

BEWERTUNG DES EUROPÄISCHEN FONDS FÜR
REGIONALE ENTWICKLUNG (EFRE) UND DES
EUROPÄISCHEN SOZIALFONDS (ESF) DES LAN-
DES SACHSEN-ANHALT IN DER FÖRDERPERIODE
2014-2020

**BEWERTUNG DER ESIF-
KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE**



SACHSEN-ANHALT



EUROPÄISCHE UNION

ESIF

Europäische Struktur- und
Investitionsfonds

**HIER INVESTIERT EUROPA
IN DIE ZUKUNFT UNSERES LANDES.**

www.europa.sachsen-anhalt.de

BEWERTUNG DER ESIF-KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

Mai 2020

Ansprechpersonen:

Marnie von Fritsch

Beraterin

T 040 30 20 20-173
M 0152 53210473
marnie.vonfritsch@ramboll.com

Marcus Neureiter

Manager

T 030 30 20 20-137
M 0151 58015137
marcus.neureiter@ramboll.com

Autorinnen und Autoren:

Marianne Bormann

Marnie von Fritsch

Finn Koenemund

Marcus Neureiter

INHALT

1.	BEWERTUNGS-AUFTRAG	5
1.1	Kontext der Bewertung	5
1.2	Bewertungsziele und -fragen	6
1.3	Vorgehen	8
2.	BEWERTUNG DER UMSETZUNG DER INFORMATIONSMABNAHMEN UND KOMMUNIKATIONSMABNAHMEN	11
2.1	(Informations-)Veranstaltungen	12
2.2	Verteilung von Informationsmaterial	17
2.3	Pressearbeit	21
2.4	Werbematerialien („give aways“)	23
3.	BEWERTUNG DER INTERNETSEITE, DES VADEMECUMS UND DER NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA	25
3.1	Internetseite	25
3.2	Vademecum	33
3.3	Nutzung von Social Media	34
4.	UNTERSTÜTZUNG BEI DER UMSETZUNG DER VERPFLICHTENDEN INFORMATIONSMABNAHMEN UND KOMMUNIKATIONSMABNAHMEN	37
5.	FAZIT UND EMPFEHLUNGEN	40
6.	ANHANG	47

ABBILDUNGEN

Abbildung 1: Ziele der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen laut Kommunikationsstrategie	5
Abbildung 2: Vorgehen zur Bewertung der Kommunikationsstrategie	8
Abbildung 3: Verteilung der Fonds, aus denen die befragten Begünstigten Förderung erhalten (N=204)	9
Abbildung 4: Welche Veranstaltungsformate sind Ihrer Einschätzung und Ihrer Erfahrung nach geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen?	14
Abbildung 5: Welche Informationsmaterialien sind Ihrer Einschätzung bzw. Ihrer Erfahrung nach geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen?	19
Abbildung 6: Sind Werbemittel („give-aways“) aus Ihrer Sicht geeignet, um die EU-Förderung bei potenziell Begünstigten bekannt zu machen?.....	24
Abbildung 7: Ist Ihnen bekannt, dass die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF Werbemittel („give-aways“, wie z.B. Schreibblöcke, Wandplaner etc.) zur Bewerbung der EU-Förderung einsetzt?.....	24
Abbildung 8: Wie bewerten Sie die Gestaltung sowie den Inhalt der Rubrik „ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt“ auf der Internetseite „www.europa.sachsen-anhalt.de“? - Die gegenwärtige Gestaltung der Internetseite ist ansprechend (N=156).....	27
Abbildung 9: Wie bewerten Sie die Gestaltung sowie den Inhalt der Rubrik „ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt“ auf der Internetseite „www.europa.sachsen-anhalt.de“? - Relevante Informationen über konkrete Fördermöglichkeiten sind leicht auffindbar (N=164)	28
Abbildung 10: Bewertung direkte Kontaktaufnahme über das Kontaktformular der Internetseite (N=151)	32
Abbildung 11: Für wie geeignet halten Sie Social-Media-Kanäle, um potenziell Begünstigte über die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu informieren?.....	36
Abbildung 12: Wie bewerten Sie den Nutzen des Leitfadens zur Erläuterung der Informations- und Kommunikationspflichten? (N= 165)	38
Abbildung 13: Wie bewerten Sie den Nutzen der Bereitstellung von Vorlagen für Informationsmaterialien? (N= 176)	38

1. BEWERTUNGS-AUFTRAG

1.1 Kontext der Bewertung

Zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESI-Fonds) in Sachsen-Anhalt und zur Information von potenziellen Begünstigten über die Fördermöglichkeiten haben die EU-Verwaltungsbehörden EFRE/ESF und ELER eine gemeinsame Kommunikationsstrategie für die drei Fonds formuliert.

Die Kommunikationsstrategie bildet den **Rahmen für die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen**, die im Zuge des Operationellen Programms des EFRE und des ESF Sachsen-Anhalt 2014-2020 umgesetzt werden. Die Erstellung einer solchen Kommunikationsstrategie ist eine verpflichtende Vorgabe gemäß Verordnung (EU) Nr. 1303/2013, insbesondere Artikel 115 „Information und Kommunikation“, Artikel 116 „Kommunikationsstrategie“, Artikel 117 „Informations- und Kommunikationsbeauftragte und -netzwerke“, sowie die Regelungen im Anhang XII. Auf Basis der Kommunikationsstrategie erstellt die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF jährliche Aktionspläne, in denen konkrete Informations- und Kommunikationsmaßnahmen definiert werden, deren Umsetzung für das jeweilige Jahr beabsichtigt ist.

In der Kommunikationsstrategie wurden die **strategischen Ziele definiert**, die mit der Entwicklung und Durchführung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen erreicht werden sollen. Diese sind in der folgenden Abbildung dargestellt.

Abbildung 1: Ziele der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen laut Kommunikationsstrategie



Quelle: Kommunikationsstrategie ESI-Fonds Sachsen-Anhalt 2014-2020; eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Im Rahmen einer Mehrthemenbefragung wurde die Bekanntheit der EU-Fonds in Sachsen-Anhalt in der Bevölkerung im Frühjahr 2019 durch das Meinungsforschungsinstitut Kantar Emnid erhoben. Demnach liegt die Bekanntheit der EU-Fonds (EFRE oder ESF) in der Bevölkerung in Sachsen-Anhalt gegenwärtig bei 56 Prozent¹. Im Vergleich zum Basisjahr für die aktuelle Förderperiode (2013) ist der Wert um einen Prozentpunkt angestiegen. Deutlich wurde im Zuge der Bevölkerungsbefragung jedoch auch, dass sich zwei Drittel der Bevölkerung weniger gut über die Entwicklung und Aufgaben der EU-Fonds informiert fühlen².

Ramboll Management Consulting ist mit der Evaluierung des EFRE und des ESF beauftragt und hat aus diesem Grund die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen des **EFRE und des ESF** im Rahmen der Studie zur Bewertung der ESIF-Kommunikationsstrategie bewertet.

¹ Kantar Emnid (2019): Bevölkerungsbefragung zur Bekanntheit der EU-Strukturfondsförderung in der Bevölkerung in Sachsen-Anhalt.

² Ebd.



1.2 Bewertungsziele und -fragen

Gegenstand der vorliegenden Bewertung ist die Umsetzung der ESIF-Kommunikationsstrategie Sachsen-Anhalt 2014-2020 mit Blick auf den EFRE und ESF. Zu diesem Zweck werden die Maßnahmen analysiert, die im Rahmen der Kommunikationsstrategie durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF umgesetzt werden. Im Ergebnis werden konkrete Ansätze und Handlungsempfehlungen für die weitere Optimierung der Umsetzung der Kommunikationsstrategie identifiziert.

Die Bewertung der Umsetzung der Kommunikationsstrategie orientiert sich dabei an folgenden Leitfragen:

- Wie tragen die Maßnahmen der Kommunikationsstrategie dazu bei,
 - die **Bekanntheit der EU-Strukturfondsförderung in der breiten Öffentlichkeit** zu verbessern und neben den Zielen und Inhalten der EU-Förderung insbesondere den daraus resultierenden Mehrwert für das Land und die Bevölkerung erfahrbar und sichtbar zu machen?
 - den Bekanntheitsgrad der Förderangebote und -bedingungen bei **potenziell Begünstigten** zu verbessern?
 - die Begünstigten bei der **Umsetzung der verpflichtenden Kommunikationsmaßnahmen zu unterstützen?**
- Welche **Optimierungsmöglichkeiten** gibt es bei der Umsetzung der Kommunikationsstrategie?

