforderungen zum Dialog und zur Interaktion beinhalten.

Kriterien für die Bewertung: Navigation

Die Benutzerfreundlichkeit und Übersichtlichkeit einer Seite ist neben dem Design stark von der Navigation und dem Aufbau der Seite abhängig. Eine gute Navigation ist einfach, klar und übersichtlich. Dies bedeutet, dass sie konsistent und intuitiv ist, dass aussagekräftige Beschriftungen verwendet werden, dem Besucher angezeigt wird, wo er sich gerade befindet und welche Alternativen sich ihm bieten. Im Hinblick auf Benutzerfreundlichkeit und dem inklusiven Gedanken sollte die Seite die von der Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV 2.0) vorgeschriebenen Anforderungen zur Barrierefreiheit von Webangeboten erfüllen. Dies beinhaltet Texte in Leichter Sprache, Gebärdensprachvideos, einen Vorlesedienst, eine Kontrastansicht sowie eine Textskalierungsfunktion.

Bewertung: Navigation

Die Navigation der Seite ist durch die klare Leserichtung von links nach rechts mit der Anordnung der Navigationsleiste übersichtlich und für den Besucher grundsätzlich gut nachvollziehbar.

Die Anordnung der Themen in der Navigationsleiste entlang einer klaren Priorisierung oder Hierarchie der Themen ist nicht unmittelbar erkennbar. Beispielsweise finden sich die Informationen zur aktuellen Förderperiode hierarchisch auf der gleichen Ebene wie die Informationen zur EFRE-Förderung 2007-2013. Für weniger fachkundige Besucher ist dies möglicherweise nicht unmittelbar verständlich und es können Schwierigkeiten beim Auffinden gesuchter Informationen entstehen. Auch die, für bestimmte Akteure sehr relevanten, aber in der breiten Masse sicher nicht primär bedeutsamen Informationen zu den „Makroregionalen Strategien“ sind ebenso prominent platziert wie deutlich grundlegendere Informationen zu den Förderbereichen des EFRE oder den Förderbedingungen.

Die Beschriftungen der Reiter sind kurz und prägnant und unterstützen so die Navigation. Die Beschriftungen geben dem Besucher einen präzisen Hinweis, welche Informationen er unter welchem Reiter vorfindet.

Der Anspruch einer guten Navigation ist es, dass sich alle Besucher auf der Internetseite zurechtfinden. Diesbezüglich ist positiv hervorzuheben, dass neben den wichtigsten Informationen zum EFRE-Programm in englischer Sprache, die Internetseite auch alle Anforderungen an die Barrierefreiheit erfüllt. Neben Gebärdensprachevideos und Angeboten in Leichter Sprache verfügt die Internetseite über einen Vorlesedienst, eine Kontrastansicht sowie eine Textskalierungsfunktion.

Kriterien für die Bewertung: Interaktionsmöglichkeiten

Auf einer Internetseite gibt es die Möglichkeit, für Besucher in eine direkte und indirekte Interaktion mit zuständigen Ansprechpartnern der Internetseite zu treten. Direkte Interaktionsmöglichkeiten sind beispielsweise Kommentarfunktionen, Mitmach-Aktionen oder die Möglichkeit zur telefonischen Kontaktaufnahme. Bei indirekten Interaktionsmöglichkeiten handelt es sich beispielsweise um eine Suchfunktion oder ein Kontaktformular. Eine weitere indirekte Interaktionsmöglichkeit ist die Bereitstellung von Zusatzinformationen als Downloads. Verweise auf Verlinkungen, Service-Informationen oder FAQs stellen ebenso Möglichkeiten der indirekten Interaktion dar.

Bewertung: Interaktionsmöglichkeiten

Die Internetseite bietet Angebote der direkten Interaktion: (Potentielle) Begünstigte können sich über die angegebenen Telefonnummern und E-Mail-Adressen direkt mit relevanten Ansprechpartnern in Verbindung setzen und Informationen zu relevanten Förderbedingungen sowie zum Antragsverfahren erhalten.

Eine Suchfunktion bietet zudem die Möglichkeit zur indirekten Interaktion. Weitere, indirekte Interaktionsmöglichkeiten, z. B. ein Kontaktformular, werden nicht angeboten. Ein Kontaktformular würde den Besuchern die Möglichkeit geben, noch niedrigschwelliger und unabhängig von zeitlichen Vorgaben oder Geschäftszeiten Kontakt aufzunehmen.

Internetseite: Fazit zur gegenwärtigen Umsetzung

Die Analyse der Nutzerzahlen der Internetseite zeigt ein positives Bild. Vor dem Hintergrund, dass in Bayern aufgrund der in vielen Bereichen dezentral organisierten Förderumsetzung eine Vielzahl weiterer Internetseiten und Unterstützungsangebote insbesondere für potentielle Begünstigte besteht, sind die Nutzerzahlen als sehr gut zu bewerten. Die erhobenen Kennzahlen machen deutlich, dass über die EFRE-Internetseite relevante Informationen sowohl für potentielle Begünstigte als auch für aktuell Begünstigte und interne, an der Programmumsetzung beteiligte Personen, vermittelt werden.

Eine Analyse der Gestaltung, der Inhalte, der Texte, der Navigation und der Interaktionsmöglichkeiten zeigt, dass die Internetseite bei vielen der angelegten Kriterien bereits als gut oder sehr gut zu bewerten ist. Allerdings werden auch Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Internetseite sichtbar, um die Nutzerfreundlichkeit weiter zu erhöhen und die relevanten Informationen rund um die EFRE-Förderung in Bayern noch wirksamer zu kommunizieren.

3.1.2 Empfehlungen für die zukünftige Umsetzung

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie die Internetseite zukünftig noch besser eingesetzt werden könnte, um über den EFRE in Bayern zu informieren. Die Empfehlungen sind entsprechend der Reihenfolge der Bewertungskriterien sortiert. Es ist zu beachten, dass zur Umsetzung der Empfehlungen teilweise größere Anstrengungen und grundlegende Entscheidungen mehrerer Akteure erforderlich sind. Die Empfehlungen sind somit primär als Hinweise für die kommende Förderperiode nach 2020 zu verstehen.



Gezielte Weiterentwicklung des Aufbaus und des Designs der Internetseite

Die Bewertung des Aufbaus und des Designs der Internetseite zeigt, dass ungeachtet einer bereits hohen Qualität weitere Verbesserungsmöglichkeiten bestehen. Um diese auszuschöpfen, bieten sich der EFRE-Verwaltungsbehörde je nach Intention, wie der EFRE präsentiert werden soll, drei grundsätzlich denkbare Optionen.

Option 1: Noch explizitere Präsentation des EFRE als wirtschaftspolitisches Instrument

Um den EFRE noch stärker als wirtschaftspolitisches Instrument im Freistaat darzustellen wäre es zielführend, sich sowohl beim Aufbau als auch bei der Gestaltung der EFRE IWB-Seite noch stärker als bisher an der Internetseite des StMWi zu orientieren. Möglicherweise ist hierzu die Wahl eines anderen Seiten-Typs aus dem Styleguides des StMWi erforderlich. Zum Beispiel könnten auch auf der EFRE IWB-Seite unterschiedliche Ebenen, Dimensionen und Tiefen durch abwechselnde gestalterische Elemente und einen Wechsel zwischen Text- und Bildmaterial umgesetzt werden. Auch die horizontale Anordnung der Navigationsreiter auf der Seite des StMWi könnte ein gestalterisches Element sein, das hilft, die Internetseite des EFRE noch intuitiver und benutzerfreundlicher zu gestalten.

Option 2: Stärkere Herausarbeitung des EFRE als Förderinstrument der EU

Um den EFRE stärker als ein Förderinstrument der EU darzustellen, wäre eine stärkere Orientierung an den Gestaltungsmustern der EU denkbar. Zum Beispiel könnte sich die farbliche Gestaltung der Internetseite an die der EU anlehnen und das EU- und EFRE-Logo könnten noch prominenter platziert werden. In diesem Zusammenhang wäre auch denkbar, noch stärker mit Verweisen auf Informationsangebote der EU und der Generaldirektion Regionalpolitik gearbeitet werden.

Dies würde den europäischen Charakter der Förderung und die Rolle der EU noch stärker betonen.

Option 3: Präsentation des EFRE als Teil der ESI-Fondsförderung

Um den EFRE explizit als Teil der ESI-Fondsförderung zu präsentieren, wäre ein gemeinsamer Internetauftritt mit dem ESF und dem ELER denkbar. Beispielsweise könnte eine gemeinsame Startseite (wie sie aktuell für den EFRE IWB und den EFRE ETZ besteht) für alle drei Fonds eingerichtet werden, auf der das übergreifende Anliegen der ESI-Fonds erläutert und die drei Fonds in ihrer jeweiligen Spezifik zusammenfassend dargestellt werden. Auf den weiteren Unterseiten könnten dann die Fonds, die zugehörigen Programme und Zielstellungen jeweils detaillierter dargestellt werden. Ein ähnlicher Aufbau sowie gemeinsame Gestaltungsrichtlinien für die drei Fonds, an denen sich sowohl die Startseite als auch die Unterseiten orientieren, wäre bei dieser Option zielführend. Denkbar wäre, neben gemeinsamen Gestaltungselementen unterschiedliche Leitfarben für die Unterseiten der Fonds zu wählen, um dem Besucher die Orientierung zu erleichtern.



Noch zielgruppenspezifischere Aufbereitung der Inhalte

Die Internetseite des EFRE IWB Bayern hält alle nötigen Informationen bereit. Um die verfügbaren Informationen noch nachvollziehbarer und benutzerfreundlicher zu präsentieren, wäre denkbar, die Navigation entlang der Zielgruppen zu organisieren, die Inhalte den jeweiligen Zielgruppen zuzuordnen und diese entsprechend ausführlich oder kompakt sowie spezifisch oder allgemeinverständlich aufzubereiten.

Um die Aktualität der Seite weiter zu steigern wäre es denkbar, bereits auf der Startseite Informationen zu aktuellen Veranstaltungen oder neuen Projekten zu präsentieren. Hier ist allerdings eine sorgfältige Abwägung des damit verbundenen Nutzens und der verfügbaren Ressourcen erforderlich.

Die Liste der Vorhaben ist gegenwärtig im Excel-Format verfügbar. Da die Liste durchaus sensible Daten beinhaltet, wäre ein nicht zu bearbeitendes Format (z. B. ein geschütztes PDF) besser geeignet. Um die Möglichkeit¹⁹, die Vorhaben individuell zu sortieren oder bestimmte Informationen gezielt zu suchen zu erhalten, wäre auch denkbar, das Excel-Format beizubehalten und eine schreibgeschützte Version zu verwenden, die keine inhaltlichen Änderungen der Daten erlaubt.



Häufigere Nutzung von kurzen, zum Dialog auffordernden Texten

Um die Nutzer noch direkter anzusprechen, bietet sich eine häufigere Nutzung von kurzen, zum Dialog auffordernden Texten in Aktivformulierung an (wie z. B. direkte Ansprachen: „Finden Sie hier mehr Informationen“).



Schaffung direkter, virtueller Interaktionsaktionsmöglichkeiten

Wenn Bedarf für die Intensivierung der Interaktion zwischen Seitenbesucher und Seitenbetreiber besteht, wäre die Schaffung eines Kontaktformulars vorstellbar. Darüber hinaus wäre denkbar, alle bereitstehenden Zusatzinformationen unter einem eigenen Reiter (z. B. „Service“) zusammenzufassen und/oder ein Downloadcenter mit Formularen, Vorlagen etc. einzurichten.

¹⁹ Es handelt sich hierbei um eine Vorgabe der Europäischen Kommission, vgl. Verordnung (EU) Nr. 1303/2013, Art. 115, Abs. 2

3.2 Veranstaltungen und Roll-Ups



Insbesondere zu Beginn der Förderperiode werden Veranstaltungen genutzt, um den Start des neuen Programms zu kommunizieren und neben potentiellen Begünstigten und Multiplikatoren auch die breite Öffentlichkeit zu informieren. Die EFRE-Verwaltungsbehörde organisiert eigene Veranstaltungen und ist auch auf Veranstaltungen anderer Akteure, beispielsweise mit einem EFRE-Roll-Up, präsent. Darüber hinaus führen auch Begünstigte eigene Veranstaltungen durch oder wirken aktiv an Veranstaltungen anderer Akteure mit.

3.2.1 Gegenwärtige Umsetzung

Durchgeführte Veranstaltungen und Verwendung von Roll-Ups

Seit Beginn der Förderperiode wurden mehrere Veranstaltungen durchgeführt, in deren Rahmen in unterschiedlicher Ausführlichkeit und mit unterschiedlichen Schwerpunkten über die EFRE-Förderung 2014-2020 in Bayern informiert wurde.

Tabelle 4: Veranstaltungen seit Beginn der Förderperiode im EFRE IWB Bayern

Jahr	Kurzbeschreibung der Veranstaltung
2014	Große Informationsveranstaltung zum Start des Programms
2015	Zwei Informationsveranstaltungen zur EU-Förderung in den bayerischen Kommunen, Vorstellung des EFRE, ELER und ESF
	Fachtagung Städtebauförderung in Bayern zum Thema „Intrakommunale und interkommunale Kooperationen in der Städtebauförderung“
	Teilnahme an Workshop „Was bringt die neue EU-Förderperiode 2014-2020 der Region Bayern?“ – Fakten, Hintergründe, Recherchetipps für Regionaljournalisten zur EU-Förderung
	Kunstaussstellung im Rahmen der Europa-Woche 2015
	Schulungen für bewilligende Stellen ²⁰ : • Infoveranstaltungen „Förderhandbuch“ • Kurzseminare „Beihilferecht“ und „Vergaberecht“ • Seminar „EU-Beihilferecht“
2016	Gemeinsame Veranstaltung des EFRE und ESF „Europa in meiner Region – Projekte in Schwaben stellen sich vor“
	Projektbesuch „Hochwasserschutz im bayerischen EFRE-Programm – Projektbeispiel Regensburg/Reinhausen“ im Rahmen der Sitzung des Begleitausschusses
2017	Beteiligung an der Veranstaltung „Die Zukunft der EU-Kohäsionspolitik nach 2020“ in der Vertretung des Freistaats Bayern bei der Europäischen Union
	Projektbesuch „IT-Offensive Bayerisch-Schwaben“ im Rahmen der Sitzung des Begleitausschusses

Quelle: Informationen bereitgestellt von der EFRE-VB und eigene Recherche, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Aus den Kurzbeschreibungen wird bereits deutlich, dass die Veranstaltungen teilweise sehr unterschiedliche Schwerpunkte hatten. Während bei einigen die EFRE-Förderung den Veranstaltungs-

²⁰ Wie auf Seite 1f. dargestellt, werden IuK-Maßnahmen für Multiplikatoren in dieser Bewertung nicht vertieft untersucht. Sie sind in der Tabelle somit lediglich aus Gründen der Vollständigkeit dargestellt.

anlass darstellte (z. B. Informationsveranstaltung zum Start des Programms und Informationsveranstaltungen für bayerische Kommunen sowie Projektbesuche), standen bei anderen teilweise gänzlich andere Themen im Mittelpunkt. Informationen zur EFRE-Förderung wurden hier als einer von mehreren Inhalten an die Teilnehmer kommuniziert (z. B. Fachtagung Städtebauförderung und Kunstaustellung).

Die Auflistung verdeutlicht auch, dass sich die angesprochenen Zielgruppen unterscheiden. Während einige Veranstaltungen die breite Öffentlichkeit explizit als eine zentrale Zielgruppe angesprochen haben (z. B. Informationsveranstaltung zum Start des Programms), richteten sich andere explizit an die potentiellen Begünstigten oder an Multiplikatoren (z. B. Informationsveranstaltungen für Kommunen, Workshop für Regionaljournalisten sowie Projektbesuche).

Neben den aufgeführten Veranstaltungen stellt die EFRE-VB für weitere Veranstaltungen des StMWi EFRE-Roll-Ups zur Verfügung. Diese werden wiederum genutzt, um die Förderung sowie deren Ergebnisse bei den Teilnehmern der Veranstaltungen bekannt zu machen. Unter anderem wurden die Roll-Ups bei Wirtschaftsgesprächen der Ministerin, bei der Wirtschaftsphilologen-Tagung unter dem Motto „Europa - Aktuelle Herausforderungen für die Gemeinschaft“ sowie am Messestand des StMWi bei diversen Messen verwendet.

Bewertung der durchgeführten Veranstaltungen

Die Auflistung unterstreicht, dass der EFRE seit Beginn der Förderperiode bereits auf einer beachtlichen Anzahl von Veranstaltungen präsentiert wurde. Es wurden unterschiedliche Zielgruppen mit für sie jeweils relevanten Informationen rund um die Förderung adressiert. Neben der breiten Öffentlichkeit gab es spezifische Veranstaltungen für potentielle Begünstigte sowie für Multiplikatoren. Dies ist insbesondere in Anbetracht des vergleichsweise geringen Budgets im EFRE Bayern positiv hervorzuheben.

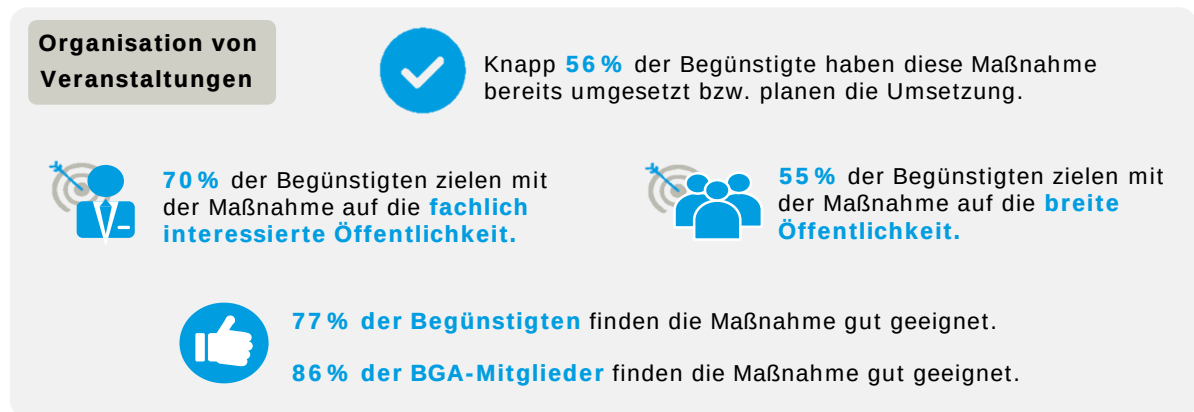
Diese positive Einschätzung bestätigt der bisher erreichte Wert des Outputindikators, der die Anzahl der Kontakte mit Besuchern auf Messen erfasst, auf denen am Stand des StMWi durch das Verteilen von Werbematerialien mit EU-Logo und der Bürgerinfo und weiteren thematisch zum EFRE passenden Publikationen über die Förderung in Bayern informiert wurde. Bis Ende 2016 fanden während sieben Regionalmessen²¹ rund 68.000 Messekontakte statt. Die Anzahl der Kontakte wurde anhand der verteilten Werbemittel errechnet. Der erreichte Wert ist bereits deutlich höher als der ursprünglich für das Jahr 2023 anvisierte Zielwert von 30.000 Kontakten²². Im Sinne der Zielstellung der Kommunikationsstrategie, die EFRE-Förderung in der Öffentlichkeit noch bekannter zu machen, ist dieser hohe Wert zu diesem frühen Zeitpunkt in der Förderperiode sehr positiv zu bewerten. Er unterstreicht einerseits das Engagement der Akteure bei der Bekanntmachung des EFRE auf Messen und andererseits auch den regen Austausch mit den jeweiligen Veranstaltungsbesuchern.

Weitere interessante Erkenntnisse zu Veranstaltungen als eine Informations- und Kommunikationsmaßnahme im Rahmen des EFRE IWB liefern die Ergebnisse der Onlinebefragungen der Begünstigten und der Mitglieder des BGA.

Die Organisation von Veranstaltungen wird von einem Großteil der Begünstigten (77 Prozent) und der Mitglieder des BGA (86 Prozent) als gut oder sehr gut geeignet angesehen, um die Bekanntheit des EFRE weiter zu steigern.

²¹ Bei diesen handelt es sich um Veranstaltungen im Zuge der Messetour „Energie für Bayern: sicher, bezahlbar, sauber“. Für weitere Informationen siehe <https://www.energie-innovativ.de/service-events/messetour/> (abgerufen am 07.12.2017)

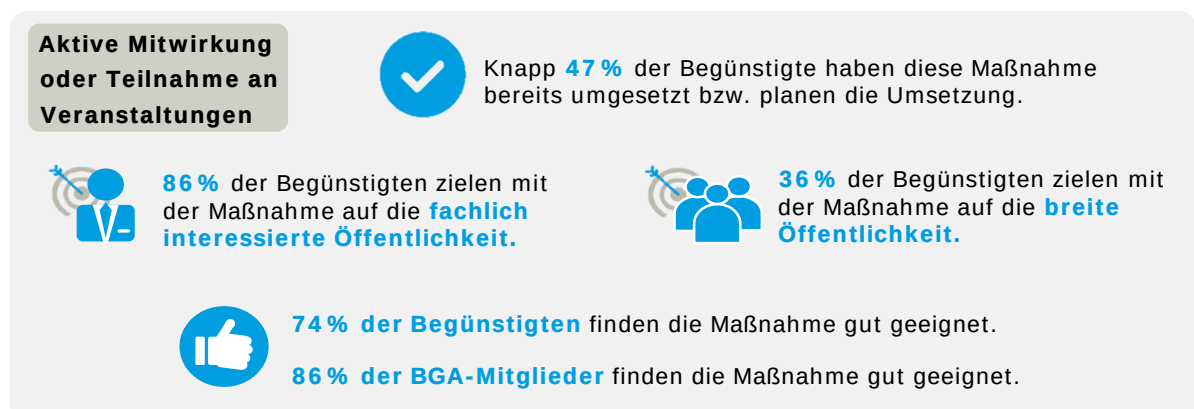
²² Dieser Zielwert wird im Rahmen der nächsten Programmänderung angepasst (siehe entsprechenden Hinweis im Jährlichen Durchführungsbericht 2016).

Abbildung 17: Organisation von Veranstaltungen – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen

Quelle: Onlinebefragung der Begünstigten und der BGA-Mitglieder im Zeitraum von 08.08.2017 bis 29.09.2017, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.

Über die Hälfte der befragten Begünstigten hat bereits eine eigene Veranstaltung organisiert, um auf ihr gefördertes Vorhaben aufmerksam zu machen oder plant dies konkret. Insbesondere mit Blick auf den Aufwand, den die Organisation einer Veranstaltung in der Regel mit sich bringt, ist dies ein durchaus bemerkenswertes Ergebnis. Auffällig ist, dass fast alle Begünstigten (94 Prozent) der Maßnahmengruppe 1.2 (Technologietransfer „Hochschule-KMU“) bereits eine Veranstaltung umgesetzt haben oder dies planen. Die Angaben bestätigen das hohe Engagement der begünstigten Universitäten und Hochschulen. Bemerkenswert ist darüber hinaus der hohe Anteil von Begünstigten der Maßnahmengruppe 2.2 (Einzelbetriebliche Investitionsförderung für KMU im EFRE-Schwerpunktgebiet), der bereits eine eigene Veranstaltung organisiert hat oder dies plant (52 Prozent).²³

Die aktive Mitwirkung oder Teilnahme an Veranstaltungen anderer Organisatoren wird als nahezu ebenso gut geeignet angesehen, um die Bekanntheit des EFRE weiter zu steigern.

Abbildung 18: Mitwirkung oder Teilnahme an Veranstaltungen – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen

Quelle: Onlinebefragung der Begünstigten und der BGA-Mitglieder im Zeitraum von 08.08.2017 bis 29.09.2017, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.

Auffallend ist der, im Vergleich zu den eigenen Veranstaltungen, deutlich geringere Anteil der Begünstigten, die an einer anderen Veranstaltung mitgewirkt oder teilgenommen haben (47 Prozent gegenüber 56 Prozent). Hinsichtlich der Zielgruppe ist die Fokussierung auf die fachlich interessierte Öffentlichkeit erkennbar stärker (86 Prozent gegenüber 70 Prozent). Damit stellt die Mitwirkung oder Teilnahme an Veranstaltungen nach Publikationen (vgl. Kapitel 3.3.1) die wichtigste

²³ Die Fallzahlen für die einzelnen Maßnahmengruppen des EFRE-OP sind, gemäß der Anzahl der Begünstigten insgesamt, sehr unterschiedlich. Bei sehr geringen Fallzahlen werden keine Aussagen zu den einzelnen Maßnahmengruppen gemacht.

Maßnahme dar, um die Förderung bei der fachlich interessierten Öffentlichkeit bekannt zu machen.



„Auf Veranstaltungen werden Information wirksam an ein breites und am spezifischen Thema interessiertes Publikum verbreitet.“
(Begünstigter)

Insgesamt ist erkennbar, dass die primäre Zielgruppe von Veranstaltungen die fachlich interessierte Öffentlichkeit ist. Daraus kann abgeleitet werden, dass Veranstaltungen eine durchaus bedeutsame Maßnahme zur Information von potentiellen Begünstigten darstellen, die eine zentrale Untergruppe der fachlich interessierten Öffentlichkeit darstellen

dürften. Aber auch die breite Öffentlichkeit wird mit Veranstaltungen (insbesondere der Begünstigten) angesprochen. Dies spricht wiederum dafür, dass die in Kapitel 2.1 formulierte Annahme, dass die hohe Bekanntheit des EFRE in der breiten Öffentlichkeit auch darauf zurückzuführen ist, dass mit der Förderung relevante Themen aus dem Alltag und Interessengebiet vieler Menschen abgedeckt werden, zutreffend ist. Denn es ist in hohem Maße anzunehmen, dass Menschen nur dann an Veranstaltungen teilnehmen, wenn das Thema für sie grundsätzlich von Interesse ist. Darüber hinaus dürfte auch eine professionelle Organisation und Durchführung sowie eine effektive Bekanntmachung entscheidend sein für die Teilnahme der angesprochenen Zielgruppen.

Die Organisation einer eigenen Veranstaltung wird vor allem wegen der direkten Ansprache der fachlich interessierten Öffentlichkeit vor Ort als besonders geeignete Kommunikationsmaßnahme angesehen. Dies lässt darauf schließen, dass die Vermittlung der Fördermöglichkeiten



„Auf Veranstaltungen wird sehr gezielt und persönlich informiert – das bleibt besser hängen.“
(BGA-Mitglied)

und des potentiellen Mehrwertes der Förderung anhand eines konkreten Beispiels ein guter Weg ist, um die Bekanntheit des EFRE weiter zu steigern. Zu bedenken ist dabei allerdings, dass bei den Veranstaltungen der Begünstigten der Fokus in der Regel sehr stark auf dem Vorhaben liegt. Die Förderung dürfte in der Regel nicht im Mittelpunkt stehen, allerdings das Ziel und die erzielten Effekte der Förderung sehr wohl.

Veranstaltungen und Roll-Ups: Fazit zur gegenwärtigen Umsetzung

Seit Beginn der Förderperiode wurden von der EFRE-Verwaltung mehrere, teils sehr zielgruppenspezifische Veranstaltungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten durchgeführt. Es wurden gemäß den unterschiedlichen Interessenslagen der adressierten Zielgruppen passende Formate gewählt und Schwerpunkte gesetzt, sodass davon ausgegangen werden kann, dass die jeweiligen Teilnehmer ein treffendes Bild von der Förderung erhalten haben. Die hohe Anzahl der realisierten Messekontakte bestätigt, dass der EFRE dort engagiert präsentiert wurde und zahlreiche Besucher durch die Verteilung von Werbemitteln auf den EFRE aufmerksam gemacht wurden. Veranstaltungen unterschiedlicher Art scheinen demnach eine gut geeignete Maßnahme zu sein, um auf den EFRE aufmerksam zu machen.

Dass Veranstaltungen eine geeignete Maßnahme darstellen, wird durch die Ergebnisse der Onlinebefragungen bestätigt. Deutlich wird zudem, dass insbesondere die fachlich interessierte Öffentlichkeit, zu der insbesondere auch die potentiellen Begünstigten und die Begünstigten zählen, eine geeignete Zielgruppe für Veranstaltungen ist. Sie bieten eine gute Möglichkeit, um die Anwesenden gezielt und sehr anschaulich über geförderte Vorhaben zu informieren und so auch den EFRE insgesamt bekannt zu machen. Darauf, dass die breite im Vergleich zur fachlich interessierten Öffentlichkeit eine erkennbar weniger relevante Zielgruppe von Veranstaltungen ist, deuten auch die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung hin. Es ist anzunehmen, dass ein erheblicher Anteil der rund 30 Prozent der Befragten, die durch Broschüren, Flyer oder Werbeartikel auf die Förderung aufmerksam geworden sind, diese auf Veranstaltungen erhalten haben. Dieser Anteil deckt sich somit in etwa mit dem Anteil der Begünstigten, die mit Veranstaltungen insbesondere die breite Öffentlichkeit adressieren.

3.2.2 Empfehlungen für die zukünftige Umsetzung

Nachfolgend sind auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie Veranstaltungen im Kontext des EFRE zukünftig noch besser eingesetzt werden könnten, um die Förderung bekannt zu machen.



Fortführung von Veranstaltungen als eine zentrale Kommunikationsmaßnahme

Die große Anzahl und Bandbreite sowie die positive Resonanz (vgl. Besucherzahlen und Einschätzungen aus den Onlinebefragungen) auf die bisher durchgeführten Veranstaltungen lässt darauf schließen, dass Veranstaltungen eine sehr gut geeignete Maßnahme sind um den EFRE, insbesondere bei potentiellen Begünstigten, bekannt zu machen. Aus diesem Grund sollten von der EFRE-Verwaltung auch zukünftig Veranstaltungen in ähnlicher Art und Weise wie bisher, d.h. zielgruppenspezifisch und regional verteilt, durchgeführt werden. Die Ergebnisse der Bewertung zeigen, dass zielgruppenspezifische und thematisch fokussierte Veranstaltungen besonders geeignet sind, um vertieft und entsprechend der jeweiligen Interessen der Teilnehmer über die Förderung zu informieren. Die regionale Verteilung ist in einem Flächenstaat wie Bayern wichtig, um Akteuren in allen Regionen des Freistaates die Gelegenheit zu geben, ohne größere Reisen an einer Veranstaltung teilzunehmen.

Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Organisation und Durchführung gelungener Veranstaltungen einen hohen Aufwand mit sich bringt und deshalb stets eine sorgfältige Abwägung erforderlich ist, zu welchen Anlässen die EFRE-Verwaltungsbehörde eigene Veranstaltungen organisiert und durchführt oder an deren Durchführung aktiv mitwirkt.