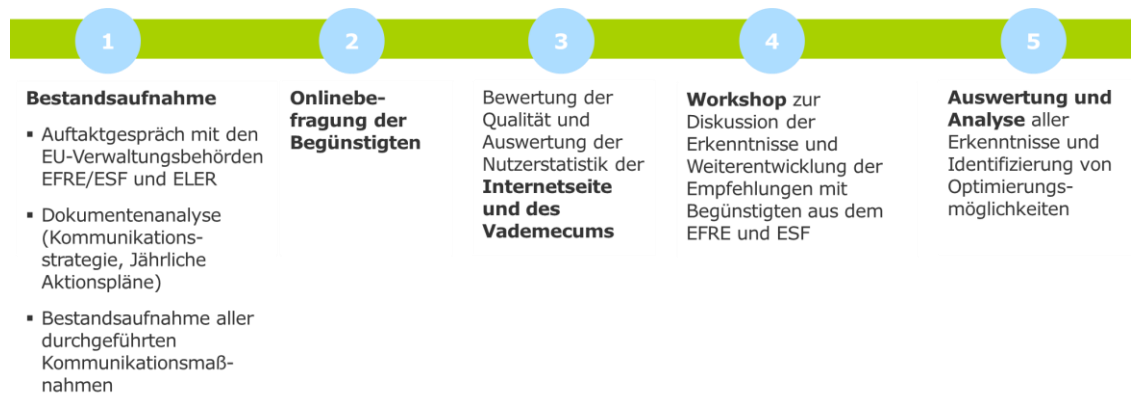
Im Zuge der Bewertung der Kommunikationsstrategie und der Beantwortung der Untersuchungsfragen, wird zwischen folgenden Zielgruppen und Zielstellungen differenziert:

<p>Breite Öffentlichkeit</p> 	<p>Zielgruppe:</p> <p>An der Kohäsionspolitik der EU und des Landes Sachsen-Anhalt interessierte Bürgerinnen und Bürger sowie solche, die in ihrem alltäglichen Leben nicht mit dem Thema EU-Förderung in Berührung kommen und kein selbstmotiviertes Interesse haben, sich mit diesen Themen zu befassen.</p> <p>Zielstellung:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Bekanntheit der EU-Förderung in der breiten Öffentlichkeit verbessern;▪ Neben den Zielen und Inhalten der EU-Förderung, insbesondere den daraus resultierenden Mehrwert für das Land und die Bevölkerung sichtbar zu machen.
<p>(Potenziell) Begünstigte</p> 	<p>Zielgruppe:</p> <p>Unternehmen, Hochschulen, Schulen, Forschungseinrichtungen, Gebietskörperschaften, Landesfachbehörden, Bildungsträger, Träger sozialer Einrichtungen, sowie sonstige Organisationen.</p> <p>Zielstellung:</p> <p>Bekanntheit der Förderangebote und Förderbedingungen bei potenziellen Begünstigten verbessern.</p>

1.3 Vorgehen

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

Abbildung 2: Vorgehen zur Bewertung der Kommunikationsstrategie



Quelle: Eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

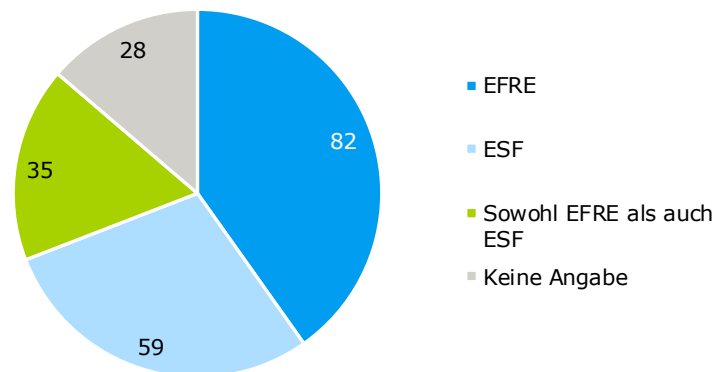
1 In der **Bestandsaufnahme** wurden relevante Dokumente (insbesondere die Operationellen Programme, die Kommunikationsstrategie und die jährlichen Aktionspläne) analysiert. In einem persönlichen Auftaktgespräch mit den Kommunikationsbeauftragten der EU-Verwaltungsbehörden EFRE/ESF und ELER wurden erste Erkenntnisse zur gegenwärtigen Umsetzung der Maßnahmen der Kommunikationsstrategie gewonnen. Im Rahmen der Bestandsaufnahme wurden alle Maßnahmen der Kommunikationsstrategie berücksichtigt, die bis Herbst 2019 umgesetzt wurden. Diese Maßnahmen wurden systematisiert und durch die Evaluatorinnen und Evaluatoren im Hinblick auf ihre Umsetzung bewertet, d. h. im Hinblick auf die Ausgestaltung und die Eignung, die jeweilige Zielgruppe und Zielstellung zu erreichen. Dabei wurden folgende Bewertungskriterien zugrunde gelegt:

- Verständlichkeit der Informationen (klar und gut verständlich)
- Visualisierung der Informationen (visuell ansprechend aufbereitet)
- Nutzung des Wiedererkennungswert (EU-Logo)
- Darstellung des Mehrwerts der EU-Förderung
- Herstellung des Bezugs zu Sachsen-Anhalt
- Erlebbarkeit/Greifbarkeit der Kommunikationsmaßnahme (z.B. Exkursion und Veranstaltungen, die die EU-Förderung in den Mittelpunkt stellen)
- Potenzial, Interesse und Begeisterung zu wecken
- Potenzial, neue Kreise von Personen zu erreichen
- Zielgruppengerechte Umsetzung der Kommunikationsmaßnahme

2 In der zweiten Phase wurde eine **Onlinebefragung der Begünstigten** aus dem EFRE und dem ESF durchgeführt. Ziel der Onlinebefragung war es, die Einschätzung der Begünstigten in Bezug auf die Eignung der durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF umgesetzten Maßnahmen zu erhalten. Zudem wurden die Begünstigten zu ihrem Aufwand bei der Erfüllung der Informations- und Kommunikationspflichten und der durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF geleisteten Unterstützung befragt. Den Begünstigten wurde in der Onlinebefragung an vielen Stellen die Möglichkeit gegeben, offene Angaben mit konkreten Optimierungshinweisen zu machen. Diese Möglichkeit wurde häufig genutzt. Die Onlinebefragung wurde im Zeitraum vom 22. November 2019 bis 6. Dezember 2019 durchgeführt und wurde an

alle Begünstigten aus dem EFRE und ESF³ versendet, für die eine E-Mail-Adresse vorlag. Insgesamt wurde die Befragung an 1.964 Begünstigte versendet. 204 Begünstigte (EFRE und ESF) haben die Befragung vollständig beantwortet, 31 weitere Begünstigte teilweise. Die Rücklaufquote ist insgesamt zufriedenstellend und ermöglicht somit valide Rückschlüsse auf die Einschätzung der Begünstigten. 82 der Befragten erhalten eine Förderung aus dem EFRE, 59 aus dem ESF und 35 sowohl aus dem EFRE als auch aus dem ESF (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Verteilung der Fonds, aus denen die befragten Begünstigten Förderung erhalten (N=204)



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

3 In der dritten Phase wurde der Internetauftritt **der ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt durch die Evaluatorinnen und Evaluatoren analysiert**. Dabei wurde die Qualität des Internetauftritts entlang der Kriterien Design und Gestaltung, Inhalt, Webtexte, Navigation und Interaktionsmöglichkeiten bewertet. So wurden Erkenntnisse zum Informationsgehalt, der Anschaulichkeit und der Nutzerfreundlichkeit der Internetseite als eine zentrale Maßnahme der Kommunikationsstrategie gewonnen. Auch das **Vademecum** wurde analysiert und im Hinblick auf die verfügbaren Informationen sowie die Nutzerfreundlichkeit bewertet.

4 In der vierten Phase wurden in einem **Workshop mit Begünstigten** aus dem EFRE und dem ESF ausgewählte Erkenntnisse der Befragung diskutiert und gemeinsam Ideen und Anregungen zur Weiterentwicklung von Kommunikationsmaßnahmen erarbeitet. Diskutiert wurde insbesondere zu den Themen Veranstaltungen und Newsletter sowie zur Unterstützung, die die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF Begünstigten bei der Umsetzung der Kommunikationspflichten leistet. Die Erkenntnisse und Anregungen aus diesem Workshop sind mit in diese Bewertung eingeflossen.

5 In der fünften Phase, **Auswertung und Analyse**, wurden alle in den vorherigen Phasen generierten Ergebnisse zusammengeführt und bewertet. Auf dieser Grundlage wurden Einschätzungen zur Eignung der Maßnahmen der Kommunikationsstrategie in Bezug auf Erreichung der Ziele und Zielgruppen sowie Ansätze zur Optimierung der Umsetzung der Kommunikationsstrategie formuliert.

Der vorliegende Bericht ist in vier inhaltliche Kapitel untergegliedert:

³ Stand: 11.11.2019

- In **Kapitel 2** wird die Umsetzung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF bewertet;
- In **Kapitel 3** folgt die Bewertung der Internetseite, des Vademecums sowie der Nutzung von Social Media;
- **Kapitel 4** beschreibt und bewertet die Unterstützung durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF bei der Umsetzung der verpflichtenden Kommunikationsmaßnahmen
- **Kapitel 5** zieht ein Fazit hinsichtlich der Eignung der Kommunikationsmaßnahmen zur Erreichung der formulierten Ziele und Zielgruppen und spricht Empfehlungen zur weiteren Optimierung der Umsetzung der Kommunikationsstrategie aus.

2. BEWERTUNG DER UMSETZUNG DER INFORMATIONSD- UND KOMMUNIKATIONSMAßNAHMEN

In diesem Kapitel werden die im Kontext der Strukturfonds EFRE und ESF in Sachsen-Anhalt⁴ umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen dargestellt und in Bezug auf die Ausgestaltung und die Erreichung der adressierten Zielgruppe untersucht. Basierend auf dieser Analyse wird jeweils eine Bewertung abgeleitet und es werden Empfehlungen in Bezug auf die weitere Ausgestaltung und Umsetzung der jeweiligen Maßnahme formuliert.

Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF führt zahlreiche Informations- und Kommunikationsmaßnahmen durch, um die Bekanntheit des EFRE und ESF in Sachsen-Anhalt zu steigern und über die Möglichkeiten der Förderung zu informieren. Adressaten der Maßnahmen sind dabei sowohl potenziell Begünstigte als auch die breite Öffentlichkeit. Nachfolgend sind die zentralen Kategorien der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen dargestellt, die bis Herbst 2019 durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF umgesetzt wurden.



(Informations-)Veranstaltungen



Verteilung von Informationsmaterial



Pressearbeit



Verteilung von Werbematerialien („give aways“)

⁴ In Sachsen-Anhalt wird eine gemeinsame Kommunikationsstrategie für die drei Fonds EFRE, ESF und ELER verfolgt. Insofern ist bei der großen Mehrheit der Maßnahmen auch immer der ELER mit einbezogen.

2.1 (Informations-)Veranstaltungen

Umsetzung



Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF beteiligt sich sowohl an allgemein öffentlichen als auch an thematischen Veranstaltungen und setzt zudem eigene Veranstaltungsformate um. (Informations-)Veranstaltungen werden insbesondere dazu genutzt, neben der breiten Öffentlichkeit auch potenziell Begünstigte zu erreichen. Durch die verschiedenen (Informations-)Veranstaltungen soll der Bekanntheitsgrad des EFRE und ESF gesteigert, der Mehrwert für Sachsen-Anhalt herausgestellt und die Fördermöglichkeiten bekannt gemacht werden. Die Beteiligung an allgemein öffentlichen und thematischen Veranstaltungen seitens der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF wird im Folgenden näher beschrieben und hinsichtlich ihres Beitrags zur Erreichung der Ziele und Zielgruppen untersucht.

- **Beteiligung an öffentlichen Veranstaltungen**

Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF beteiligt sich an diversen öffentlichen Veranstaltungen mit Europabezug, um über die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu informieren und diese insbesondere in der breiten Öffentlichkeit bekannter zu machen. Seit 2016 hat sie sich beispielsweise mit einem Informationsstand bei dem jährlichen Europafest in Magdeburg und am Sachsen-Anhalt Tag, der jedes Jahr bzw. mittlerweile jedes zweite Jahr an einem anderen Ort in Sachsen-Anhalt stattfindet, beteiligt. An den Informationsständen lagen jeweils Informationsmaterialien und Werbemittel zur EU-Förderung aus. Zudem bestand die Möglichkeit, an einem Europaquiz teilzunehmen. Um auch ein Angebot für jüngere Standbesucher vorhalten zu können, während sich z.B. die Eltern zu inhaltlichen Themen informieren, wurde u.a. ein Europa-Malwettbewerb angeboten. In einigen Fällen erfolgte bei der Ausgestaltung der Informationsstände auch eine Kooperation mit dem Europe Direct Informationszentrum Sachsen-Anhalt (EDIC) oder den Jungen Europäischen Föderalisten Sachsen-Anhalt e.V. Dieses trifft vor allem für die Informationsstände zum Europafest in Magdeburg zu.

Darüber hinaus beteiligt sich Sachsen-Anhalt seit 2016 jährlich an der europaweiten Kampagne „Europe in my Region“ bzw. der in Kooperation mit den Bundesländern aufgelegten deutschen Version „Europa in meiner Region“. Zum Start der Kampagne im Jahr 2016, an der sich insgesamt 23 EU-Mitgliedsstaaten beteiligten, gewährten im Herbst 2016 fünf ESIF-Vorhaben an elf Standorten in Sachsen-Anhalt Einblicke hinter die Kulissen und boten Führungen, Vorträge oder Ausstellungen an.⁵ Diese Art „Tag der offenen Tür“ sollte vielfältige Eindrücke in unterschiedliche EU-geförderte Projekte vermitteln. Auf der bundesweiten Auftaktveranstaltung der Aktion „Europa in meiner Region“ im Jahr 2018 waren am 7. Mai 2018 in Hannover die einzelnen Bundesländer aufgefordert, im Rahmen einer „Leistungsschau der EU-Förderung in Deutschland“ ein Projekt zu präsentieren, welches im Anschluss von einer hochkarätigen Jury bewertet wurde.⁶ Für Sachsen-Anhalt trat Stefan Haberkorn mit seinem EFRE-Projekt „Interactive-360 Stereo 3D-Virtuelle Realität der nächsten Generation“ an. Durch die Präsentation des konkreten Projekts wurde die Förderung praxisnah vorgestellt. Auch der Bezug zu Sachsen-Anhalt konnte auf diesem Weg bundesweit vermittelt werden.

⁵ Projekte, die sich an der Veranstaltung beteiligt haben, waren die „Landesinitiative Fachkraft im Fokus“, „Alphabetisierung/Grundbildung“, „Netzwerkstelle zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz im Land Sachsen-Anhalt“, die „Lukasklausur Magdeburg“ sowie der „Forschungsneubau Systembiologie“ an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg.“

⁶ Portal Niedersachsen (2019). Eine Sternstunde für die EU-Förderung. Online: https://www.europa-fuer-niedersachsen.niedersachsen.de/startseite/aktuelles/veranstaltungen_und_aktionen/auftaktveranstaltung-europa-in-meiner-region-163259.html

- **Beteiligung an thematischen Fachveranstaltungen (z. B. Fachkongresse oder – Konferenzen)**

Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF beteiligt sich zudem durch Vorträge an vielfältigen Informationsveranstaltungen und Konferenzen im Zusammenhang mit konkreten Fördermaßnahmen, wie etwa STARK III⁷. Im Jahr 2016 beteiligte sich die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF zu Beginn des Jahres an einer STARK III-Konferenz sowie im Herbst an einem zweitägigen STARK-III Workshop, bei dem ca. 300 Interessierte teilnahmen. Die STARK-III Konferenz richtete sich vor allem an potenzielle Begünstigte und sollte Hilfestellung zur Vorbereitung ihres Förderantrags geben. So wurden u. a. die Auswahlkriterien, das Verfahren und die Rahmenbedingungen des Programms erläutert. Weiterhin beteiligte sich die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF mit einem Informationsstand an verschiedenen Fachveranstaltungen, wie dem Demografie-Kongress der Landesregierung im Jahr 2018 und einer Breitbandkonferenz im Jahr 2019. Auch bei Jubiläumsveranstaltungen, wie etwa anlässlich des Jubiläums „10 Jahre STABIL“ im Jahr 2019, war die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF vertreten. Durch die Beteiligung an thematischen Fachveranstaltungen sollen vornehmlich potenziell Begünstigte erreicht werden.

Beitrag zur Erreichung der Ziele und Zielgruppen

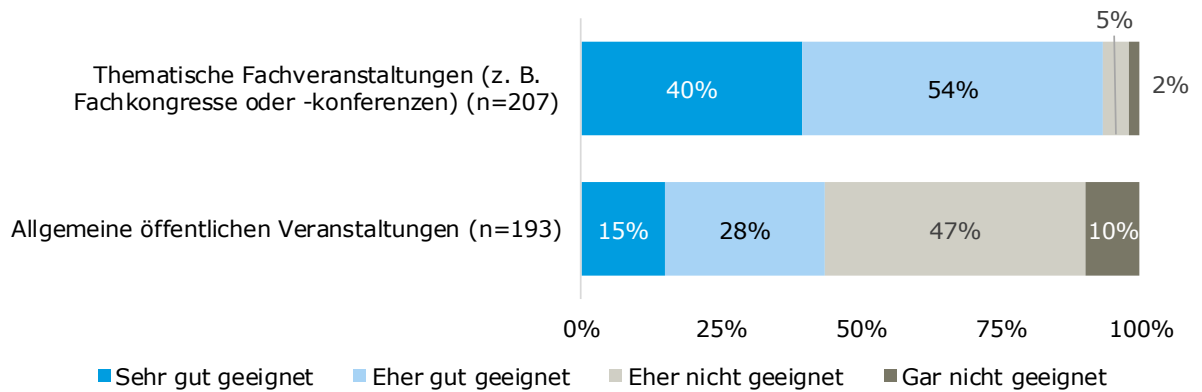
Die verschiedenen Veranstaltungsformate hatten teilweise sehr unterschiedliche Schwerpunkte und Zielstellungen. Während bei einigen die EU-Förderung den Anlass darstellte, standen bei anderen Veranstaltungen auch weitere, zum Teil regionale, Themen im Vordergrund und wurden als Aufhänger genutzt, um über die EU-Förderung zu informieren. Mittels der verschiedenen (Informations-)Veranstaltungen sollen die beiden Zielgruppen, die breite Öffentlichkeit und potenziell Begünstigte, erreicht werden. Erfahrungsgemäß eignen sich unterschiedliche Veranstaltungsformate, um die verschiedenen Zielgruppen zu erreichen:

- **Breite Öffentlichkeit:** Veranstaltungen sind insgesamt sehr gut geeignet, um die breite Öffentlichkeit zu erreichen und die Bekanntheit der EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu steigern. Dies wird auch durch die Einschätzung der Begünstigten bestätigt. Um die breite Öffentlichkeit zu erreichen und Europa bzw. die ESI-Fonds auf kommunaler Ebene in der Bevölkerung bekannter zu machen, ist es ratsam, sich in bestehende Veranstaltungen, in denen zum Teil auch weitere Themen eine Rolle spielen können, „einzuklinken“. Das Bereitstellen von niedrigschwelligen Informationen und Mitmachaktionen, wie etwa dem Europaquiz, ist aus Sicht der Bewertung gut geeignet, um das Interesse auch unter Personen zu wecken, die sich sonst nicht primär mit den ESI-Fonds auseinandersetzen oder ansonsten weniger Bezug zur EU haben. Die Beteiligung an Veranstaltungen, wie es die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF bereits unternimmt, z. B. zum Sachsen-Anhalt Tag, ist daher gut geeignet, um neue Kreise an Personen zu erreichen und den Bekanntheitsgrad der ESI-Fonds in der breiten Öffentlichkeit zu stärken. Eine visuelle und greifbare Darstellung des Themas bzw. der Vorhaben, macht die Förderung erlebbar und fördert das Verständnis für EU-Förderungen im Allgemeinen. Durch die anschauliche Art und Weise der Darstellung werden Fördermöglichkeiten im Rahmen der ESI-Fonds greifbar und nahbar vermittelt, sodass diese nicht nur potenziell Begünstigten, sondern vornehmlich auch der breiten Öffentlichkeit nahegebracht werden kann. Positiv hervorzuheben ist hierbei außerdem die Verknüpfung und Zusammenarbeit mit den Landkreisen bzw. kreisfreien Städten in Sachsen-Anhalt.
- **Potenziell Begünstigte:** Thematische Fachveranstaltungen sind sehr gut geeignet, um potenzielle Begünstigte zu erreichen. Dies bestätigt auch die Einschätzung der Begünstigten: insgesamt geben 94 Prozent der Befragten an, dass thematische Veranstaltungsformate sehr gut oder eher gut geeignet sind, um potenziell Begünstigte zu erreichen (siehe

⁷ Maßnahme zur Förderung der Energetischen Sanierung und Modernisierung von öffentlichen Gebäuden und Infrastrukturen

Abbildung 4). Die Beteiligung an Fachveranstaltungen eröffnet die Möglichkeit, thematisch interessierte Akteure zu erreichen, auf die Förderung aufmerksam zu machen und somit den Bekanntheitsgrad der ESI-Fonds bei potenziellen Begünstigten zu steigern. Thematische Fach- bzw. Informationsveranstaltungen für konkrete Fördermaßnahmen eignen sich daher aus Sicht der Bewertung insbesondere, um potenzielle Begünstigte zu erreichen und über Fördermöglichkeiten zu informieren. Diese Einschätzung wurde von den Begünstigten auch im Zuge des Workshops bestätigt.

Abbildung 4: Welche Veranstaltungsformate sind Ihrer Einschätzung und Ihrer Erfahrung nach geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen?



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

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie (Informations-)Veranstaltungen auch zukünftig eingesetzt werden können, um die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt bekannt zu machen.



Weitere Nutzung öffentlicher Veranstaltungen als zentrale Kommunikationsmaßnahme, um den Bekanntheitsgrad der ESI-Fonds in der Breite zu stärken

Im Allgemeinen sollten Veranstaltungen auch zukünftig als eine zentrale Kommunikationsmaßnahme umgesetzt werden. Sie stellen eine sehr wirksame Maßnahme dar, die ESI-Fonds in anschaulicher Art und Weise zu präsentieren und mit den Teilnehmenden direkt ins Gespräch zu kommen. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Durchführung von eigenen Veranstaltungen vergleichsweise aufwändig ist und einer sorgfältigen Vorbereitung bedarf. Vor dem Hintergrund der verfügbaren Kapazitäten in der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF ist daher ratsam, Veranstaltungen weiterhin mit anderen Akteuren gebündelt und gemeinsam umzusetzen. Im Zuge des Workshops mit Begünstigten wurden folgende geeignete Veranstaltungen identifiziert: Stadtfeste, der Tag des offenen Denkmals sowie der Tag der deutschen Einheit. Weiterhin wurde im Workshop die Idee entwickelt, eine geführte EU-Tour zu organisieren, bei der geförderte Einrichtungen, wie etwa Gemeindeeinrichtungen, Kirchen und Stätten besucht werden und somit ein direkter Bezug zu geförderten Projekten hergestellt wird. Die geführte EU-Tour könnte auch digital auf der Internetseite zur Verfügung gestellt werden, sodass diese auch individuell, wie eine Art Geocaching, durchführbar ist und somit die Förderung für die interessierte Öffentlichkeit vor Ort erlebbar gemacht wird.



Ausweitung der Art der Beteiligung an öffentlichen Veranstaltungen

Bislang beteiligt sich die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF insbesondere durch einen Informationsstand an allgemein öffentlichen Veranstaltungen. Aus Sicht der Bewertung besteht Potenzial, den Informationsstand, beispielsweise durch die prominente Darstellung von Erfolgsprojekten, ein Gewinnspiel oder ein Glücksrad (in Ergänzung zum Quiz), noch interessanter zu gestalten. Es bietet sich zudem auch an, weitere Anknüpfungen an Aktivitäten von anderen Einrichtungen des Landes zur Bewerbung der Strukturfonds EFRE und ESF zu suchen. Ein hervorragendes Beispiel hierfür ist die Wanderausstellung „Neuanfang - 14 Geschichten/14 Gesichter“ des Ministeriums für Arbeit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt, welche am 15.04.2019 in Magdeburg eröffnete.⁸ Die Wanderausstellung dient der Vorstellung von Ergebnissen der regionalisierten Arbeitsmarktpolitik und von konkreten ESF-Fördervorhaben. Sie illustriert Beispiele von lokalen Endbegünstigten, d. h. von Personen in Sachsen-Anhalt, die von der EU-Förderung profitiert haben. Diese Ausstellung ist somit ein geeignetes Format, um die EU-Förderung bekannter zu machen und Interesse in der breiten Öffentlichkeit zu wecken. Wichtig für die Beteiligung an öffentlichen Veranstaltungen ist, dass die Informationen greifbar und leicht verständlich aufbereitet sind - wie etwa mittels Bildern, Filmen und Erklärvideos von Beispielprojekten - um einen Alltagsbezug der Förderung in der breiten Öffentlichkeit herzustellen.



Fortführung und Ausweitung der Beteiligung an thematischen Fachveranstaltungen

Da thematische Fachveranstaltungen insbesondere gut geeignet sind, um potenziell Begünstigte zu erreichen, sollte die Beteiligung fortgeführt und wenn möglich, ausgeweitet werden. Im Zuge des Workshops mit Begünstigten wurden weitere Fachveranstaltungen identifiziert, die von der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF bespielt werden könnten: denkbar wären beispielsweise Neujahrsempfänge, Branchen- und Verbandsveranstaltungen sowie themenspezifische Fachtage bzw. Fachmessen. Im Workshop wurde deutlich, dass die Einbindung von lokalen und

⁸ Landesportal Sachsen-Anhalt (2019). Neuanfang. 14 Geschichten /14 Gesichter. Online: https://ms.sachsen-anhalt.de/fileadmin/Bibliothek/Politik_und_Verwaltung/MS/MS/5_Arbeitsmarktprogramm/2019_07_25_wanderausstellung.2019_web-pdf.pdf

regionalen Wirtschafts- und Sozialpartnern großes Potenzial bietet, um (potenzielle) Begünstigte zu informieren: das Förderwissen der Partner sollte gestärkt und somit die regionale Beratung und Informationsverbreitung über die ESI-Fonds ausgeweitet werden.



Ausweitung der Art der Beteiligung an thematischen Fachveranstaltungen

Bislang beteiligt sich die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF insbesondere durch Vorträge an thematischen Fachveranstaltungen. Im Workshop mit den Begünstigten wurde deutlich, dass sich insbesondere Austauschformate sowie Referenz- bzw. Erfolgsprojekte sehr gut eignen, um über Erfahrungen und „lessons learned“ zu berichten.

Insgesamt könnte aus Sicht der Bewertung intern stärker an die Fachreferate kommuniziert werden, dass sich die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF gerne an Informationsveranstaltungen zu einzelnen Förderprogrammen beteiligt, um die Strukturfonds im Allgemeinen vorzustellen und grundlegende Fragen zu beantworten.



Wanderausstellung weiter nutzen und Konzept auf andere Themenbereiche des EFRE und ESF ausweiten

Durch die anschauliche Art und Weise der Darstellung der Wanderausstellung „NeuAnfang - 14 Geschichten/14 Gesichter“ wird die ESF-Förderung greifbar und nahbar. Daher könnte dieses Format auch für andere Programme und Praxisbeispiele aus dem EFRE und ESF genutzt werden. Das Format trägt dazu bei, dass die Fonds auf anschauliche Art und Weise vermittelt und Identifizierungsmöglichkeiten in der breiten Öffentlichkeit sowie unter potenziell Begünstigten geschaffen werden können. Darüber

Darüber hinaus sollte die bestehende (und mögliche zukünftige) Wanderausstellung, wenn möglich, aus Sicht der Bewertung weiter genutzt und beispielsweise auf der Internetseite sowie ggf. auf den Social-Media-Kanälen als digitale Version eingebunden werden. Auch könnten vorhandene Roll-Ups und ähnliche Materialien auf diversen Veranstaltungen mit einbezogen werden, um die EU-Förderung konkret an Beispielen vermitteln zu können.

2.2 Verteilung von Informationsmaterial

Umsetzung



Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF erstellt und verteilt verschiedene Informationsmaterialien, um sowohl die breite Öffentlichkeit als auch potenziell Begünstigte zu erreichen. Die Informationsmaterialien sollen dazu beitragen, den Bekanntheitsgrad der EU-Förderung im Allgemeinen zu steigern, den besonderen Mehrwert für Sachsen-Anhalt herauszustellen und über Fördermöglichkeiten im Rahmen der Strukturfonds zu informieren.