**Noch stärkere Mitwirkung an großen Veranstaltungen anderer Akteure**

Um Veranstaltungen noch effektiver als Informations- und Kommunikationsmaßnahme einsetzen zu können und gleichzeitig den begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen in der EFRE-Verwaltung Rechnung zu tragen wäre denkbar, dass die EFRE-Verwaltung zukünftig noch aktiver an größeren Veranstaltungen anderer Akteure (z. B. Universitäten oder andere wissenschaftliche Einrichtungen) mitwirkt. An Universitäten finden beispielsweise regelmäßig Veranstaltungen zu unterschiedlichen Anlässen und Themen statt, zu denen die EFRE-Förderung einen Bezug hat. Mit geringerem Aufwand im Vergleich zur Organisation und Durchführung eigener Veranstaltungen, könnte dort häufig eine große Anzahl an fachlich interessierten Personen über die Förderung informiert werden. Der Vorteil einer verstärkten Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Einrichtungen dürfte zudem darin bestehen, dass diese Organisationen oft über eigene Ansprechpartner für das Thema Öffentlichkeitsarbeit verfügen, die eine professionelle Organisation und Durchführung der Veranstaltung gewährleisten.

3.3 Broschüren, Faltblätter und Flyer sowie Veröffentlichung von Publikationen in Fachmedien



Broschüren, Faltblätter und Flyer (im Folgenden Publikationen) werden von der EFRE-Verwaltungsbehörde erarbeitet, um zum einen allgemein über die Fördermöglichkeiten zu informieren. Zum anderen werden sie genutzt, um die Erfolge der Förderung übersichtlich und anschaulich zu präsentieren. Je nach Inhalt richten sich die Dokumente an unterschiedliche Zielgruppen. Publikationen in Fachmedien wiederum sind eine Kommunikationsmaßnahme, die vor allem von Begünstigten umgesetzt wird.

3.3.1 Gegenwärtige Umsetzung

Erstellte Publikationen

Seit Beginn der Förderperiode wurden von der EFRE-Verwaltungsbehörde insgesamt sieben Publikationen zu unterschiedlichen Aspekten der EFRE-Förderung konzipiert und veröffentlicht.

Abbildung 19: Veröffentlichte Broschüren, Faltblätter und Flyer der EFRE-Verwaltungsbehörde seit Beginn der Förderperiode

Jahr	Titel
2014	Broschüre „Operationelles Programm des EFRE im Ziel „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ Bayern 2014 – 2020“
	Factsheet „Operationelles Programm des EFRE im Ziel „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ Bayern 2014 – 2020“
2015	Jahresinfo 2015 zum Operationellen Programm EFRE in Bayern
2016	Bürgerinfo 2016 „Für Wachstum und Beschäftigung in Bayern“: Das bayerische EFRE-Programm
	Einladungs- und Infoflyer zur gemeinsamen Veranstaltung des EFRE und ESF „Europa in meiner Region – Projekte in Schwaben stellen sich vor“
2017	Drei Themenblätter zur „EU-Kohäsionspolitik – auch nach 2020 für alle Regionen in Europa!“ (Themen: Arbeitsplätze, Innovation und Grenzregionen)
	Bürgerinfo 2017/18 „Für Wachstum und Beschäftigung in Bayern“: Das bayerische Programm des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung

Quelle: Informationen bereitgestellt von der EFRE-VB und eigene Recherche, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Die aufgeführten Publikationen wurden von der EFRE-Verwaltungsbehörde in Zusammenarbeit mit der Öffentlichkeitsarbeit des StMWi (und im Falle des Flyers zur gemeinsamen Veranstaltung mit dem ESF zusammen mit der ESF-Verwaltungsbehörde) erstellt. Bei dem an zweiter Stelle aufgeführten Factsheet handelt es sich um eine zweiseitige Zusammenfassung der Förderbereiche und der Mittelausstattung des EFRE-OP sowie um eine grafische Darstellung des EFRE-Schwerpunktgebiets anhand einer Karte. Dieses Format dürfte besonders für Multiplikatoren sowie für potentielle Begünstigte relevante Informationen enthalten. Bei der Bürgerinfo handelt es sich um eine Publikation, die jährlich aktualisiert wird und die jeweils anlässlich der Begleitausschusssitzung im Frühsommer eines jeden Jahres veröffentlicht wird. Darin werden die Strategie und die Ziele des EFRE IWB in Bayern sowie die Umsetzung des OP zusammenfassend und leicht verständlich dargestellt. Zielgruppe der Bürgerinfo sind insbesondere Akteure, die über wenig Hintergrund- und Fachwissen verfügen und sich überblicksartig über die Förderung informieren wollen. Neben der breiten Öffentlichkeit dürften dies insbesondere auch potentielle Begünstigte sein.

Um ein ähnliches Format handelte es sich auch bei der Jahresinfo 2015, die sich sowohl auf das vorherige Programm RWB als auch auf das aktuelle Programm IWB bezog.

Bewertung der erstellten Publikationen

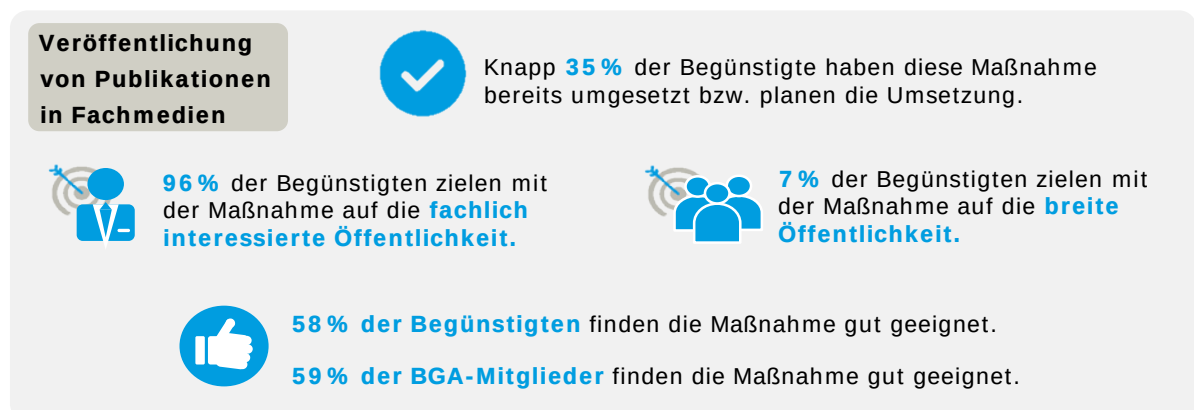
Die Publikationen, die primär Informationen zum aktuellen Programm enthalten, wurden einheitlich im Corporate Design gestaltet, das zu Beginn der aktuellen Förderperiode für den EFRE eingeführt wurde. Die Texte sind vergleichsweise kurz und beschränken sich auf die wichtigsten Informationen.

Wiederholt werden Absätze und Auflistungen genutzt, um den Textfluss zu unterbrechen und eine einfache Orientierung sicherzustellen. Die Sprache ist so gewählt, dass die Inhalte auch für Personen verständlich sind, die mit der Förderung nicht im Detail vertraut sind. Auf EU-/EFRE-spezifische Fachbegriffe wird, so weit möglich, verzichtet. Die Bürgerinfo wird zudem in einem eher ungewöhnlichen Q5-Format gedruckt und erregt auch dadurch Aufmerksamkeit beim Leser. Sie wurde von der EU-Kommission mehrfach als ein gutes Beispiel hervorgehoben. Die jeweils aktuellen Publikationen sind auf der Internetseite des Programms als pdf-Dokument verfügbar und können heruntergeladen werden.

Bis zum 30. Juni 2017 betrug die Auflage der sieben oben aufgeführten Publikationen 24.795 Stück. Allein die Bürgerinfo erscheint seit dem Jahr 2017 mit einer jährlichen Auflage von 3.500 Stück (vorher rund 3.100 Stück/Jahr). Sie trägt somit wesentlich zu dieser hohen Anzahl bei und wird, insbesondere von Multiplikatoren, stark nachgefragt. Sie bietet mit ihrem kompakten Format und den kurzen Texten einen sehr guten Überblick über die Förderung insgesamt und veranschaulicht diese mit konkreten Projektbeispielen.

Die Ergebnisse der Onlinebefragung zeigen, dass rund ein Drittel der befragten Begünstigten Publikationen in Fachmedien veröffentlicht.

Abbildung 20: Veröffentlichung von Publikationen in Fachmedien – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen



Quelle: Onlinebefragung der Begünstigten und der BGA-Mitglieder im Zeitraum von 08.08.2017 bis 29.09.2017, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.

Der hohe Anteil der Begünstigten, die bereits eine Publikation veröffentlicht haben oder dies planen, ist positiv zu bewerten. Dies gilt insbesondere, da mit der Veröffentlichung zum einen ein erkennbarer Aufwand verbunden ist und die Begünstigten nicht verpflichtet sind, Publikationen zu erstellen. Zum anderen ist dieser Wert sehr positiv, da anzunehmen ist, dass mit Beiträgen in Fachmedien insbesondere potentielle Begünstigte erreicht und auf die Förderung aufmerksam gemacht werden dürfen. Besonders positiv ist hervorzuheben, dass offenbar auch geförderte KMU Publikationen veröffentlichen. Dies zeigen die Befragungsergebnisse differenziert nach Maßnahmengruppen. Knapp



„Die Wahrnehmung von Publikationen beim Fachpublikum ist sehr hoch.“
(Begünstigter)

über die Hälfte (52 Prozent) der befragten Begünstigten haben noch keine Publikationen in Fachmedien veröffentlicht und plant dies auch nicht.

Deutlich über die Hälfte der befragten Begünstigten und BGA-Mitglieder sehen Publikationen in Fachmedien als gut oder sehr gut geeignet an, um den EFRE noch bekannter zu machen. Auch Einzelmeldungen bestätigen, dass diese Maßnahme besonders gut geeignet ist, um fachlich interessierte Akteure und somit potentiell Begünstigte zu erreichen und in einem kompakten Format ausführliche Informationen über die Ergebnisse eines geförderten Vorhabens zu transportieren.

Kritisch wurde angemerkt, dass die adressierte Zielgruppe oft schon ausreichend über den EFRE informiert sei und der Informationsgewinn für die angesprochenen Akteure daher eher gering sei.

Publikationen: Fazit zur gegenwärtigen Umsetzung

Publikationen werden im Rahmen des EFRE-OP Bayern eingesetzt, um effektiv zielgruppenspezifische Informationen zu verbreiten. Dies zeigt zum einen die hohe Nachfrage und positive Resonanz auf die jährlich aktualisierte Bürgerinfo zum EFRE-OP. Sie richtet sich an die breite Öffentlichkeit und stellt die Förderung übersichtlich und verständlich dar. Die Bürgerinfo wird insbesondere von Multiplikatoren genutzt und verteilt.

Neben den Publikationen der EFRE-Verwaltungsbehörde setzen auch Begünstigte Publikationen ein, um über ihr gefördertes Vorhaben zu informieren. Im Gegensatz zu den Publikationen der EFRE-Verwaltungsbehörde werden durch diejenigen der Begünstigten vor allem fachlich interessierte Akteure angesprochen. Entsprechend steht die ausführliche Darstellung des geförderten Vorhabens im Mittelpunkt.

3.3.2 Empfehlungen für die zukünftige Umsetzung

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie Publikationen auch zukünftig wirksam eingesetzt werden können, um die Förderung bekannt zu machen.



Fortführung der Bürgerinfo im aktuellen Format

Die Bürgerinfo zum EFRE-OP Bayern ist ein sehr beliebtes Produkt, das insbesondere von Multiplikatoren verwendet wird, um die Förderung zusammenfassend und anschaulich zu erläutern. Sie sollte im aktuellen Format auch in den kommenden Jahren weitergeführt werden.



Weiterhin anschauliche Darstellung von Projektbeispielen, um inhaltliche Botschaften effektiv zu vermitteln

Publikationen sollten auch zukünftig konkrete Projektbeispiele enthalten, um Botschaften über die inhaltliche Ausrichtung und den potentiellen Mehrwert der Förderung zielgruppenspezifisch zu vermitteln.



Zielgruppenspezifischer und anlassbezogener Einsatz von Publikationen

Bei der Entwicklung von Publikationen sollte weiterhin eine sorgfältige Auseinandersetzung mit der adressierten Zielgruppe erfolgen. Die Inhalte und die Sprache sollten dementsprechend gewählt sein. Mit Blick auf die zunehmende Digitalisierung und um die verfügbaren personellen und finanziellen Ressourcen der EFRE-Verwaltungsbehörde bestmöglich einzusetzen, erscheint es zudem angebracht, die Entwicklung von Publikationen auch zukünftig sehr sorgfältig abzuwägen. Beispielsweise erscheint der Einsatz von kurzen und thematisch ausgerichteten Publikationen (z.B. die bereits vorhandenen Themenblätter mit Argumenten zur Zukunft der EU-Ko-

häsionspolitik) als ein gut geeignetes Format zur Verteilung auf Messen mit einem entsprechenden thematischen Fokus und Fachpublikum als primärer Besuchergruppe. Allgemeinere Informationen zur Förderung (z.B. die Bürgerinfo) hingegen erscheinen insbesondere geeignet, um durch die Verwaltung und Multiplikatoren auch bei Anlässen, die unter Umständen keinen direkten EFRE-Bezug haben (z.B. Veranstaltungen bei Kammern), verteilt zu werden. Um bei Bedarf Kosten für den Druck von Publikationen zu sparen wäre auch denkbar, bei Veranstaltungen ohne einen direkten EFRE-Bezug primär weniger umfangreiche Formate (Postkarten o.ä.) zu verteilen, auf denen auf die Internetseite und die dort abrufbaren Publikationen hingewiesen wird.



Postkarten mit kurzer Botschaft und ansprechendem Design für Kneipen etc. entwickeln und verteilen

In Ergänzung der bestehenden Publikationen ist die Erstellung von Postkarten, wie sie häufig in Kneipen zu finden sind, denkbar. Die Postkarten sollten in einem auffälligen und ansprechenden Design gestaltet und könnten mit einem kurzen Slogan versehen sein, der die Bedeutung des EFRE für den Freistaat andeutet. Auf der Rückseite könnte ein QR-Code sowie der Hinweis auf die Internetseite des EFRE IWB Bayern platziert werden.

3.4 Werbematerialien



Seit Beginn der aktuellen Förderperiode und in Fortführung der Praxis in der vorherigen Förderperiode werden im Rahmen des EFRE in Bayern unterschiedliche Werbematerialien verwendet. Es handelt sich dabei unter anderem um Kugelschreiber, Tassen, Regenschirme oder Schokopastillen. Auf allen Werbematerialien wird durch ein Logo und/oder den Förderhinweis auf den EFRE und die EU hingewiesen. Die Materialien werden durch die EFRE-Verwaltungsbehörde und weitere an der Programmumsetzung beteiligte Stellen insbesondere auf Messen und Veranstaltungen verteilt. Sie sollen zu einer positiven Wahrnehmung des EFRE beitragen. Zielgruppen sind insbesondere die breite Öffentlichkeit, aber auch potentielle Begünstigte und Begünstigte.

3.4.1 Gegenwärtige Umsetzung

Eingesetzte Werbematerialien

Im Rahmen des EFRE IWB Bayern werden zahlreiche Werbematerialien eingesetzt, um niedrigschwellig auf die Förderung aufmerksam zu machen.

Tabelle 5: Eingesetzte Werbematerialien im EFRE IWB Bayern bis Juli 2017

Eingesetzte Werbematerialien	
• Schreibblöcke • Kugelschreiber • Regenschirme • Schokopastillen • Stofftaschen	• Tassen • Schafkopfkarten • Kalender • USB-Sticks • Schreibtischunterlagen

Quelle: Informationen bereitgestellt von der EFRE-VB und eigene Recherche, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Die aufgeführten Materialien zeigen, dass es sich bei den Produkten primär um Gebrauchsgegenstände für den Alltag handelt. Seit Beginn der Förderperiode bis Ende 2016 wurden insgesamt 122.491 Werbematerialien mit EFRE-Bezug, insbesondere auf den in Kapitel 3.2 genannten Veranstaltungen und Messen, an die dortigen Besucher verteilt. Je nach Anlass und Veranstaltung wurden die Materialien durch die EFRE-Verwaltungsbehörde selbst oder durch weitere an der Programmumsetzung beteiligte Stellen, die die Materialien zuvor von der Verwaltungsbehörde zur Verfügung gestellt bekommen haben, ausgegeben.

Bewertung der eingesetzten Werbematerialien

Alle Werbematerialien weisen durch eine entsprechende Gestaltung deutlich sichtbar auf die EFRE-Förderung hin. So sind jeweils deutlich sichtbar das EU-Logo und der Hinweis auf den EFRE auf den Materialien dargestellt. Einige der Materialien sind auch vollständig in „EU-blau“ gehalten, sodass der Bezug zur EU auf den ersten Blick erkennbar ist.

Bei den genannten Werbematerialien handelt es sich weitgehend um bewährte Materialien, die bereits in der vorherigen Förderperiode verteilt wurden und die bei unterschiedlichen Anlässen auf großes Interesse gestoßen sind. Die Anzahl der verteilten Werbematerialien (122.491 Stück) unterstreicht dies. Es ist anzunehmen, dass alle Personen, die mindestens ein Produkt erhalten haben, auf den EFRE aufmerksam geworden sind. Dies ist grundsätzlich sehr positiv zu bewerten. Inwiefern allerdings eine weitere Auseinandersetzung mit dem Thema bei den Personen stattgefunden hat, kann im Rahmen dieser Bewertung nicht abgeschätzt werden.

Die Ergebnisse der Onlinebefragungen liefern Erkenntnisse, inwiefern auch die Begünstigten und die Mitglieder des BGA den Einsatz von Werbematerialien als geeignet einschätzen, um die Bekanntheit des EFRE weiter zu erhöhen. Es wird deutlich, dass die Einschätzungen der Befragten in Bezug auf Werbematerialien als Kommunikationsmaßnahme recht heterogen sind.

Abbildung 21: Einsatz von Werbematerialien – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen



Quelle: Onlinebefragung der Begünstigten und der BGA-Mitglieder im Zeitraum von 08.08.2017 bis 29.09.2017, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.

Über ein Drittel der befragten Begünstigten hat bereits Werbematerialien mit Bezug zu ihrem geförderten Vorhaben eingesetzt oder plant konkret, dies zu tun. Diesem durchaus hohen Wert stehen rund 57 Prozent der Begünstigten gegenüber, die nicht planen, Werbematerialien einzusetzen, um auf ihr gefördertes Vorhaben aufmerksam zu machen.

Ziel des Einsatzes von Werbematerialien durch die Begünstigten ist insbesondere, die fachlich interessierte Öffentlichkeit anzusprechen. Daraus ergibt sich ein Unterschied zur primären Zielgruppe der Werbematerialien der EFRE-Verwaltungsbehörde. Mit diesen sollen zuvorderst die breite Öffentlichkeit und erst dann potentielle Begünstigte und Begünstigte als Teil der fachlich interessierten Öffentlichkeit angesprochen werden. Es ist anzunehmen, dass zwischen der Fokussierung der Begünstigten auf die fachlich interessierte Öffentlichkeit beim Einsatz von Werbematerialien und der Fokussierung der Begünstigten auf die fachlich interessierte Öffentlichkeit bei Veranstaltungen ein unmittelbarer Zusammenhang besteht. Vermutlich werden die Materialien primär auf den Veranstaltungen verteilt, die aufgrund der thematischen Ausrichtung primär Fachakteure besuchen, sodass die Fachakteure auch vorrangige Zielgruppe für Werbematerialien sind.

Die Einschätzung der Begünstigten hinsichtlich der Eignung von Werbematerialien, um die Bekanntheit des EFRE zu steigern, ist recht heterogen. Rund ein Drittel (33 Prozent) finden Werbematerialien gut oder sehr gut geeignet. Etwas über die Hälfte (53 Prozent) gibt an, Werbematerialien als eher geeignet anzusehen. Nur ein sehr geringer Anteil findet Werbematerialien weniger geeignet oder ungeeignet. Auffällig ist, dass die BGA-Mitglieder in Hinblick auf den Einsatz von Werbematerialien zwar eine ebenfalls heterogene Einschätzung haben, allerdings ist das Meinungsbild stärker in eine positive oder negative Einschätzung unterteilt als bei den Begünstigten. Knapp die Hälfte (48 Prozent) der BGA-Mitglieder sieht Werbematerialien als gut oder sehr gut geeignet an. Demgegenüber steht knapp ein Viertel (24 Prozent), das Werbematerialien als weniger geeignet einschätzt.

Ein Vorteil von Werbematerialien wird in der potentiell häufigen Nutzung der Produkte durch den Empfänger gesehen. Auch die hohe Reichweite von einigen sehr attraktiven und nützlichen Artikeln (z. B. USB-Sticks) wird als positiv hervorgehoben. Damit würden potentiell auch Zielgruppen erreicht, die mit anderen Maßnahmen nicht erreicht würden.



„Sehr gut! Werbeträger werden oft verwendet und evtl. auch von Besuchern weitergegeben.“
(BGA-Mitglied)



„Kugelschreiber und Blöcke finden zu wenig Beachtung. Es gibt Zuviel davon.“
(BGA-Mitglied)

Kritisch wird teilweise angemerkt, dass eine tatsächliche Auseinandersetzung mit der Förderung nicht zwangsläufig erfolgt, nur weil jemand ein Produkt mit einem EFRE- oder EU-Logo erhält. Zudem sei eine hohe Anzahl von Werbemitteln von unterschiedlichen Einrichtungen im Umlauf. Dies begrenze die Aufmerksamkeit, die damit erzeugt werden könne.

Werbematerialien: Fazit zur gegenwärtigen Umsetzung

Werbematerialien werden von der EFRE-Verwaltungsbehörde und weiteren an der Programmumsetzung beteiligten Stellen insbesondere auf Veranstaltungen eingesetzt. Auch ein erheblicher Anteil der Begünstigten setzt Werbematerialien ein, um auf ihr gefördertes Vorhaben aufmerksam zu machen. Die hohe Anzahl der verteilten Materialien unterstreicht die hohe Aktivität der Verwaltungsstellen und erlaubt die Annahme, dass mit den Werbematerialien eine durchaus bemerkenswerte Anzahl an Menschen erreicht wird.

Allerdings ist bei Werbematerialien zu beachten, dass eine bewusste Wahrnehmung des Hinweises auf den EFRE oder sogar die weiterführende Auseinandersetzung mit der Förderung in vielen Fällen nicht gegeben sein dürfte. Auch das Argument, dass eine Vielzahl von Werbematerialien im Umlauf ist und die Aufmerksamkeit für das einzelne Produkt daher häufig gering sein dürfte, erscheint schlüssig. Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse erscheint eine sorgfältige Überprüfung der bisher verteilten Produkte und ihrer jeweiligen Auflagen zielführend.

3.4.2 Empfehlungen für die zukünftige Umsetzung

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie Werbematerialien auch zukünftig wirksam eingesetzt werden können, um die Förderung bekannt zu machen.



Verstärkter Einsatz von besonderen und anderweitig weniger oft eingesetzten Werbematerialien

Um die Aufmerksamkeit für die eingesetzten Werbematerialien zu erhöhen, sollten zukünftig noch stärker besondere und anderweitig weniger oft verteilte Produkte eingesetzt werden. Die Schokopastillen mit EU-Logo sind beispielsweise ein solches Produkt. Denkbar wäre möglicherweise auch die Gestaltung eines Display-Cleaners für Handy-, Tablet- oder Computerbildschirme. Es handelt sich dabei um ein Produkt, für das die große Mehrheit der Bevölkerung Verwendung haben dürfte. Der Einsatz von eher klassischen Werbematerialien (z. B. Kugelschreiber und Schreibblöcke) könnte dagegen zukünftig nur noch bei sehr ausgewählten Anlässen erfolgen.

**Verteilung von kleinformatischen Hinweiskarten o. ä. zur EFRE-Förderung zusammen mit den Werbematerialien**

Um die Aufmerksamkeit bei Werbematerialien stärker als bisher auf den EFRE zu lenken, könnten kleinere Werbematerialien wie beispielsweise die Schokopastillen oder ein Display-Cleaner (für Smartphones oder Tablets) zusammen mit einer kleinen Information, etwa im Visitenkartenformat, verteilt werden. Die Karte könnte ähnlich wie die in Kapitel 3.3.2 vorgeschlagene Postkarte gestaltet sein und mit einem kurzen Slogan sowie einem QR-Code und dem Hinweis auf die Internetseite versehen sein.

3.5 Presseinformationen



Unter Presseinformationen werden die Einladung von Medienvertretern zu und ihre Teilnahme an Veranstaltungen und Pressegespräche sowie Pressemitteilungen verstanden. Diese Maßnahmen werden vor allem von der EFRE-Verwaltungsbehörde initiiert und zusammen mit der Pressestelle des StMWi umgesetzt. Ergänzt werden die Maßnahmen des StMWi durch Aktivitäten der weiteren an der Programmumsetzung beteiligten Stellen und der Projektträger. Mit den Maßnahmen soll erreicht werden, dass der EFRE regelmäßig in den Medien präsent ist. Zielgruppe der Presseinformationen ist naturgemäß in erster Linie die breite Öffentlichkeit.

3.5.1 Gegenwärtige Umsetzung

Erstellte Presseinformationen

Seit Beginn der Förderperiode wurden zahlreiche Pressemitteilungen herausgegeben, die primär die EFRE-Förderung zum Inhalt haben beziehungsweise einen direkten Bezug zur Förderung herstellen. Darüber hinaus sind einige Presseartikel mit EFRE-Bezug erschienen.

Tabelle 6: **Erstellte Pressemitteilungen und erschienene Presseartikel seit Beginn der Förderperiode**

Jahr	Titel
Pressemitteilungen der EFRE-Verwaltung	
2014	Kabinett beschließt zukünftiges bayerisches EFRE-Programm/Aigner: „Kräftiger Schub für die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit unserer Regionen“
	Bayerischen Anteil des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung vorgestellt
	Start der neuen EFRE-Förderperiode 2014 - 2020
2015	Europäische Strukturfondsprogramme in Bayern nehmen Fahrt auf
	Wirtschaftsministerin Aigner und Innenminister Herrmann zum Abschluss des Auswahlverfahrens für die nachhaltige Entwicklung funktionaler Räume
	Energieeffiziente kommunale Vorzeigeprojekte
	Kunst-Ausstellung im Rahmen der „Europawoche“
2016	Bayern stärkt die Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen (Gastbeitrag Ministerin Aigner für BayBG)
	EFRE-Sonderprogramm
	Aktionstag ‚Europa in meiner Region‘/Wirtschaftsstaatssekretär Pschierer und Arbeitsstaatssekretär Hintersberger stellen schwäbische Projekte vor
	Scharf: Das Konzert geht zu Ende - Landesgartenschau in Bayreuth schließt die Tore/Würzburg Ausrichter für 2018
	Scharf: In Freising wird Paris umgesetzt - Einzigartiges Projekt zur schonenden Moornutzung gestartet
	Scharf: Gartenschauen sind Investitionen in die Zukunft - Natur in Pfaffenhofen schließt die Tore/Wassertrüdingen Ausrichter für 2019
2017	Bilanz 2016: Bayerisches Wirtschaftsministerium unterstützt Investitionen in Arbeitsplätze mit 165 Millionen Euro

Jahr	Titel
	Scharf: Neue Erholungsgebiete für eine dynamische Stadt - Spatenstich zur Landesgartenschau Ingolstadt 2020
	„Individualisierung digital“: Universität Würzburg erhält über zwei Millionen Euro aus Mitteln des Europäischen Strukturfonds für innovatives Projekt
	„Mit über 3 Millionen Euro für Oberfranken können wir die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Wirtschaft vor Ort unterstützen“
	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg erhält knapp 615.000 Euro an EU-Mitteln für innovatives Projekt
	Über 2,2 Millionen Euro für innovatives Projekt der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg zur Weiterentwicklung der Signal- und Leistungsvernetzung
	Rund 270.000 Euro für innovatives Projekt der TH Nürnberg Georg Simon Ohm zur Entwicklung von 3D-Druckern
	Kompetenznetzwerk Intelligente Produktionslogistik: Technologiezentrum in Dingolfing erhält über 812.000 Euro an EU-Mitteln für innovatives Projekt
	Innovationszentrum Biogas 4.0: Rund 576.000 Euro an EU-Mitteln für zukunftsweisendes Projekt der TH Ingolstadt
Presseartikel mit Bezug zur EFRE-Förderung 2014-2020	
2015	Ausschieben und Anschieben für Bildung, erschienen in Der neue Tag am 21.10.2015
2016	Zusätzliche 20 Millionen für den bayerischen Mittelstand, erschienen in Passauer Neue Presse am 16.02.2016
	Ministerin: In der Tech-Base sind die Firmen der Zukunft, erschienen in Mittelbayerische Zeitung am 15.04.2016
	Neuer Deich in Rekordzeit geschüttet, erschienen in Passauer Neue Presse, Lokalausgabe Deggendorf am 16.09.2016
	Rettungsversuch für Bayerns Moore, erschienen in Süddeutsche Zeitung am 23.11.2016
	EFRE-Förderung: 30 Millionen Euro für energieeffiziente Kommunen, erschienen in Bayerische Gemeindezeitung im November 2016
2017	Startschuss für Pfaffenhofener Gartenschau, erschienen in Ingolstadt Reporter am 24.05.2017

Quelle: Informationen bereitgestellt von der EFRE-VB und eigene Recherche, eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Die Auflistung der Pressemitteilungen zeigt eine rege Aktivität der EFRE-Verwaltungsbehörde in Zusammenarbeit mit der Pressestelle des StMWi bei der Bekanntmachung der Förderung über die Medien. Insbesondere während der finalen Vorbereitungs- und in der Startphase wurde regelmäßig über das neue EFRE-OP berichtet.

Mit Fortschreiten der Förderperiode häufen sich erwartungsgemäß projektbezogene Pressemitteilungen, die von den zuständigen Ministerien herausgegeben wurden.

Inhaltlich ist die Mehrheit der Pressemitteilungen, entsprechend der Informationsbedürfnisse der primären Zielgruppe, themenübergreifend ausgerichtet. Es wurden aber auch einige Pressemitteilungen herausgegeben, die ein Förderthema in den Mittelpunkt stellen. So gibt es jeweils mindestens eine Pressemitteilung zum Thema „Nachhaltige Entwicklung funktionaler Räume“, „Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen“ und „Energieeffizienz in Unternehmen (EFRE-Sonderprogramm)“.

Neben den Pressemitteilungen der EFRE-Verwaltungsbehörde/des StMWi sowie der am EFRE-Programm beteiligten Ministerien sind auch mehrere Presseartikel in unterschiedlichen Zeitungen mit unmittelbarem EFRE-Bezug bekannt, die seit Beginn der Förderperiode erschienen sind. Hierbei handelt es sich sowohl um themenübergreifende als auch um thematische und projektbezogene Artikel. Bei den Zeitungen, in denen die Artikel erschienen sind, handelt es sich vor allem um Regional- und Lokalzeitungen beziehungsweise um überregionale Zeitungen mit Lokalausgaben. Es ist anzunehmen, dass neben den Aufgeführten auch weitere Presseartikel erschienen sind, die für diese Bewertung allerdings nicht vorlagen, da sie in einem zeit- und ressourcenaufwändigen Medienmonitoring hätten erfasst werden müssen.