- **Newsletter**

Seit 2016 wird vierteljährlich ein sehr ausführlicher Newsletter an ca. 250 Abonentinnen und Abonnenten verschickt, um über ein breites Themenspektrum zu den ESI-Fonds zu informieren. Der Newsletter wird als PDF-Datei im Anhang einer Mail versendet und kann darüber hinaus auf dem Europaportal abgerufen werden.⁹ Der Newsletter enthält wichtige (vor allem verwaltungstechnische) Informationen, die übersichtlich aufbereitet sind und teilweise auch für die Rubrik „Aktuelles“ auf der Internetseite genutzt werden. Zudem werden Projektbeispiele vorgestellt. Zur Erstellung des Newsletters finden regelmäßig Redaktionssitzungen statt, in der Themen besprochen werden, die aktuell und relevant sind. Der relativ große Kreis an Adressatinnen und Adressaten, von dem ca. zwei Drittel eng in die Umsetzung der Fonds eingebunden sind, spricht für die Relevanz des Newsletters und einen hohen Bedarf an Informationen zu den ESI-Fonds in der Zielgruppe.

- **ESIF-Broschüre**

Seit 2018 gibt es eine ESIF-Broschüre mit Informationen zu konkreten Projekten in allen Landkreisen und kreisfreien Städten in Sachsen-Anhalt. Die Broschüre wurde gemeinsam mit dem EDIC erstellt. Darin werden zunächst die ESI-Fonds im Allgemeinen und anschließend einzelne Vorhaben nach Landkreisen und kreisfreien Städten gegliedert vorgestellt. Die Broschüre stellt für jeden Landkreis und jede kreisfreie Stadt exemplarisch einige ausgewählte EU-geförderte Projekte aus dem EFRE, ESF und ELER vor, um zu zeigen, wo genau Sachsen-Anhalt mit EU-Mitteln vor Ort aktiv ist. So soll einerseits der Bekanntheitsgrad der EU-Förderung gesteigert und andererseits der Mehrwert der ESI-Fonds für Sachsen-Anhalt herausgestellt werden. Die ESIF-Broschüre richtet sich primär an die breite Öffentlichkeit. Sie wird mit Hilfe eines „EU-USB-Sticks“ durch das EDIC und die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF verteilt und kann online auf den Internetseiten der EU-Förderung Sachsen-Anhalt und des EDIC im PDF-Format abgerufen werden.¹⁰

- **ESIF-Flyer**

Weiteres Informationsmaterial existiert in Form eines Flyers mit Informationen zu den ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt (ESIF-Flyer), der sowohl als Print- als auch als Digitalversion erhältlich ist. Der Flyer wurde zu Beginn der Förderperiode im Jahr 2015 erstellt und 2017 überarbeitet. Er besteht aus einem 8-seitigen-Faltblatt, auf dem fondsübergreifende Ziele und Maßnahmen sowie die Handlungsfelder der verschiedenen ESI-Fonds abgebildet sind. Der ESIF-Flyer richtet sich primär an die breite Öffentlichkeit. Er zielt insbesondere darauf ab, den Bekanntheitsgrad der ESI-Fonds in der breiten Öffentlichkeit zu steigern und darauf, den Mehrwert der EU-Förderung für Sachsen-Anhalt herauszustellen.

⁹ Sachsen-Anhalt (2020). ESI-Fonds-Newsletter. Online: <https://europa.sachsen-anhalt.de/esi-fonds-in-sachsen-anhalt/informationen-fuer-interessierte/newsletter/>

¹⁰ Europe Direct Sachsen-Anhalt / MD (2019). Die EU in Sachsen-Anhalt. Online: <https://edic-md.eu/wp-content/uploads/2019/01/Wir-bringen-Ihnen-die-EU-n%C3%A4herdownload-1.pdf>

Beitrag zur Erreichung der Ziele und Zielgruppen

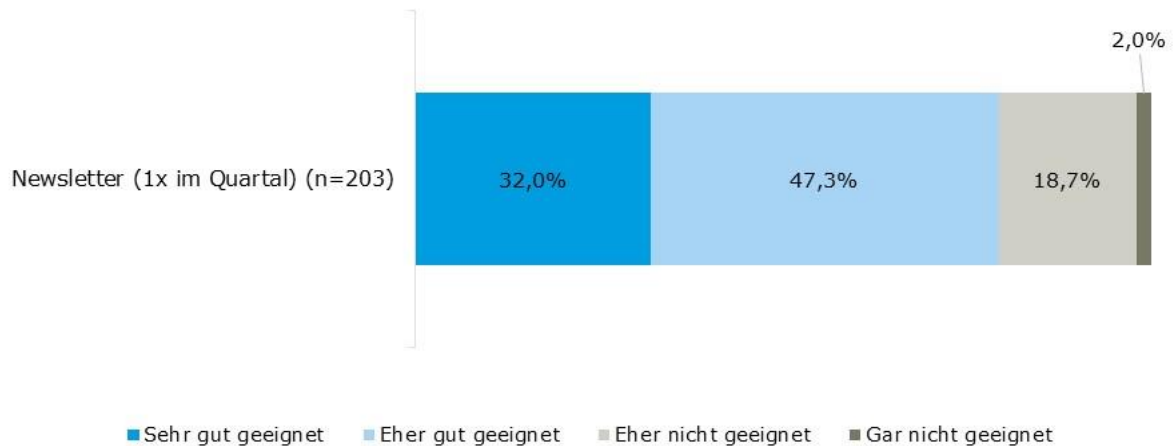
Ziel der Verteilung von Informationsmaterialien ist es, einerseits Transparenz sicherzustellen und Informationen an die jeweiligen Zielgruppen zu leiten und andererseits die EU-Förderung bekannter zu machen und den Mehrwert für Sachsen-Anhalt in der breiten Öffentlichkeit hervorzuheben.

- **Breite Öffentlichkeit:** Die ESIF-Broschüre ist aus Sicht der Bewertung prinzipiell gut geeignet, um die breite Öffentlichkeit zu erreichen. Sie bietet eine klare und verständliche Übersicht über die ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt. Durch den regionalen Bezug und die Beschreibung von lokal geförderten Projekten werden die ESI-Fonds für die breite Öffentlichkeit erlebbar, da Potenzial besteht, sich mit den vorgestellten Projekten zu identifizieren. Durch die Verteilung auf dem „EU-USB-Stick“ lässt sich die Broschüre u. a. auch direkt in Schulen einsetzen. Zwar sind die Inhalte, insbesondere durch den Wechsel von Text- und Bild-Elementen und der Einbindung von Zitaten von Begünstigten anschaulich aufbereitet, jedoch ist die Broschüre insgesamt sehr lang.

Auch der ESIF-Flyer bietet einen anschaulichen Überblick über die EU-Förderung. Zwar ist der Flyer übersichtlich gestaltet, jedoch wirkt die Darstellung der Ziele und Maßnahmen nicht gut miteinander verbunden. Die Nutzung von Fachvokabular erschwert weiterhin das Verständnis und die Zugänglichkeit für die breite Öffentlichkeit. Insgesamt besteht daher aus Sicht der Bewertung ein großes Potenzial, mittels weniger Text und verständlicher Sprache, die Informationen noch klarer zu vermitteln und durch eine übersichtlichere Anordnung, den Lesefluss zu verbessern. Durch seine vielseitigen Einsatzmöglichkeiten kann der ESIF-Flyer eine potenziell hohe Reichweite in der breiten Öffentlichkeit und unter potenziell Begünstigten entwickeln.

- **(Potenziell) Begünstigte:** Mit dem Newsletter sollen vornehmlich potenziell Begünstigte sowie Personen, die bereits in die Umsetzung der ESI-Fonds eingebunden sind erreicht werden. Der Newsletter ist jedoch für einen klassischen Newsletter sehr ausführlich und ähnelt eher einem „Quartalsbericht“ oder einer Art „Infobrief“. Durch seine Länge und die Vielzahl an verwaltungstechnischen Informationen ist der Newsletter in seiner aktuellen Ausgestaltung aus Sicht der Bewertung eher intern für die Verwaltung interessant und eignet sich weniger dazu, potenziell Begünstigte tatsächlich in ihrer Breite zu erreichen. Diese Einschätzung wird auch von den Begünstigten geteilt, die im Rahmen des Workshops über die gegenwärtige Ausgestaltung des Newsletters diskutiert haben. Da der Newsletter auch von den Fachreferaten abonniert wird, stellt er ein gelungenes Format dar, um verwaltungsintern Informationen zu verbreiten. Die Verknüpfung mit und Nutzung der Informationen für die Internetseite ist sehr sinnvoll. Grundsätzlich ist ein Newsletter gut geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen. Dies wird auch durch die Einschätzung der Begünstigten bestätigt: insgesamt stimmen 79 Prozent der Befragten zu, dass ein Newsletter geeignet ist, um potenziell Begünstigte zu erreichen (siehe Abbildung 5).

Abbildung 5: Welche Informationsmaterialien sind Ihrer Einschätzung bzw. Ihrer Erfahrung nach geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen?



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

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie Informationsmaterialien zukünftig eingesetzt werden können, um die EU-Förderung bekannt zu machen.



Umbenennen des jetzigen Newsletters und Aufsetzen eines zusätzlichen, für die potenziell Begünstigten attraktiveren Formats

Da Newsletter grundsätzlich gut geeignet sind, um über Fördermöglichkeiten zu informieren, könnte es sich lohnen, einen „echten“ Newsletter einzuführen. Im Zuge des Workshops wurde mit den Begünstigten diskutiert, was ein neuer „echter“ Newsletter beinhalten sollte.