Bewertung der erstellten Presseinformationen

Die Anzahl der erschienenen Pressemitteilungen und Presseartikel ist ein Indiz für eine hohe Präsenz der EFRE-Förderung in der Presse. In der großen Mehrheit der Pressemitteilungen und -artikel wird der EFRE sehr explizit erwähnt, in einigen wird allgemein von EU-Förderung gesprochen. Dies erscheint allerdings mit Blick auf die Komplexität der Förderlandschaft und der adressierten Zielgruppe (breite Öffentlichkeit) durchaus nachvollziehbar und zielführend. Es ist davon auszugehen, dass der Begriff EU-Förderung für weniger fachkundige Akteure eher im Gedächtnis bleibt als der Begriff EFRE.

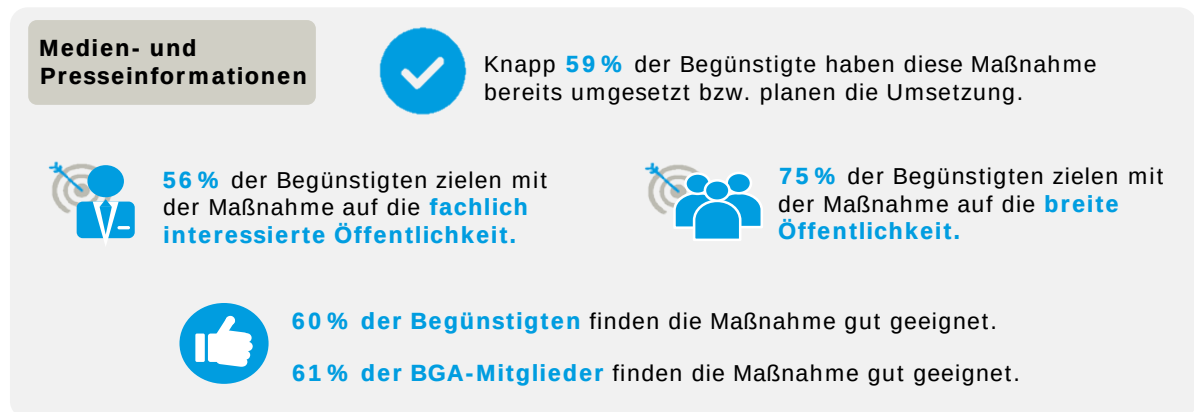
Neben den Pressemitteilungen, die das EFRE-OP insgesamt behandeln, dürften insbesondere die Pressemitteilungen, die über konkrete Projekte berichten, dazu beitragen, dass die Förderung für die breite Öffentlichkeit anschaulich und greifbar wird. Insbesondere bei Menschen, die in den umliegenden Regionen des jeweiligen Projekts leben oder beruflich in ähnlichen Themen tätig sind, dürften diese Pressemitteilungen Aufmerksamkeit erzeugen.

Ähnliches gilt für die erschienenen Presseartikel. Die Mehrheit berichtet über ein gefördertes Vorhaben und trägt somit dazu bei, die Förderung für die Leser anschaulich zu machen. Positiv ist zu bewerten, dass die Artikel in sehr unterschiedlichen Zeitungen erschienen sind. Dies lässt darauf schließen, dass unterschiedliche Lesergruppen mit den Artikeln erreicht wurden.

Hinweise auf den potentiell hohen Beitrag der Pressearbeit zur Steigerung der Bekanntheit des EFRE liefern auch die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung. Demnach wurden 83 Prozent der Befragten, die den EFRE kennen, über Medien auf die Förderung aufmerksam. Die hohe Bekanntheit insbesondere bei älteren Menschen (insbesondere bei den über 65-jährigen) lässt darauf schließen, dass auch (Regional-)Zeitungen hierbei von großer Bedeutung sind. Ältere Menschen nutzen, im Gegensatz zu jüngeren Bevölkerungsgruppen, in der Regel weniger stark digitale Medien um sich zu informieren, sondern auch weiterhin Printmedien.

Auch von den online befragten Begünstigten und den Mitgliedern des BGA wird die Nutzung von Medien und Presse mehrheitlich als gut geeignet angesehen, um die Förderung noch bekannter zu machen.

Abbildung 22: Medien- und Presseinformationen – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen



Quelle: Onlinebefragung der Begünstigten und der BGA-Mitglieder im Zeitraum von 08.08.2017 bis 29.09.2017, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.

Fast 60 Prozent der Begünstigten haben bereits eigene Medien- und Presseinformationen erstellt oder planen dies zu tun. Hierbei handelt es sich sowohl um öffentliche Institutionen als auch um KMU oder Organisationen der bayerischen Wirtschaft sowie Gebietskörperschaften. Rund ein Drittel plant keine derartigen Maßnahmen. Gemeinsam mit der Organisation von Veranstaltungen ist dies somit die freiwillige Kommunikationsmaßnahme, die von Begünstigten am häufigsten umgesetzt wird. Zielgruppe ist, wie auch bei den Presseinformationen der EFRE-Verwaltung, an erster Stelle die breite Öffentlichkeit. Aber auch die fachlich interessierte Öffentlichkeit wird von den Begünstigten häufig mit Presseinformationen adressiert. Dies kann vermutlich darauf zurückgeführt werden, dass Begünstigte noch stärker als die EFRE-Verwaltung über das Thema ihres jeweiligen Vorhabens berichten.

Die Einschätzungen zur Eignung von Medien- und Presseinformationen zur Steigerung der Bekanntheit des EFRE zeigen ein gemischtes Bild. Rund 60 Prozent der befragten Begünstigten und BGA-Mitglieder schätzen die Maßnahme als gut oder sehr gut geeignet ein. Begründet wird diese Einschätzung insbesondere mit der hohen Reichweite und mit dem oft unmittelbaren lokalen oder regionalen Bezug.

Bei den Begünstigten vertreten allerdings auch fast 20 Prozent der Befragten die Meinung, dass Presseinformationen weniger geeignet oder sogar ungeeignet sind. Für die freiwilligen Kommunikationsmaßnahmen der Begünstigten ist dies der höchste Wert. Von den BGA-Mitgliedern teilen 7 Prozent diese kritische Einschätzung. Als Grund wird zum einen der hohe „Streuverlust“ der Information genannt, da vom Verfasser nicht zu beeinflussen ist, ob die dargestellten Informationen auch tatsächlich wahrgenommen werden. Zum anderen wird die teilweise unzureichende Genauigkeit von Presseartikeln als problematisch angesehen. Teilweise würden Informationen zu unpräzise in der Zeitung wiedergegeben werden.

Presseinformationen: Fazit zur gegenwärtigen Umsetzung

Presseinformationen werden sowohl von der EFRE-Verwaltung als auch von Begünstigten eingesetzt, um die EFRE-Förderung bekannt zu machen. Neben allgemeinen Informationen zur Förderung wird in den Pressemitteilungen der EFRE-Verwaltung auch (teilweise sehr ausführlich) über einzelgeförderte Vorhaben berichtet. Die vorliegenden Presseartikel beziehen sich nahezu ausschließlich auf geförderte Vorhaben. Erwartungsgemäß wird der EFRE in den Pressemitteilungen der EFRE-Verwaltung oft sehr prominent erwähnt, teilweise sogar in der Überschrift. Bei den Presseartikeln steht dagegen, ebenfalls erwartungsgemäß, das jeweilige Vorhaben im Mittelpunkt. Nicht immer wird der EFRE explizit erwähnt, teilweise wird stattdessen von EU-Förderung gesprochen. Dies erscheint nachvollziehbar und kann mit Blick auf die Komplexität der Förderlandschaft als geeigneter Weg angesehen werden, die Förderung auf verständliche Weise darzustellen.

Die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung deuten darauf hin, dass es sich bei Presseinformationen um eine durchaus wirksame Maßnahme handelt. Sie zeigen, dass Medien die zentrale Informationsquelle darstellen, über die die Bevölkerung von der Förderung Kenntnis erlangt. Es ist anzunehmen, dass insbesondere die anschauliche Berichterstattung anhand konkreter Projekte sowie der oft gegebene regionale oder lokale Bezug wichtige Gründe sind, warum ein Artikel gelesen wird. Die Information über die Förderung aus dem EFRE ist dabei zwar häufig nur ein Teilaspekt, der aber offenbar durchaus wahrgenommen wird. Dies wird auch von der Mehrheit der Begünstigten und BGA-Mitglieder bestätigt.

3.5.2 Empfehlungen für die zukünftige Umsetzung

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie Presseinformationen auch zukünftig wirksam eingesetzt werden können, um die Förderung bekannt zu machen.



Fortführung der bisherigen Pressearbeit der EFRE-Verwaltung in Zusammenarbeit mit den Pressestellen der betreffenden Fachministerien

Die bisherige engagierte Pressearbeit der EFRE-Verwaltung sollte fortgeführt werden, um insbesondere die Bevölkerung weiterhin über die Förderung zu informieren.



Stärkere und direkte Ansprache von Journalisten

Um die EFRE-Förderung noch prominenter in der Presse zu platzieren, könnten eine noch stärkere und direkte Ansprache von Journalisten eine geeignete Maßnahme sein. Journalisten könnten stärker als bisher zu Pressegesprächen und in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Begünstigten zur Besichtigung besonders hervorragender Vorhaben eingeladen werden. Damit könnte insbesondere die Berichterstattung über konkrete Vorhaben mit einem regionalen Bezug weiter forciert und weitere Aufmerksamkeit bei der breiten Öffentlichkeit erzeugt werden.

3.6 Informeller Austausch zum geförderten Vorhaben

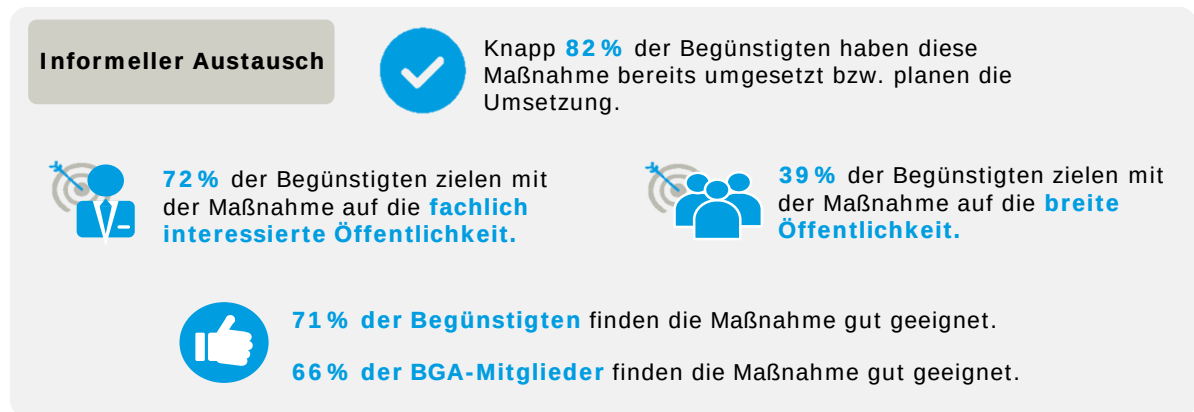


Neben den in der Kommunikationsstrategie vorgesehenen Maßnahmen zur Information und Kommunikation über den EFRE stellt der informelle Austausch über ein gefördertes Vorhaben eine weitere wichtige Maßnahme dar, wie die Förderung im Freistaat Bayern bekannt gemacht wird. Insbesondere Begünstigte nutzen den Austausch mit Kollegen, Bekannten, Familie oder Freunden häufig, um über ihr gefördertes Vorhaben zu informieren.

3.6.1 Gegenwärtige Umsetzung

Der informelle Austausch über das geförderte Vorhaben ist die am häufigsten umgesetzte Informations- und Kommunikationsmaßnahme der Begünstigten (82 Prozent).

Abbildung 23: Informeller Austausch – Ausgewählte Ergebnisse der Onlinebefragungen



Quelle: Onlinebefragung der Begünstigten und der BGA-Mitglieder im Zeitraum von 08.08.2017 bis 29.09.2017, eigene Berechnungen Ramboll Management Consulting.

Die Ergebnisse der Befragung deuten darauf hin, dass insbesondere der Austausch mit Kollegen oder anderen Fachakteuren im Mittelpunkt steht. Der informelle Austausch mit Akteuren der breiten Öffentlichkeit (Familie, Freunde, Bekannte) über das geförderte Vorhaben findet dagegen erkennbar weniger häufig statt (39 Prozent). Knapp über 70 Prozent der Begünstigten kommen zu der Einschätzung, dass der informelle Austausch gut oder sehr gut geeignet ist, um die Förderung bekannt zu machen. Der Anteil der BGA-Mitglieder, die diese Einschätzung teilen, ist etwas geringer (66 Prozent).

„Die persönliche Komponente verleiht der Information zusätzliches Gewicht.“
(Begünstigter)

„Informationen, die im persönlichen Gespräch vermittelt werden, sind glaubhafter und bleiben besser in Erinnerung.“
(BGA-Mitglied)

Die Begünstigten begründen ihre positive Einschätzung mit dem persönlichen Kontakt zum Gesprächspartner und der Möglichkeit, Vertrauen für die Fördermöglichkeit EFRE zu schaffen. Auch sei es im informellen Austausch sehr gut möglich, detaillierte Informationen zum geförderten Vorhaben und zu den Förderkonditionen zu vermitteln. Diese Rückmeldungen lassen darauf schließen, dass Begünstigte beim informellen Austausch auch mit anderen, potentiell Begünstigten in Kontakt stehen. Die BGA-Mitglieder kommen zu sehr ähnlichen Einschätzungen, warum der informelle Austausch gut oder sehr gut geeignet ist, um den EFRE bekannt zu machen. Zusätzlich wird auf die Möglichkeit hingewiesen, gezielte Informationen zu einem sehr komplexen Thema zu vermitteln.

Informeller Austausch: Fazit

Aus den Rückmeldungen der Begünstigten und der BGA-Mitglieder wird deutlich, dass der informelle Austausch von enormer Bedeutung ist, um die Förderung bekannt zu machen. Dies ist zunächst positiv zu bewerten, da persönliche Gespräche oft sehr wirksam sind, um Informationen glaubhaft und anschaulich zu transportieren. Allerdings ist auch zu berücksichtigen, dass die Botschaften, die im Zuge eines informellen Austausches verbreitet werden, von der EFRE-Verwaltung nicht gesteuert werden können.

Es ist anzunehmen, dass neben dem fachlich-inhaltlichen Austausch über das geförderte Vorhaben auch über die Fördermodalitäten gesprochen wird. Diese Informationen dürften insbesondere für potentielle Begünstigte sehr relevant sein und ihnen genaue Hinweise liefern, was bei einer möglichen Antragstellung und Inanspruchnahme der Förderung zu beachten ist. Allerdings beinhaltet der informelle Austausch über Fördermodalitäten vermutlich auch, dass auf Schwierigkeiten und Probleme bei der Inanspruchnahme der Förderung hingewiesen wird. Dies kann einerseits dazu beitragen, potentielle Begünstigte gezielt über die geltenden Anforderungen zu informieren. Bei einer negativ geprägten Darstellung durch den Begünstigten kann es allerdings auch dazu führen, dass potentiell Begünstigte eher Abstand von einer Förderung aus dem EFRE nehmen.

3.6.2 Empfehlungen für die zukünftige Umsetzung

Der informelle Austausch stellt außerhalb der Kommunikationsstrategie eine wichtige Maßnahme zur Bekanntmachung der Förderung dar. Aus der Analyse und Bewertung ergeben sich Ansatzpunkte, wie der informelle Austausch in der Zukunft auch von der EFRE-Verwaltung als eine Maßnahme eingesetzt werden könnte.

**Weitere Anlässe für informellen Austausch mit Akteuren vor Ort schaffen**

Um den informellen Austausch zwischen EFRE-Verwaltung und (potentiellen) Begünstigten zu stärken, wäre es denkbar, regionale Netzwerktreffen durchzuführen. Beispielsweise könnte in einer Förderperiode eine Veranstaltung in jedem Regierungsbezirk stattfinden. Neben einem anfänglichen Impulsvortrag (z. B. Vorstellung eines Vorhabens) könnten die Veranstaltungen insbesondere von informellen Austauschformaten geprägt sein. Es könnte z. B. Thementische geben oder Diskussionsrunden zu ausgewählten Aspekten der Förderung. Wie oben bereits dargelegt ist allerdings zu beachten, dass gelungene Veranstaltungen sowohl in der Vorbereitung als auch der Durchführung vergleichsweise aufwändig sind. Zudem ist der Adressatenkreis des bayerischen EFRE-Programms auf Grund der verschiedenen Maßnahmengruppen sehr heterogen. Daher sollte die tatsächliche Relevanz solcher Maßnahmen für die verschiedenen (potentiellen) Begünstigten stets geprüft werden. Eine sorgfältige Abwägung der tatsächlich umsetzbaren Formate durch die EFRE-Verwaltung ist somit erforderlich.

4. ORDNUNGSMÄßIGKEIT UND EFFIZIENZ DER UMSETZUNG DER KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE DES EFRE IWB BAYERN

4.1 Ordnungsmäßigkeit der Umsetzung der Kommunikationsstrategie

Neben den unter Wirksamkeit und Umsetzung behandelten Vorgaben der EU-Kommission (Bekanntmachung der Förderung in der Bevölkerung, Information potentieller Begünstigter über die Fördermöglichkeiten und Unterstützung der Begünstigten bei der Erfüllung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten) werden auch die weiteren Vorgaben der EU-Kommission gemäß Art. 115-117 und Anhang XII der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 im EFRE IWB Bayern vollständig umgesetzt:



Kommunikationsstrategie mit den unter Punkt 4 in Anhang XII der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 genannten Elementen

Die Kommunikationsstrategie für das EFRE-OP Bayern 2014-2020 enthält alle gemäß den Vorgaben der Europäischen Kommission (vgl. Artikel 115 und 166 sowie Anhang XII der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013) vorgesehenen Elemente. Ziele und Zielgruppen sowie die übergreifende Strategie und die konkreten Maßnahmen sind übersichtlich und sehr gut verständlich dargestellt. Seit Beginn der Förderperiode wurde der Begleitausschuss regelmäßig über den Stand der Umsetzung informiert. Im Zuge der jährlich stattfindenden Sitzungen des Gremiums wird unter einem gesonderten Tagesordnungspunkt ausführlich über die bereits umgesetzten und die im jeweils folgenden Jahr geplanten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen informiert.



Benennung einer Person, die auf Ebene des Operationellen Programms für Kommunikation und Information zuständig ist

Für das EFRE-OP Bayern 2014-2020 wurde gemäß den Vorgaben der Europäischen Kommission (vgl. Artikel 117 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013) eine Person benannt, die für die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen in Bezug auf das Programm zuständig ist. Sie koordiniert die Maßnahmen der EFRE-Verwaltungsbehörde und steht darüber hinaus den Begünstigten sowie den zwischengeschalteten Stellen als direkte Ansprechpartnerin zur Verfügung. Die entsprechenden Kontaktdaten sind auf der Webseite des Programms unter dem Menüpunkt „Information und Kommunikation“ zu finden.



Präsentation des Unionslogos an dem Standort der Verwaltungsbehörde

Am Sitz der Verwaltungsbehörde im StMWi ist die Flagge der Europäischen Union gut sichtbar und permanent vor dem Verwaltungsgebäude gehisst. Auf dem Organigramm, das im Eingangsbereich des Ministeriums hängt, wird auf die EFRE-Verwaltungsbehörde durch die Abbildung des EU-Emblems gesondert aufmerksam gemacht.

4.2 Effizienz der Umsetzung der Kommunikationsstrategie

Die nachfolgende Analyse der Effizienz der Umsetzung der Kommunikationsstrategie stützt sich auf die Bewertung der umgesetzten Maßnahmen im letzten Abschnitt, der beobachteten Effekte in der breiten Öffentlichkeit und bei (potentiellen) Begünstigten sowie der Betrachtung der für die Umsetzung eingesetzten finanziellen Mittel.

Für die Umsetzung der Kommunikationsstrategie sind rund 283.000 Euro EFRE-Mittel vorgesehen. Hinzu kommen Kofinanzierungsmittel in gleicher Höhe, sodass das vorgesehene Budget insgesamt rund 566.000 Euro beträgt. Damit entspricht es rund drei Prozent der für die Technische Hilfe vorgesehenen Mittel (19,8 Millionen Euro, davon 9,9 Millionen Euro EFRE-Mittel).²⁴ Es gibt derzeit keine Hinweise darauf, dass die tatsächlich verausgabten Mittel von den budgetierten Zahlen abweichen werden.

Im Zuge der Bewertung der einzelnen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen haben sich keine Hinweise darauf ergeben, dass es bei ihrer Umsetzung grundlegende Optimierungsbedarfe gibt. Die Ergebnisse der Bewertung unterstreichen vielmehr, dass die verfügbaren finanziellen und personellen Ressourcen zielführend eingesetzt werden, um zur Erreichung der Ziele der Kommunikationsstrategie beizutragen. Identifizierte Verbesserungsmöglichkeiten betreffen die inhaltliche und konzeptionelle Ausgestaltung einzelner Maßnahmen und nicht deren finanzielle Umsetzung.

So erscheint es beispielsweise denkbar, Broschüren, Faltblättern und Flyern zukünftig noch gezielter für potentielle Begünstigte einzusetzen und die breite Öffentlichkeit mit vergleichsweise wenig aufwändigen Postkarten oder ähnlichen Formaten auf den Beitrag der EFRE-Förderung im Freistaat aufmerksam zu machen. Veranstaltungen sind, trotz eines vergleichsweise hohen personellen und finanziellen Aufwandes, eine sehr gut geeignete Informations- und Kommunikationsmaßnahme. Um die Effizienz weiter zu steigern, erscheint es denkbar, den EFRE zukünftig noch stärker als bisher auf Veranstaltungen von beispielsweise Universitäten und Hochschulen zu präsentieren und so mit vergleichsweise geringem Aufwand eine große Anzahl von Menschen zu erreichen (vgl. Kapitel 3).

Auch im Hinblick auf die geleistete Unterstützung der EFRE-Verwaltung, insbesondere der EFRE-Verwaltungsbehörde, für die Begünstigten ergeben sich keine Hinweise für grundlegende Optimierungsbedarfe. Vielmehr zeigt sich eine sehr positive Wahrnehmung der verfügbaren Angebote. Mit Blick auf die vergleichsweise geringen personellen Kapazitäten der EFRE-Verwaltungsbehörde für den Bereich Information und Kommunikation ist neben einer hohen Effektivität somit vielmehr auch eine hohe Effizienz zu konstatieren (vgl. Kapitel 2).

²⁴ Die Prüfung der Angemessenheit des vorgesehenen Budgets ist nicht Gegenstand dieser Bewertung.

5. ZUSAMMENFASSUNG

5.1 Fazit

5.1.1 Wirksamkeit der Umsetzung der Kommunikationsstrategie

Die Bewertung der Wirksamkeit der Umsetzung der Kommunikationsstrategie erfolgte entlang der folgenden Leitfragen:

- Inwiefern leisten die Maßnahmen der EFRE-Verwaltung und Multiplikatoren im Zusammenwirken mit den Begünstigten einen Beitrag dazu, das Bewusstsein der Öffentlichkeit hinsichtlich der Bedeutung des EFRE als Impulsgeber für erfolgreiche Regionalentwicklung zu schärfen?
- Welche verpflichtenden und welche freiwilligen Maßnahmen sind besonders erfolgreich? Welche sind weniger erfolgreich?
- Wie geeignet ist die Unterstützung der Begünstigten durch die Verwaltungsbehörde und die Fachressorts, damit diese ihre aus dem EFRE unterstützten Vorhaben in der Öffentlichkeit kommunizieren können und die Unterstützung aus dem EFRE verdeutlichen?

Die Erkenntnisse aus der Bewertung bestätigen, dass die bisher umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen im EFRE Bayern einen erkennbaren Beitrag leisten, um die Förderung im Freistaat bekannt zu machen. Dies unterstreicht zunächst die hohe Bekanntheit der Förderung in der Bevölkerung. Medien sind für die Bevölkerung die mit Abstand wichtigste Informationsquelle. Diese Erkenntnis liefert wichtige Hinweise, wie die Bekanntheit der Förderung in der Bevölkerung durch entsprechende Maßnahmen zukünftig noch weiter erhöht werden kann.

Die seit Jahren sehr gute Inanspruchnahme der Förderung zeigt zudem, dass potentielle Begünstigte offenbar gut und umfassend über die Fördermöglichkeiten im EFRE informiert sind. Dies spricht dafür, dass die umfangreichen Maßnahmen für diese Zielgruppe ebenfalls wirksam sind. Als besonders geeignet, um potentielle Begünstigte über die Fördermöglichkeiten zu informieren, haben sich Veranstaltungen und der informelle Austausch herausgestellt. Weniger gut geeignet erscheint dagegen der Einsatz von Werbematerialien. Aber auch die verpflichtend umzusetzenden Hinweisschilder werden durchaus kritisch gesehen.

Die Unterstützung der EFRE-Verwaltung für die Begünstigten ist sehr gut geeignet, um diese bei der Umsetzung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten zu unterstützen. Darauf deutet zum einen die moderate Einschätzung der Begünstigten hinsichtlich des Aufwandes hin. Zum anderen zeigt die hohe Inanspruchnahme und die hohe Zufriedenheit mit den Unterstützungsangeboten, dass diese für die Begünstigten offenbar hilfreich sind und sie effektiv bei der Erfüllung ihrer Pflichten unterstützt werden.

5.1.2 Umsetzung und Effekte der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

Die Bewertung der Umsetzung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen erfolgte entlang der folgenden Leitfragen:

- Welche verpflichtenden und welche zusätzlichen freiwilligen Maßnahmen setzen die Begünstigten mit welchen Effekten ein?
- Welche Verbesserungsvorschläge gibt es?
- Eignen sich die Indikatoren zur Messung der durchgeführten Aktivitäten?

Neben der Erfüllung der formalen Informations- und Kommunikationspflichten setzt ein Großteil der Begünstigten weitere, freiwillige Informations- und Kommunikationsmaßnahmen um. An erster Stelle ist hier der informelle Austausch über das geförderte Vorhaben zu nennen, aber auch Veranstaltungen sowie Presseinformationen werden von der Mehrheit der Begünstigten eingesetzt, um auf ihr Vorhaben und die erzielten Ergebnisse aufmerksam zu machen. Weniger häufig werden Werbematerialien eingesetzt oder Publikationen in Fachmedien erarbeitet, um auf das geförderte Vorhaben aufmerksam zu machen. Empfehlungen für die weitere Verbesserung der Maßnahmen sind in Kapitel 5.2 dargestellt.

Die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der Begünstigten ergänzen die Maßnahmen der EFRE-Verwaltung sehr gut. Während viele der untersuchten Maßnahmen der EFRE-Verwaltung primär die breite Öffentlichkeit adressieren, richten sich die Begünstigten mit ihren eigenen Kommunikationsmaßnahmen mehrheitlich an die fachlich interessierte Öffentlichkeit. Zu dieser Gruppe zählen auch die potentiellen Begünstigten. Die Begünstigten informieren potentielle Begünstigte mit ihren Maßnahmen noch praxisnäher und anschaulicher über die Förderung, als dies von der EFRE-Verwaltung geleistet werden kann.

Die in der Kommunikationsstrategie definierten Output- und Ergebnisindikatoren eignen sich grundsätzlich sehr gut für die Messung der umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sowie der erzielten Effekte. Mit den Outputindikatoren werden viele der umgesetzten Maßnahmen unmittelbar erfasst. Lediglich die von der EFRE-Verwaltung selbst organisierten Veranstaltungen werden nicht unmittelbar durch die Indikatoren abgebildet.

Die Ergebnisindikatoren erfassen die Nutzung der Internetseite sowie die anvisierten Effekte in Bezug auf die potentiellen Begünstigten (aus der Bekanntheit folgende Inanspruchnahme der Förderung: Anzahl der Begünstigten) und die breite Öffentlichkeit (Bekanntheit des EFRE in der Bevölkerung). Die erzielten Effekte bei der Zielgruppe Begünstigte werden mit den Ergebnisindikatoren aus nachvollziehbaren Gründen nicht erfasst: die Überprüfung der Erfüllung der Informations- und Kommunikationspflichten ist Teil der routinemäßigen Kontrollen im Zuge der Umsetzung von geförderten Vorhaben und muss im Zusammenhang mit der Kommunikationsstrategie somit nicht gesondert erfasst werden.

Mit Blick auf den Ergebnisindikator „Bekanntheit des EFRE“ ist darauf hinzuweisen, dass eine repräsentative Bevölkerungsbefragung zum einen sehr interessante Erkenntnisse liefert, zum anderen aber auch eine aufwändige Erhebungsmethode darstellt. Aufwand und Nutzen sollten somit auch zukünftig sehr sorgfältig abgewogen werden, wenn dieser Indikator verwendet wird. Die Anzahl der Begünstigten ist dagegen ein sehr einfach zu erhebender Indikator. Allerdings bedarf er, insbesondere mit Blick auf die im Vergleich zur vergangenen Förderperiode gesunkenen EFRE-Mittel (und damit vermutlich einer geringeren Anzahl Begünstigter) einer sehr sorgfältigen Betrachtung und Interpretation.

5.1.3 Ordnungsmäßigkeit und Effizienz der Umsetzung der Kommunikationsstrategie

Die Bewertung der Effizienz der Umsetzung der Kommunikationsstrategie wurde entlang der folgenden Leitfrage vorgenommen:

- Sind die Vorgaben der EU-Kommission gemäß Art. 115-117 und Anhang XII der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 vollständig umgesetzt?
- Wie effizient erfolgt die Umsetzung der Kommunikationsstrategie?

Neben den unter Wirksamkeit und Umsetzung behandelten Vorgaben der EU-Kommission (Bekanntmachung der Förderung in der Bevölkerung, Information potentieller Begünstigter über die Fördermöglichkeiten und Unterstützung der Begünstigten bei der Erfüllung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten) werden auch die weiteren Vorgaben der EU-Kommission gemäß Art. 115-117 und Anhang XII der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 im EFRE IWB Bayern vollständig umgesetzt.

Die Bewertung der Umsetzung der Kommunikationsstrategie hat keine Hinweise darauf ergeben, dass es hier grundlegende Optimierungsbedarfe gibt. Die Ergebnisse der Bewertung unterstreichen vielmehr, dass die verfügbaren finanziellen und personellen Ressourcen zielführend eingesetzt werden, um zur Erreichung der Ziele der Kommunikationsstrategie beizutragen. Identifizierte Verbesserungsmöglichkeiten betreffen die inhaltliche und konzeptionelle Ausgestaltung einzelner Maßnahmen und nicht deren finanzielle Umsetzung.