Dieser sollte sich aus den aktuellen Meldungen der Internetseite speisen und als E-Mail Text (statt als PDF-Datei) versendet werden. Außerdem könnten knappe Informationen zu Förderkonditionen, relevanten Förderaufrufen, Veranstaltungen und Aktuellem aufgeführt werden. Weiterhin könnte eine Rubrik mit Lernpunkten zu gemeisterten Herausforderungen, beispielsweise in Form eines Kurzinterviews mit Begünstigten („3 Fragen an...“) eingeführt werden. In einer möglichen Rubrik „Sternenstaub“ könnte betont werden, was das Besondere an der EU-Förderung in Sachsen-Anhalt ist und besondere Themen, wie etwa der CLLD-Ansatz (CLLD = Community-Led Local Development) und neue Medien hervorgehoben werden. Insgesamt sollte der Newsletter kurz und strukturiert gehalten und durch Grafiken und Bilder aufgelockert werden. Beispielsweise könnte je Mitteilung ein kurzer Teasertext mit Bild und weiterführendem Link zur Internetseite aufgeführt werden. Konstante Rubriken oder Bausteine zu Texten und Infografiken erleichtern den Lesefluss und erhöhen den Spaß am Lesen.

Der Mehraufwand der Umbenennung und des Aufsetzens eines neuen klassischen Newsletters würde sich aus Sicht der Bewertung insgesamt in Grenzen halten und die Zielgruppen, insbesondere potenziell Begünstigte und die interessierte Öffentlichkeit würden besser erreicht werden. Durch das Verbreiten von kurzen und knappen Informationen würde die EU-Förderung regelmäßig ins Gedächtnis gerufen und das Interesse der Abonentinnen und Abonenten an den ESIF-Fonds aufrechterhalten. Die Umbenennung des derzeitigen Newsletters sollte rechtzeitig vorab angekündigt und die Neuaufsetzung des Newsletters auf allen Kommunikationskanälen beworben werden.



Aktualisierung und Modernisierung der ESIF-Broschüre für die neue Förderperiode

Die ESIF-Broschüre mit ihrer anschaulichen und nahbaren Übersicht über die EU-

Förderung in Sachsen-Anhalt sollte auch in Zukunft weiter genutzt werden. Zusätzlich sollte geprüft werden, ob die Inhalte auch für weitere Zwecke und in anderen Kontexten weiterverwendet werden können. Beispielsweise könnten die vorgestellten Vorhaben auf einer Übersichtskarte auf der Internetseite dargestellt werden und weitergehend digital aufbereitet werden. Die Übersichtskarte könnte auch auf Veranstaltungen zum Einsatz kommen. Da die Broschüre die ESI-Fonds erlebbar macht, und das Potenzial besteht, sich mit den vorgestellten Projekten zu identifizieren, wird empfohlen, die Broschüre für die neue Förderperiode neu zu gestalten und mit neuen Vorhaben zu aktualisieren.



Fortführung und Weiternutzung des ESIF-Flyers, gegebenenfalls Überarbeitung für die nächste Förderperiode

Um weiterhin die breite Öffentlichkeit zu erreichen und Interesse zu wecken ist es ratsam, gegenwärtig erfolgreiche Informationsmaterialien, wie etwa den ESIF-Flyer weiter zu nutzen. Dabei sollte über weitere Verwendungsmöglichkeiten nachgedacht werden. Beispielsweise könnten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren mit viel Publikumsverkehr, wie etwa Europe Direct Informationszentren, Verbände, Kammern, Wirtschafts- und Sozialpartner, Städte und Gemeinden noch stärker eingebunden werden, um auch dort den ESIF-Flyer auszulegen und zu einer breiteren Streuung beizutragen. Insgesamt hat der Flyer zwar einen guten Umfang, die Informationen könnten aus Sicht der Bewertung jedoch weiter verdichtet und der Flyer auf weniger Seiten reduziert werden. Auch könnte der Regionalbezug zu Sachsen-Anhalt, beispielsweise mittels einer integrierten Karte, stärker herausgestellt und betont werden. Ein QR-Code auf dem Flyer könnte auf die Internetseite verlinken. Gegebenenfalls sollten die Farbgestaltung und der Aufbau bzw. die Proportionen der Inhalte überdacht und einheitlicher gestaltet, bzw. wichtige Inhalte besonders hervorgehoben werden.

2.3 Pressearbeit

Umsetzung



Bei der Pressearbeit wird die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF seit 2018 durch die Agentur Pressto und zuvor¹¹ durch die Agentur Wortschatz unterstützt. Seit Beginn der Förderperiode erstellt und veröffentlicht die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF mit der Unterstützung der Agenturen **Artikel zu Referenz- bzw. Erfolgsprojekten** der ESI-Fonds. Die Artikel zu geförderten Referenzprojekten der ESI-Fonds werden sowohl auf der Internetseite übersichtlich nach Fonds (EFRE, ESF und ELER) aufbereitet¹², als auch im vierteljährlichen Newsletter (siehe Kapitel 0) sowie teilweise auch in Zeitungsberichten veröffentlicht. Darüber hinaus werden kurze Beiträge zu den Projekten auf der Twitter-Seite des Landes veröffentlicht, die auf den Internetbeitrag verlinken.¹³ Außerdem werden die Referenz- bzw. Erfolgsprojekte zum Teil auch bei Veranstaltungen vorgestellt (siehe Kapitel 2.1).

Beitrag zur Erreichung der Ziele und Zielgruppen

Die Erstellung und Veröffentlichung von Artikeln zu Referenz- bzw. Erfolgsprojekten dient dazu, den Bekanntheitsgrad der ESI-Fonds **in der breiten Öffentlichkeit und unter potenziell Begünstigten** zu steigern, den Mehrwert der Förderung für Sachsen-Anhalt hervorzuheben und konkrete Fördermöglichkeiten anhand von Erfolgsbeispielen zu veranschaulichen.

Artikel zu Referenz-, bzw. Erfolgsprojekten sind aus Sicht der Bewertung eine geeignete Maßnahme, um die EU-Förderung in der breiten Öffentlichkeit und für potenziell Begünstigte zu veranschaulichen. Insbesondere bei Personen, die in den umliegenden Regionen des jeweiligen geförderten Vorhabens leben oder beruflich in einem ähnlichen Themengebiet tätig sind, dürften diese Artikel zu Referenz- bzw. Erfolgsprojekten Aufmerksamkeit und Interesse erzeugen. Die Berichterstattung über ein durch die ESI-Fonds gefördertes Vorhaben trägt somit dazu bei, die Förderung greifbar und erlebbar zu machen und einen thematischen oder regionalen Bezug zur EU-Förderung herzustellen. Meist werden die Fonds in den Artikeln prominent erwähnt, teilweise sogar in der Überschrift. Es ist somit davon auszugehen, dass dies zu einer gesteigerten Bekanntheit der ESI-Fonds in der breiten Öffentlichkeit beiträgt. Potenziell Begünstigte dürften durch die Artikel zu Referenz-, bzw. Erfolgsprojekten Ideen und Anregungen für ihre eigenen Vorhaben bzw. Vorhabenideen sammeln können. Die Vorstellung von Referenz- bzw. Erfolgsprojekten auf Veranstaltungen, inklusive der Darstellung individueller Lerneffekte und Überwindung von Herausforderungen, könnte zudem als Ausgangspunkt für einen weiteren Erfahrungsaustausch und ggf. eine Art Mentoring zwischen Begünstigten und potenziell Begünstigten dienen. Den Begünstigten dient die öffentlichkeitswirksame Vorstellung ihres Vorhabens zugleich als eine Art Werbung für ihr Projekt sowie ihre Organisation insgesamt.

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie die Pressearbeit auch zukünftig eingesetzt werden kann, um die EU-Förderung bekannt zu machen.



Weitere Nutzung der Referenz- bzw. Erfolgsprojekte im neu aufgesetzten Newsletter, im Rahmen von Veranstaltungen und für den Erfahrungsaustausch mit potenziell Begünstigten

Da die Artikel zu Referenz- bzw. Erfolgsprojekten aus Sicht der Bewertung ein enormes Potenzial bergen, den Mehrwert der EU-Förderung und der ESI-Fonds in anschaulicher Art und Weise darzustellen und die Förderung für die allgemeine Öffentlichkeit und potenziell Begünstigte greifbar zu machen, sollten diese fortgeführt und gegebenenfalls für weitere Zwecke nutzbar gemacht

¹¹ Bis Ende 2017

¹² Landesportal Sachsen-Anhalt (2019). Erfolgsprojekte der ESI-Fonds. Online: <https://europa.sachsen-anhalt.de/esi-fonds-in-sachsen-anhalt/informationen-fuer-interessierte/erfolgsprojekte/>

¹³ Bis zur Deaktivierung der Facebook-Seite des Landes erfolgte die Veröffentlichung dort.

werden. So könnten diese beispielsweise auch in den neu aufgesetzten Newsletter integriert und ähnlich wie auch auf der Internetseite, mit einem Bild, der Überschrift und einem kurzen Teasertext, aufbereitet werden. Die Begünstigten der Referenzprojekte könnten außerdem verstärkt zu Veranstaltungen eingeladen werden, um auch dort über ihr gefördertes Vorhaben zu berichten und als Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für potenziell Begünstigte zur Verfügung zu stehen. Diese Möglichkeit des Wissensaustauschs wurde im Workshop von den Begünstigten als besonders hilfreich identifiziert. Die Vorstellung von Referenz- bzw. Erfolgsprojekten auf Veranstaltungen, inklusive individueller Lerneffekte und Überwindung von Herausforderungen, kann daher auch als Ausgangspunkt für einen weiteren Erfahrungsaustausch und ggf. eine Art Mentoring dienen.