Auch im Hinblick auf die geleistete Unterstützung der EFRE-Verwaltung, insbesondere der EFRE-Verwaltungsbehörde, für die Begünstigten ergeben sich keine Hinweise für grundlegende Optimierungsbedarfe. Vielmehr zeigt sich eine sehr positive Wahrnehmung der verfügbaren Angebote. Mit Blick auf die begrenzten personellen Kapazitäten der EFRE-Verwaltungsbehörde für den Bereich Information und Kommunikation ist neben einer hohen Effektivität somit vielmehr auch eine hohe Effizienz zu konstatieren.

5.2 Empfehlungen

Um die Bekanntheit des EFRE in der bayerischen Bevölkerung zukünftig noch weiter zu steigern, bieten sich verschiedenen Ansatzpunkte für die weitere Optimierung zur Umsetzung der Kommunikationsstrategie an. Zum einen können die bisher umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen weiterentwickelt werden, um noch besser zum Wirken zu kommen. Zum anderen erscheint es denkbar, neue Maßnahmen in Betracht zu ziehen, mit denen einige Zielgruppen (z. B. jüngere Menschen) wirksamer als bisher angesprochen werden können. Abschließend werden maßnahmenübergreifende Empfehlungen zur Umsetzung der Kommunikationsstrategie insgesamt präsentiert.

Für alle Empfehlungen gilt, dass der Zeitpunkt der Umsetzung von der EFRE-Verwaltungsbehörde unter Berücksichtigung des aktuellen Kontextes (insb. verfügbare Kapazitäten und Zeitpunkt in der Förderperiode) festzulegen ist. Beispielsweise könnten die Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Internetseite insbesondere im Zuge der Vorbereitung der Förderung nach 2020 aufgegriffen werden.

5.2.1 Weiterentwicklung bereits umgesetzter Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der EFRE-Verwaltung



Internetseite



Gezielte Weiterentwicklung des Aufbaus und des Designs der Internetseite

Die Bewertung des Aufbaus und des Designs der Internetseite zeigt, dass ungeachtet einer bereits hohen Qualität weitere Verbesserungsmöglichkeiten bestehen. Um diese auszuschöpfen, bieten sich der EFRE-Verwaltungsbehörde je nach Intention, wie der EFRE präsentiert werden soll, drei grundsätzlich denkbare Optionen.

Option 1: Noch explizitere Präsentation des EFRE als wirtschaftspolitisches Instrument

Um den EFRE noch stärker als wirtschaftspolitisches Instrument im Freistaat darzustellen wäre es zielführend, sich sowohl beim Aufbau als auch bei der Gestaltung der EFRE IWB-Seite noch stärker als bisher an der Internetseite des StMWi zu orientieren. Möglicherweise ist hierzu die Wahl eines anderen Seiten-Typs aus dem Styleguides des StMWi erforderlich. Zum Beispiel könnten auch auf der EFRE IWB-Seite unterschiedliche Ebenen, Dimensionen und Tiefen durch abwechselnde gestalterische Elemente und einen Wechsel zwischen Text- und Bildmaterial umgesetzt werden. Auch die horizontale Anordnung der Navigationsreiter auf der Seite des StMWi könnte ein gestalterisches Element sein, das hilft, die Internetseite des EFRE noch intuitiver und benutzerfreundlicher zu gestalten.

Option 2: Stärkere Herausarbeitung des EFRE als Förderinstrument der EU

Um den EFRE stärker als ein Förderinstrument der EU darzustellen, wäre eine stärkere Orientierung an den Gestaltungsmustern der EU denkbar. Zum Beispiel könnte sich die farbliche Gestaltung der Internetseite an die der EU anlehnen und das EU- und EFRE-Logo könnten noch prominenter platziert werden. In diesem Zusammenhang wäre auch denkbar, noch stärker mit Verweisen auf Informationsangebote der EU und der Generaldirektion Regionalpolitik gearbeitet werden. Dies würde den europäischen Charakter der Förderung und die Rolle der EU noch stärker betonen.

Option 3: Präsentation des EFRE als Teil der ESI-Fondsförderung

Um den EFRE explizit als Teil der ESI-Fondsförderung zu präsentieren, wäre ein gemeinsamer Internetauftritt mit dem ESF und dem ELER denkbar. Beispielsweise könnte eine gemeinsame Startseite (wie sie aktuell für den EFRE IWB und den EFRE ETZ besteht) für alle drei Fonds eingerichtet werden, auf der das übergreifende Anliegen der ESI-Fonds erläutert und die drei Fonds in ihrer jeweiligen Spezifik zusammenfassend dargestellt werden. Auf den weiteren Unterseiten könnten dann die Fonds, die zugehörigen Programme und Zielstellungen jeweils detaillierter dargestellt werden. Ein ähnlicher Aufbau sowie gemeinsame Gestaltungsrichtlinien für die drei Fonds, an denen sich sowohl die Startseite als auch die Unterseiten orientieren, wäre bei dieser Option zielführend. Denkbar wäre, neben gemeinsamen Gestaltungselementen unterschiedliche Leitfarben für die Unterseiten der Fonds zu wählen, um dem Besucher die Orientierung zu erleichtern.



Noch zielgruppenspezifischere Aufbereitung der Inhalte

Die Internetseite des EFRE IWB Bayern hält alle nötigen Informationen bereit. Um die verfügbaren Informationen noch nachvollziehbarer und benutzerfreundlicher zu präsentieren, wäre denkbar, die Navigation entlang der Zielgruppen zu organisieren, die Inhalte den jeweiligen Zielgruppen zuzuordnen und diese entsprechend ausführlich oder kompakt sowie spezifisch oder allgemeinverständlich aufzubereiten.

Um die Aktualität der Seite weiter zu steigern wäre es denkbar, bereits auf der Startseite Informationen zu aktuellen Veranstaltungen oder neuen Projekten zu präsentieren. Hier ist allerdings eine sorgfältige Abwägung des damit verbundenen Nutzens und der verfügbaren Ressourcen erforderlich.

Die Liste der Vorhaben ist gegenwärtig im Excel-Format verfügbar. Da die Liste durchaus sensible Daten beinhaltet, wäre ein nicht zu bearbeitendes Format (z. B. ein geschütztes PDF) besser geeignet. Um die Möglichkeit die Vorhaben individuell zu sortieren oder bestimmte Informationen gezielt zu suchen zu erhalten, wäre auch denkbar, das Excel-Format beizubehalten und eine schreibgeschützte Version zu verwenden, die keine inhaltlichen Änderungen der Daten erlaubt.



Häufigere Nutzung von kurzen, zum Dialog auffordernden Texten

Um die Nutzer noch direkter anzusprechen, bietet sich eine häufigere Nutzung von kurzen, zum Dialog auffordernden Texten in Aktivformulierung an (wie z. B. direkte Ansprachen: „Finden Sie hier mehr Informationen“).



Schaffung direkter, virtueller Interaktionsaktionsmöglichkeiten

Wenn Bedarf für die Intensivierung der Interaktion zwischen Seitenbesucher und Seitenbetreiber besteht, wäre die Schaffung eines Kontaktformulars vorstellbar. Darüber hinaus wäre denkbar, alle bereitstehenden Zusatzinformationen unter einem eigenen Reiter (z. B. „Service“) zusammenzufassen und/oder ein Downloadcenter mit Formularen, Vorlagen etc. einzurichten. Um die Verweildauer auf der Seite zu verlängern und die Absprungrate in Folge von Downloads weiterführender Informationen zu verringern, wäre denkbar, die FAQs mit ausklappbaren Akkordeonelementen in die Seite einzubetten.



Veranstaltungen und Roll-Ups



Fortführung von Veranstaltungen als eine zentrale Kommunikationsmaßnahme

Die große Anzahl und Bandbreite sowie die positive Resonanz (vgl. Besucherzahlen und Einschätzungen aus den Onlinebefragungen) auf die bisher durchgeführten Veranstaltungen lässt darauf schließen, dass Veranstaltungen eine sehr gut geeignete Maßnahme sind um den EFRE, insbesondere bei potentiellen Begünstigten, bekannt zu machen. Aus diesem Grund sollten

von der EFRE-Verwaltung auch zukünftig Veranstaltungen in ähnlicher Art und Weise wie bisher, d.h. zielgruppenspezifisch und regional verteilt, durchgeführt werden. Die Ergebnisse der Bewertung zeigen, dass zielgruppenspezifische und thematisch fokussierte Veranstaltungen besonders geeignet sind, um vertieft und entsprechend der jeweiligen Interessen der Teilnehmer über die Förderung zu informieren. Die regionale Verteilung ist in einem Flächenstaat wie Bayern wichtig, um Akteuren in allen Regionen des Freistaates die Gelegenheit zu geben, ohne größere Reisen an einer Veranstaltung teilzunehmen.

Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Organisation und Durchführung gelungener Veranstaltungen einen hohen Aufwand mit sich bringt und deshalb stets eine sorgfältige Abwägung erforderlich ist, zu welchen Anlässen die EFRE-Verwaltungsbehörde eigene Veranstaltungen organisiert und durchführt oder an deren Durchführung aktiv mitwirkt.



Noch stärkere Mitwirkung an großen Veranstaltungen anderer Akteure

Um Veranstaltungen noch effektiver als Informations- und Kommunikationsmaßnahme einsetzen zu können und gleichzeitig den begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen in der EFRE-Verwaltung Rechnung zu tragen wäre denkbar, dass die EFRE-Verwaltung zukünftig noch aktiver an größeren Veranstaltungen anderer Akteure (z. B. Universitäten oder andere wissenschaftliche Einrichtungen) mitwirkt. An Universitäten finden beispielsweise regelmäßig Veranstaltungen zu unterschiedlichen Anlässen und Themen statt, zu denen die EFRE-Förderung einen Bezug hat. Mit geringerem Aufwand im Vergleich zur Organisation und Durchführung eigener Veranstaltungen, könnte dort häufig eine große Anzahl an fachlich interessierten Personen über die Förderung informiert werden. Der Vorteil einer verstärkten Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Einrichtungen dürfte zudem darin bestehen, dass diese Organisationen oft über eigene Ansprechpartner für das Thema Öffentlichkeitsarbeit verfügen, die eine professionelle Organisation und Durchführung der Veranstaltung gewährleisten.



Broschüren, Faltblätter und Flyer



Fortführung der Bürgerinfo im aktuellen Format

Die Bürgerinfo zum EFRE-OP Bayern ist ein sehr beliebtes Produkt, das insbesondere von Multiplikatoren verwendet wird, um die Förderung zusammenfassend und anschaulich zu erläutern. Sie sollte im aktuellen Format auch in den kommenden Jahren weitergeführt werden.



Weiterhin anschauliche Darstellung von Projektbeispielen, um inhaltliche Botschaften effektiv zu vermitteln

Publikationen sollten auch zukünftig konkrete Projektbeispiele enthalten, um Botschaften über die inhaltliche Ausrichtung und den potentiellen Mehrwert der Förderung zielgruppenspezifisch zu vermitteln.



Zielgruppenspezifischer und anlassbezogener Einsatz von Publikationen

Bei der Entwicklung von Publikationen sollte weiterhin eine sorgfältige Auseinandersetzung mit der adressierten Zielgruppe erfolgen. Die Inhalte und die Sprache sollten dementsprechend gewählt sein. Mit Blick auf die zunehmende Digitalisierung und um die verfügbaren personellen und finanziellen Ressourcen der EFRE-Verwaltungsbehörde bestmöglich einzusetzen, erscheint es zudem angebracht, die Entwicklung von Publikationen auch zukünftig sehr sorgfältig abzuwägen. Beispielsweise erscheint der Einsatz von kurzen und thematisch ausgerichteten Publikationen (z.B. die bereits vorhandenen Themenblätter) als ein gut geeignetes Format zur Verteilung auf Messen mit einem entsprechenden thematischen Fokus und Fachpublikum als primärer Besuchergruppe. Allgemeinere Informationen zur Förderung (z.B. die Bürgerinfo) hingegen erscheinen insbesondere geeignet, um durch die Verwaltung und Multiplikatoren auch bei Anlässen,

die unter Umständen keinen direkten EFRE-Bezug haben (z.B. Veranstaltungen bei Kammern), verteilt zu werden. Um bei Bedarf Kosten für den Druck von Publikationen zu sparen wäre auch denkbar, bei Veranstaltungen ohne einen direkten EFRE-Bezug primär weniger umfangreiche Formate (Postkarten o.ä.) zu verteilen, auf denen auf die Internetseite und die dort abrufbaren Publikationen hingewiesen wird.



Postkarten mit kurzer Botschaft und ansprechendem Design für Kneipen etc. entwickeln und verteilen

In Ergänzung der bestehenden Publikationen ist die Erstellung von Postkarten, wie sie häufig in Kneipen zu finden sind, denkbar. Die Postkarten sollten in einem auffälligen und ansprechenden Design gestaltet und könnten mit einem kurzen Slogan versehen sein, der die Bedeutung des EFRE für den Freistaat andeutet. Auf der Rückseite könnte ein QR-Code sowie der Hinweis auf die Internetseite des EFRE IWB Bayern platziert werden.



Werbematerialien



Verstärkter Einsatz von besonderen und anderweitig weniger oft eingesetzten Werbematerialien

Um die Aufmerksamkeit für die eingesetzten Werbematerialien zu erhöhen, sollten zukünftig noch stärker besondere und anderweitig weniger oft verteilte Produkte eingesetzt werden. Die Schokopastillen mit EU-Logo sind beispielsweise ein solches Produkt. Denkbar wäre möglicherweise auch die Gestaltung eines Display-Cleaners für Handy-, Tablet- oder Computerbildschirme. Es handelt sich dabei um ein Produkt, für das die große Mehrheit der Bevölkerung Verwendung haben dürfte. Der Einsatz von eher klassischen Werbematerialien (z. B. Kugelschreiber und Schreibblöcke) könnte dagegen zukünftig nur noch bei sehr ausgewählten Anlässen erfolgen.



Verteilung von kleinformatischen Hinweiskarten o. ä. zur EFRE-Förderung zusammen mit den Werbematerialien

Um die Aufmerksamkeit bei Werbematerialien stärker als bisher auf den EFRE zu lenken, könnten kleinere Werbematerialien wie beispielsweise die Schokopastillen oder ein Display-Cleaner (für Smartphones oder Tablets) zusammen mit einer kleinen Information, etwa im Visitenkartenformat, verteilt werden. Die Karte könnte ähnlich wie die in Kapitel 3.3.2 vorgeschlagene Postkarte gestaltet sein und mit einem kurzen Slogan sowie einem QR-Code und dem Hinweis auf die Internetseite versehen sein.



Presseinformationen



Fortführung der bisherigen Pressearbeit der EFRE-Verwaltung in Zusammenarbeit mit den Pressestellen der betreffenden Fachministerien

Die bisherige engagierte Pressearbeit der EFRE-Verwaltung sollte fortgeführt werden, um insbesondere die Bevölkerung weiterhin über die Förderung zu informieren.



Stärkere und direkte Ansprache von Journalisten

Um die EFRE-Förderung noch prominenter in der Presse zu platzieren, könnten eine noch stärkere und direkte Ansprache von Journalisten eine geeignete Maßnahme sein. Journalisten könnten stärker als bisher zu Pressegesprächen und in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Begünstigten zur Besichtigung besonders hervorragender Vorhaben eingeladen werden. Damit

könnte insbesondere die Berichterstattung über konkrete Vorhaben mit einem regionalen Bezug weiter forciert und weitere Aufmerksamkeit bei der breiten Öffentlichkeit erzeugt werden.



Informeller Austausch



Weitere Anlässe für informellen Austausch mit Akteuren vor Ort schaffen

Um den informellen Austausch zwischen EFRE-Verwaltung und (potentiellen) Begünstigten zu stärken wäre denkbar, regionale Netzwerktreffen durchzuführen. Beispielsweise könnte in einer Förderperiode eine Veranstaltung in jedem Regierungsbezirk stattfinden. Neben einem anfänglichen Impulsvortrag (z. B. Vorstellung eines Vorhabens) könnten die Veranstaltungen insbesondere von informellen Austauschformaten geprägt sein. Es könnte z. B. Thementische geben oder Diskussionsrunden zu ausgewählten Aspekten der Förderung. Wie oben bereits dargestellt ist allerdings zu beachten, dass gelungene Veranstaltungen sowohl in der Vorbereitung als auch der Durchführung vergleichsweise aufwändig sind. Eine sorgfältige Abwägung der tatsächlich umsetzbaren Formate durch die EFRE-Verwaltung ist somit erforderlich.

5.2.2 Neue Informations- und Kommunikationsmaßnahmen



Wettbewerb und Prämierung der besten Vorhabenspräsentation

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass die Förderung anhand konkreter Beispiele sehr gut vermittelt werden kann. Um Begünstigte stärker dafür zu gewinnen, ihr Vorhaben öffentlichkeitswirksam und anschaulich zu präsentieren, wäre (die benötigten personellen und finanziellen Kapazitäten vorausgesetzt) die Durchführung eines Wettbewerbs für die beste Vorhabenspräsentation denkbar. Begünstigte könnten anhand eines kurzen Videos oder mit Hilfe von Fotos darstellen, wie sie ihr Vorhaben präsentieren. Eine Jury aus EFRE-Verwaltung und Multiplikatoren könnte bewerten, welche Präsentation besonders gelungen ist. Die Prämie für den Gewinner könnte beispielsweise die Darstellung seines Vorhabens in der folgenden Bürgerinfo oder die Gelegenheit zur Präsentation auf einer öffentlichkeitswirksamen Veranstaltung sein.



Kurzes Video oder Cartoon über die EFRE-Förderung

Um den EFRE auch bei jüngeren Bevölkerungsgruppen bekannter zu machen, wäre die Erstellung eines kurzen Videos oder eines Cartoons denkbar, der über Portale wie z. B. YouTube angeschaut werden kann. Das Video/der Cartoon sollte kurz und unterhaltsam sein. Er sollte weniger den formalen Rahmen der Förderung, sondern stark die Förderumsetzung im Freistaat und die damit erzielten Effekte in den Mittelpunkt stellen.



Präsentation über die EFRE-Förderung für Kurz-Schulungen

Eine weitere Maßnahme, um den EFRE auch bei jüngeren Menschen bekannt zu machen, könnte die Erarbeitung einer Kurzinformation sein, die beispielsweise Berufsschülern, die in EFRE-geförderten Ausbildungszentren unterrichtet werden, gezeigt werden könnte. Das Thema EU dürfte mittlerweile in nahezu allen weiterführenden Schulen fester Bestandteil des Lehrplans sein, sodass junge Menschen mehrheitlich über ein Grundwissen verfügen dürften. Um neben den Institutionen und der Funktionsweise der EU auch das Thema Förderung zu platzieren, wäre die Erstellung einer kurzen Präsentation denkbar. In zielgruppengerechter Sprache könnte die Förderung auf wenigen Seiten vorgestellt und mit konkreten Beispielen veranschaulicht werden. Um eine hohe Anschaulichkeit sicherzustellen wäre denkbar, ein Projektbeispiel (entweder regional oder thematisch passend, z. B. Ausbildungszentrum oder andere Einrichtung/Unternehmen der jeweiligen Branche) in die Präsentation aufzunehmen. So würde sichergestellt, dass junge Menschen unmittelbar erfahren, was mit dem EFRE unterstützt wird. Statt einer EFRE-spezifischen

Präsentation wäre auch denkbar, eine gemeinsame Präsentation mit dem ELER und ESF zu erarbeiten. Neben fondsübergreifenden Informationen zur ESI-Fondsförderung könnten die einzelnen Fonds und ihre Schwerpunkte anhand konkreter Beispiele vorgestellt werden.

5.2.3 Maßnahmenübergreifende Empfehlungen



Noch stärkere Konzentration auf die wirksamsten und effizientesten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

Im Rahmen der Kommunikationsstrategie des EFRE IWB Bayern werden gegenwärtig zahlreiche Maßnahmen erfolgreich umgesetzt. Mit Blick auf die begrenzten finanziellen und personellen Kapazitäten für Information und Kommunikation in der EFRE-Verwaltung erscheint es zielführend zu prüfen, bei welchen Maßnahmen die Möglichkeit besteht, den Aufwand und die damit verbundenen Kosten zu reduzieren (z. B. Publikationen und Werbematerialien). Gleichzeitig sollten sich bietende Möglichkeiten, die Aktivitäten anderer Akteure für die Kommunikation der EFRE-Förderung zu nutzen, verstärkt in den Blick genommen werden. Als Beispiel ist hier insbesondere die aktive Mitwirkung an Veranstaltungen von Universitäten und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen zu nennen. Mit dem starken Fokus auf Forschung und Innovation ist zu erwarten, dass sich daraus einige passende Gelegenheiten für die Präsentation der EFRE-Förderung ergeben.



Verwendung einer kontinuierlichen Botschaft / eines Slogans über mehrere Förderperioden

Um den Wiedererkennungswert zu erhöhen erscheint es denkbar, über mehrere Förderperioden hinweg den gleichen Slogan für die EFRE-Förderung zu verwenden. Insbesondere für die breite Öffentlichkeit ist die Tatsache, dass die Förderung in Förderperioden organisiert ist und sich die genaue Bezeichnung der Zielstellung der Förderung auf europäischer Ebene ändert, wenig bedeutsam. Vielmehr erscheint es zielführend, einen Slogan zu entwickeln und zu verwenden, der die weitgehend konstante Zielstellung des EFRE in Bayern treffend abdeckt.



Stärkere Bündelung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der drei ESI-Fonds

Um die Strahlkraft der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen weiter zu erhöhen, erscheint eine noch stärkere Bündelung der Maßnahmen des EFRE, ESF und ELER denkbar. Gemeinsame Veranstaltungen wurden bereits erfolgreich umgesetzt. Unter einer gemeinsamen Überschrift könnte sehr anschaulich dargestellt werden, wie umfassend die EU viele relevante Themen aus nahezu allen Lebensbereichen der Menschen fördert. Die Überschrift könnte zunächst insbesondere für Roll-Ups, Publikationen und Werbematerialien genutzt werden. In einem zweiten Schritt wäre auch denkbar, einen gemeinsamen Internetauftritt zu gestalten, der entlang von Themen und Zielgruppen strukturiert ist. Ähnlich haben die Regierungen bereits gegenwärtig ihre Internetseiten aufgebaut.



Erweiterte Abfrage der umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen außerhalb der EFRE-Verwaltungsbehörde sowie regionale Pressebeurichterstattung über den EFRE

Die Ergebnisse der Bewertung zeigen, dass neben der EFRE-Verwaltungsbehörde auch die weiteren an der Programmumsetzung beteiligten Stellen sowie die große Mehrheit der Begünstigten eigene Informations- und Kommunikationsmaßnahmen in größerem Umfang umsetzen. Eine erweiterte Abfrage und Erfassung wäre zielführend, um zukünftig noch präzisere Aussagen zu den umgesetzten Maßnahmen treffen zu können und noch gezielter mögliche Anknüpfungspunkte für Maßnahmen der EFRE-Verwaltungsbehörde zu identifizieren und so mögliche Multiplikatoreffekte noch besser zu nutzen. Im Rahmen der Abfrage der umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen außerhalb der EFRE-Verwaltungsbehörde könnte auch verstärkt um Übermittlung der regionalen Pressebeurichterstattung über den EFRE gebeten werden.

ANHANG

REPRÄSENTATIVE BEVÖLKERUNGSBEFRAGUNG

FRAGEBOGEN FÜR DIE BEFRAGUNG DER BAYERISCHEN BEVÖLKERUNG ZUR BEKANNTHEIT DES EFRE

F101: In welchen Bereichen sind Ihnen Projekte und Initiativen der Europäischen Union bekannt, die im Freistaat Bayern umgesetzt werden?

Mehrfachnennungen möglich

- 1: Forschung und Innovation
- 2: Mittelstandsförderung
- 3: Klimaschutz
- 4: Stadt- und Stadtumlandentwicklung
- 5: Sonstiges (*bitte nennen*)
- 6: Weiß nicht

→ Filter: Wenn Projekte und Initiativen bekannt sind (F101 ungleich 6), weiter mit F102 und Frage F103.

F102: Woher kennen Sie Projekte und Initiativen im Freistaat Bayern, die von der Europäischen Union finanziell unterstützt werden?

Mehrfachnennungen möglich

- 1: Aus meiner beruflichen Tätigkeit
- 2: Aus Medien (TV, Radio, Zeitungen / Zeitschriften, Internet)
- 3: Durch Broschüren, Flyer oder Werbeartikel
- 3: Weil mir Freunde, Bekannte, Verwandte oder Kollegen davon erzählt haben
- 4: Durch öffentliche Hinweisschilder (an Straßen / Bauwerken / Gebäuden)
- 5: Sonstiges (*bitte nennen*)
- 6: Weiß nicht

F103: Von welchen der folgenden europäischen Programme haben Sie bereits gehört?

Mehrfachnennungen möglich

- 1: Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE)
- 2: Europäischer Sozialfonds (ESF)
- 3: Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)
- 4: Rahmenprogramm für Forschung und Innovation „Horizont 2020“
- 5: Ich kenne keines dieser Programme / keine dieser Initiativen.

ONLINEBEFRAGUNG DER BEGÜNSTIGTEN

FRAGEBOGEN FÜR DIE ONLINEBEFRAGUNG DER BEGÜNSTIGTEN

1. Umsetzung eigener Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

- 1.1. Kommunizieren Sie Ihr EFRE-gefördertes Projekt zusätzlich auch noch mit einer oder mehreren der folgenden Aktivitäten an die Öffentlichkeit?
- 1.2. Welche Zielgruppen wollen Sie mit Ihren Maßnahmen insbesondere erreichen?

2. Einschätzung der Wirksamkeit von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

- 2.1. Welche Ihrer Maßnahmen sind nach Ihrer Einschätzung besonders geeignet, um auch die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung im Freistaat Bayern zu erhöhen?
- 2.2. Sie haben angegeben, dass die folgenden Maßnahmen besonders geeignet sind, um die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung zu erhöhen. Warum sind diese aus Ihrer Sicht besonders geeignet? Bitte erläutern Sie Ihre Angabe kurz.

3. Erhaltene Unterstützung zur Umsetzung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten durch die EFRE-Verwaltung

- 3.1. Welche weiteren (neben den oben genannten) Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung haben Sie in der Förderperiode 2014-2020 bereits in Anspruch genommen?
- 3.2. Sie haben angegeben, dass Sie die folgenden Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung nicht in Anspruch genommen haben. Aus welchem Grund haben Sie diese Angebote nicht in Anspruch genommen? Bitte erläutern Sie Ihre Angabe kurz.
- 3.3. Wie schätzen Sie den Nutzen der Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung für die Umsetzung Ihrer Informations- und Kommunikationspflichten ein?
- 3.4. Sie haben angegeben, dass die folgenden Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung für Sie bei der Umsetzung Ihrer Informations- und Kommunikationspflichten von hohem Nutzen waren. Warum?
- 3.5. Sie haben angegeben, dass die folgenden Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung für Sie bei der Umsetzung Ihrer Informations- und Kommunikationspflichten nur von geringem Nutzen waren. Wie könnte der Nutzen dieser Unterstützungsangebote der EFRE-Verwaltung aus Ihrer Sicht gesteigert werden?

4. Einschätzung des Aufwandes für die Erfüllung Ihrer Informations- und Kommunikationspflichten

- 4.1. Wenn Sie an Ihre umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sowie die erhaltene Unterstützung durch die EFRE-Verwaltung denken: Wie hoch schätzen Sie den Aufwand für die Umsetzung der Informations- und Kommunikationspflichten ein?
- 4.2. Sie haben angegeben, dass Sie den Aufwand für die folgenden Maßnahmen als hoch einstufen. Bitte erläutern Sie diese Angabe. Aus welchem Grund stufen Sie den Aufwand zur Erfüllung Ihrer Informations- und Kommunikationspflichten für die genannten Maßnahmen als hoch ein?
- 4.3. Haben Sie bereits in der vorangegangenen Förderperiode 2007-2013 Förderung aus dem EFRE Bayern erhalten?
- 4.4. Wie schätzen Sie den Aufwand zur Erfüllung Ihrer Informations- und Kommunikationspflichten im Vergleich zur vorangegangenen Förderperiode 2007-2013 ein?
- 4.5. Sie haben angegeben, dass der Aufwand in dieser Förderperiode im Vergleich zur vorangegangenen Förderperiode 2007-2013 höher ist. Bitte erläutern Sie diese Angabe.

ONLINEBEFRAGUNG DER MITGLIEDER DES EFRE-BEGLEITAUSSCHUSSES

FRAGEBOGEN FÜR DIE ONLINEBEFRAGUNG DER MITGLIEDER DES EFRE-BEGLEITAUS- SCHUSSES

1. Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der EFRE-Verwaltung

- 1.1. Wie geeignet finden Sie die nachfolgend aufgeführten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der EFRE-Verwaltung um die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung in Bayern zu erhöhen?
- 1.2. Sie haben angegeben, dass die folgenden Maßnahmen der EFRE-Verwaltung besonders geeignet sind, um die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung zu erhöhen. Warum finden Sie diese Maßnahmen geeignet? Bitte erläutern Sie Ihre Angabe kurz.
- 1.3. Aus welchen Gründen finden Sie diese Maßnahmen der EFRE-Verwaltung weniger geeignet, um die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung zu erhöhen? Bitte erläutern Sie Ihre Angabe kurz.

2. Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der Begünstigten

- 2.1. Wie geeignet finden Sie die nachfolgend aufgeführten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der Begünstigten um die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung in Bayern zu erhöhen?
- 2.2. Sie haben angegeben, dass die folgenden Maßnahmen der Begünstigten geeignet sind, um die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung zu erhöhen. Warum finden Sie diese Maßnahmen geeignet? Bitte erläutern Sie Ihre Angabe kurz.
- 2.3. Aus welchen Gründen finden Sie diese Maßnahmen der Begünstigten weniger geeignet, um die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung zu erhöhen? Bitte erläutern Sie Ihre Angabe kurz.
- 2.4. Wie hoch ist nach Ihrer Einschätzung der Aufwand für die Umsetzung der Informations- und Kommunikationspflichten bei den Begünstigten?
- 2.5. Sie haben angegeben, dass Sie den Aufwand für die folgenden Maßnahmen bei den Begünstigten als hoch einstufen. Bitte erläutern Sie diese Angabe. Aus welchem Grund stufen Sie den Aufwand für die Umsetzung bei den Begünstigten als hoch ein?

3. Weitere Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

- 3.1. Welche weiteren Maßnahmen und Instrumente erachten Sie als potentiell geeignet, um die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung in Bayern weiter zu steigern? Mehrfachnennungen möglich.
- 3.2. Haben Sie weitere Ideen für Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die die Sichtbarkeit der EFRE-Förderung in Bayern aus Ihrer Sicht wirksam verdeutlichen könnten?