2.4 Werbematerialien („give aways“)

Umsetzung



Werbemittel werden von der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF verwendet, um auf die ESI-Fonds und EU-Förderung in Sachsen-Anhalt aufmerksam zu machen. Dabei handelt es sich um Gebrauchsgegenstände für den Alltag, wie Brotdosen, ökologische Kugelschreiber und Schreibblöcke, Stoffbeutel, ein Sattelschutz für Fahrräder, Regenschirme und nachhaltig produzierte, hölzerne USB-Sticks sowie weitere Streuartikel. Die Werbemittel werden verteilt und zur Verfügung gestellt, um zu einer positiven Wahrnehmung der ESI-Fonds in der breiten Öffentlichkeit (und zusätzlich bei potenziell Begünstigten) beizutragen. Darüber hinaus wird jährlich ein Wandplaner der ESI-Fonds erstellt und Interessierten auf Anfrage kostenlos zugesandt.¹⁴

Beitrag zur Erreichung der Ziele und Zielgruppen

Ziel des Einsatzes von Werbematerialien ist es, die ESI-Fonds „unterschwellig“ in der breiten Öffentlichkeit zu platzieren und auf die EU-Förderung aufmerksam zu machen. Mit diesen soll zuvorderst die breite Öffentlichkeit (und nachrangig potenziell Begünstigte) angesprochen werden.

- **Breite Öffentlichkeit:** Ein Vorteil von Werbematerialien besteht in der potenziell hohen Reichweite, die insbesondere durch nützliche Werbematerialien, wie etwa Stiften und Schreibblöcken mit QR-Code unterstützt wird. Weiterhin besteht durch einen haptischen Ansatzpunkt und eine ansprechende Optik (wie z. B. die USB-Sticks aus Holz) ein hoher Wiedererkennungswert der „give aways“. Insbesondere die Stoffbeutel und der Sattelschutz für Fahrräder eignen sich aus Sicht der Bewertung durch ihre Praktikabilität und hohe Reichweite gut als Werbemittel. Auch die Wandplaner sind in der breiten Öffentlichkeit sehr beliebt. Dies zeigt sich an der hohen Anzahl an Bestellungen. Es ist jedoch zu beachten, dass eine bewusste Wahrnehmung oder sogar weiterführende Auseinandersetzung mit der Förderung durch die Werbemittel in vielen Fällen nicht notwendigerweise gegeben sein dürfte.
- **Potenziell Begünstigte:** Um potenziell Begünstigte zu erreichen und für die Förderung zu begeistern, eignen sich Werbemittel hingegen weniger. Unter den Begünstigten besteht eine Diskrepanz in der empfundenen Eignung und dem tatsächlichen Bekanntheitsgrad von Werbemitteln. Mehr als die Hälfte, d. h. 55 Prozent der Begünstigten, empfinden Werbemittel als geeignet, um die EU-Förderung bei potenziell Begünstigten bekannt zu machen (siehe Abbildung 6). Allerdings ist lediglich 17 Prozent der Befragten bekannt, dass die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF Werbemittel zur Bewerbung der EU-Förderung einsetzt (siehe Abbildung 7). Die Nutzung von Werbemitteln durch Begünstigte ist somit noch ausbaufähig.

¹⁴ Landesportal Sachsen-Anhalt (2019). Kurzmeldungen. ESIF-Wandplaner 2019 – Jetzt bestellen! Online: https://europa.sachsen-anhalt.de/esi-fonds-in-sachsen-anhalt/aktuelles/beitrag-aktuelles/news/esif-wandplaner-2019-jetzt-bestellen-1/?tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=0e813614fa0fe6734283aeb8939ce6f8

Abbildung 6: Sind Werbemittel („give-aways“) aus Ihrer Sicht geeignet, um die EU-Förderung bei potenziell Begünstigten bekannt zu machen?

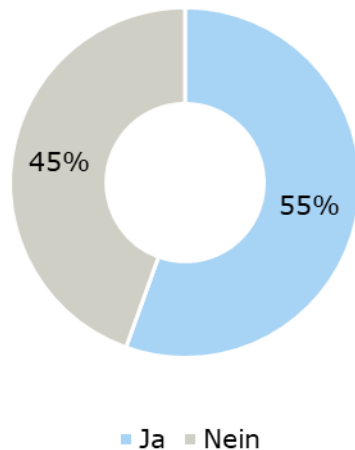
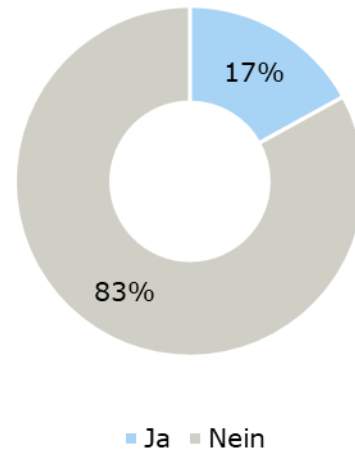


Abbildung 7: Ist Ihnen bekannt, dass die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF Werbemittel („give-aways“, wie z.B. Schreibblöcke, Wandplaner etc.) zur Bewerbung der EU-Förderung einsetzt?



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

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie Werbematerialien bzw. „give aways“ auch zukünftig eingesetzt werden können, um auf die Förderung aufmerksam und diese in der breiten Bevölkerung bekannt zu machen.



Weiterführung und Weiterentwicklung des Wandplaners und möglicherweise Einführung eines gemeinsamen Wandkalenders für die ESI-Fonds

Da der **Wandplaner** sehr gefragt ist, sollte dieses Format weitergeführt werden. EU-bezogene Termine, wie etwa der Europatag am 9. Mai, könnten voreingetragen und entsprechend hervorgehoben werden, um einen noch stärkeren Europabezug herzustellen. Gegebenenfalls könnte auch das Design überarbeitet und an das Corporate Design (Farbgebung analog zur Verwendung auf Internetseite und in ESIF-Broschüre) angepasst werden, um so den Wiedererkennungswert zu steigern.

Außerdem wird im Ergebnis der Bewertung angeregt, den für den ELER bereits verfügbaren **Wandkalender** mit Beispielprojekten auf den EFRE und den ESF auszuweiten und einen gemeinsamen Wandkalender für die ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt zu entwickeln. Auch hier könnten EU-bezogene Termine voreingetragen werden.



Einsatz von nachhaltigen und wertigen Werbematerialien

Der Fokus beim Einsatz von Werbemitteln sollte auf Produkten liegen, die eine längere Lebensdauer und einen hohen praktischen Nutzen aufweisen sowie von der Zielgruppe als attraktiv angesehen werden. Gleichzeitig sollten bei der Beschaffung ökologische und nachhaltige Aspekte nicht außer Acht gelassen werden. Aus Sicht der Bewertung könnte daher insbesondere ein Schwerpunkt auf ökologische Nachhaltigkeit gelegt werden und die Verteilung ökologischer und nachhaltiger Werbematerialien verstärkt und ausgeweitet werden. Damit würden die Werbemittel auch im Einklang mit den nachhaltigen Förderansätzen (insbesondere im EFRE) stehen. Gleichzeitig würde sich die Aufmerksamkeit auf derartige Werbemittel erhöhen.

3. BEWERTUNG DER INTERNETSEITE, DES VADEMECUMS UND DER NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA

In diesem Kapitel wird die Internetseite der ESI-Fonds Sachsen-Anhalt bewertet. Zudem erfolgt zusätzlich eine Einschätzung zur Nutzung von Social-Media-Kanälen im Rahmen der Kommunikationsmaßnahmen der ESI-Fonds sowie eine Betrachtung des Vademecums.

3.1 Internetseite



Erreichung der Ziele und Zielgruppen

Die Internetseite der ESI-Fonds Sachsen-Anhalt ist eingebettet in das Europaportal des Landes Sachsen-Anhalt www.europa.sachsen-anhalt.de. Die Internetseite der ESI-Fonds bündelt wesentliche Informationen zu den drei Fonds (EFRE, ESF und E-LER) im Land Sachsen-Anhalt. Als offizielle Internetseite zu den ESI-Fonds Sachsen-Anhalt hat sie großes Potenzial, Bürgerinnen und Bürger umfassend über die ESI-Fonds zu informieren. Zuletzt wurde die Seite im August 2017 grundlegend verändert und umgestellt.

Ziel der Internetseite ist die Bekanntmachung und Bereitstellung von Informationen, Dokumenten und Materialien rund um die ESI-Fonds im Land Sachsen-Anhalt. Mittels der Internetseite sollen sowohl die breite Öffentlichkeit als auch (potenziell) Begünstigte angesprochen werden.

- **Breite Öffentlichkeit:** Der Vorteil einer gut gestalteten Internetseite liegt in ihrer allgemeinen Verfügbarkeit, die eine große Aufmerksamkeit in der breiten Öffentlichkeit generieren kann. Dadurch werden die Möglichkeiten der Bekanntmachung der EU-Förderung im Land erweitert und es werden potenziell neue Kreise an Begünstigten erreicht. Auch kann sie dazu beitragen, ein positives Bild der ESI-Fonds im Land Sachsen-Anhalt zu erzeugen.
- **(Potenziell) Begünstigte:** Auch (potenziell) Begünstigte werden über die Internetseite angesprochen. Es werden Informationen zu Förderbedingungen, Antragstellung und Projektauswahl sowie Informationen zur Umsetzung von Projekten auf der Internetseite bereitgestellt.

Die nachfolgende Analyse der Gestaltung, der Inhalte, der Webtexte, der Navigation und der Interaktionsmöglichkeiten hat zum Ziel, Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Internetseite sichtbar zu machen, um die Nutzerfreundlichkeit weiter zu erhöhen und die relevanten Informationen rund um die ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt noch wirksamer zu kommunizieren.

Gestaltung, Inhalt, Navigation und Interaktionsmöglichkeiten der Internetseite

Im Folgenden wird die Internetseite der ESI-Fonds Sachsen-Anhalt hinsichtlich der Aspekte Design, Inhalte, Texte, Navigation und Interaktionsmöglichkeiten analysiert. Die Analyse erfolgt anhand eines vorab definierten Kriterienkatalogs. Dabei werden sowohl inhaltliche als auch gestalterische Aspekte sowie die Nutzerfreundlichkeit der Seite berücksichtigt. Stand der Bewertung ist November 2019.

Design und Gestaltung

Kriterien für die Bewertung: Design und Gestaltung

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

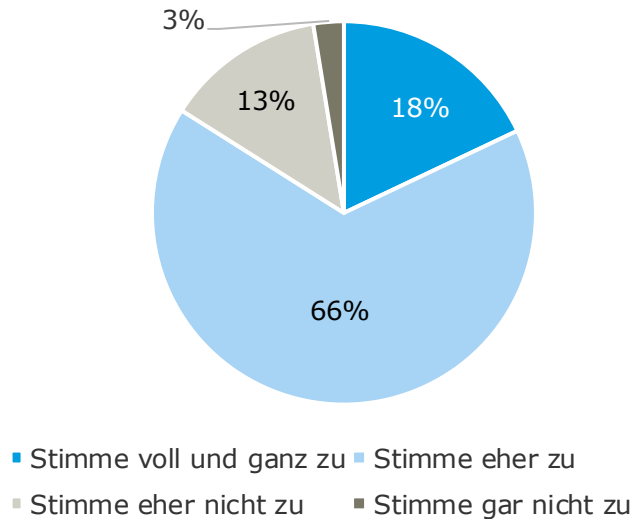
Die Anordnung der Inhalte und die Unterstützung der Funktion („Form folgt Funktion“) sind ebenso entscheidend wie die gestalterische Aufbereitung durch ein geeignetes und ruhiges Farbschema, beziehungsweise die Einhaltung eines vorgegeben individuellen Corporate Designs (CD) mit der Verwendung der entsprechenden 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 ein gutes Design die Beachtungsintensität von links nach rechts (d. h. die meisten Besucherinnen und Besucher nehmen die dargestellten Inhalte in der Regel von links nach rechts mit abnehmender Aufmerksamkeit wahr) und vermeidet langes Scrollen.

Bewertung: Design und Gestaltung

Die Internetseite ist gut strukturiert und übersichtlich aufgebaut. In der Onlinebefragung stimmt die Mehrheit, d. h. insgesamt 84 Prozent, der Befragten der Aussage voll und ganz oder eher zu, dass die Internetseite zu den ESI-Fonds ansprechend gestaltet ist (siehe Abbildung 8). Die Startseite, wie auch die Unterseiten zu den ESI-Fonds, beinhalten zum Großteil nicht zu viele Inhalte und sind durch einzelne Themenkästen gut gegliedert. Das Corporate Design (CD) der Internetseite zu den ESI-Fonds gliedert sich in das CD der Internetseite *Europa und Internationales* des Landes Sachsen-Anhalt ein. Das **Farbschema** des Portals ist ruhig, Grau- und Blautöne überwiegen. Die Schrift ist durchgängig schwarz und hebt sich nur durch die Schriftgröße bzw. Fettungen und Unterstreichungen ab. Zwar wirkt die Farbgebung ruhig und aufgeräumt, jedoch auch etwas eintönig und wenig modern. Sie bietet wenig Anreiz, an bestimmten Texten mit dem Blick hängen zu bleiben oder etwas anzuklicken, da sich die unterschiedlichen Themenbereiche optisch kaum voneinander abheben und dadurch teilweise kaum auffallen.

Positiv fallen die *Erfolgsprojekte* sowie die Kategorie *Aktuelles* auf. Bei den Erfolgsprojekten und den aktuellen Meldungen werden **Bilder** gut genutzt, was die Beiträge sehr anschaulich macht und die Internetseite grafisch auflockert. Bilder könnten, wo sinnvoll, durchaus noch stärker eingebunden werden, wie bspw. auf der Startseite. Jedoch sollten die Bilder noch mehr aus einer Hand wirken und eine konstant gute Bildqualität aufweisen, um auf die Nutzerinnen und Nutzer ansprechend und professionell zu wirken. Das Copyright bei allen Bildern ist wichtig, sticht jedoch in der aktuellen Gestaltung sehr präsent ins Auge und lässt die Bilder optisch unharmonisch wirken.

Abbildung 8: Wie bewerten Sie die Gestaltung sowie den Inhalt der Rubrik „ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt“ auf der Internetseite „www.europa.sachsen-anhalt.de“? - Die gegenwärtige Gestaltung der Internetseite ist ansprechend (N=156)



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

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie die Internetseite optisch noch ansprechender gestaltet werden kann.



- Die verschiedenen Themenbereiche könnten optisch noch besser voneinander abgegrenzt werden, sodass sie sich besser voneinander abheben, wie etwa durch eine unterschiedliche Farbgestaltung.
- Sofern im vorgegebenen CD der Internetseite Gestaltungsspielraum besteht, könnte die Internetseite durch unterschiedliche Farben und ansprechende Bilder noch attraktiver gestaltet werden. Denkbar wäre auch eine farbliche Zuordnung zu den einzelnen Fonds. Auch könnten besonders relevante Themen durch farbige Kästen optisch hervorgehoben werden.
- Bilder sollten noch stärker eingebunden werden** und es sollte auf möglichst professionelles Bildmaterial geachtet werden. Zudem könnte das Copyright-Design, so angepasst werden, dass es nur bei dem Überfahren des Bildes mit der Maus sichtbar wird.

Inhalt

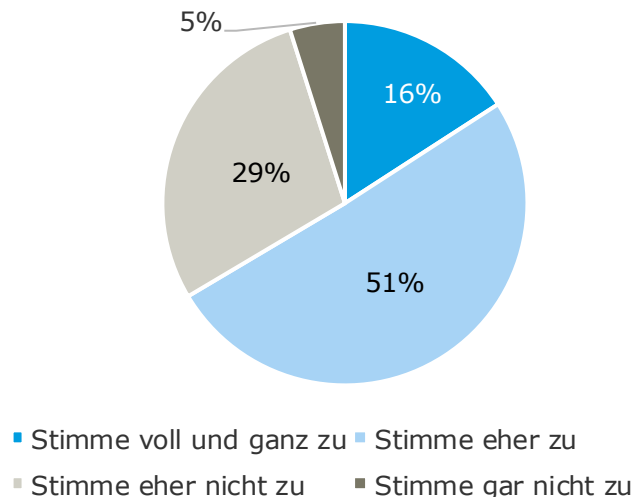
Kriterien für die Bewertung: Inhalt

Nach der ersten optischen Orientierung auf der Internetseite 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

Die Internetseite richtet sich an Antragstellerinnen und Antragsteller und (potenziell) Begünstigte sowie Interessierte und hält umfassende Informationen und Dokumente sowie Material zu den ESI-Fonds bereit. Darunter finden sich auch aktuelle Meldungen und eine ausführliche Darstellung von Erfolgsprojekten. Grundsätzlich gut gelungen ist die **Unterteilung der Informationen** zu den Fonds, Informationen für Antragstellerinnen und Antragsteller und Begünstigte sowie Informationen für Interessierte. Aus der Onlinebefragung geht hervor, dass die Mehrheit der Befragten, d. h. 67 Prozent, voll und ganz oder eher zustimmen, dass relevante Informationen über konkrete Fördermöglichkeiten leicht auffindbar sind (siehe Abbildung 9). Jedoch wird in den Verbesserungsvorschlägen auch der Wunsch geäußert, dass die Voraussetzungen, die für eine Förderung vorliegen müssen, einfacher und überschaubarer aufgezeigt sein sollten. Denkbar wären hier beispielsweise Erklärfilme im Sinne eines Tutorials oder Checklisten bzw. FAQs.

Abbildung 9: Wie bewerten Sie die Gestaltung sowie den Inhalt der Rubrik „ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt“ auf der Internetseite „www.europa.sachsen-anhalt.de“? - Relevante Informationen über konkrete Fördermöglichkeiten sind leicht auffindbar (N=164)



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

Textteile überwiegen auf der Internetseite deutlich vor multimedialen Inhalten. Bilder werden vor allem bei den Erfolgsprojekten genutzt und auf der restlichen Seite eher sparsam verwendet. Video- sowie Audioinhalte werden bisher nur wenig genutzt. Dokumente, die zum Download zur Verfügung stehen, verfügen in der Regel auch über eine Vorlesefunktion. Die Internetseite ist in erster Linie interessant für **Personen mit konkretem Bezug zu den ESI-Fonds**. Die breite Öffentlichkeit wird durch die Seite nur schwer abgeholt. Das liegt zum Teil daran, dass bereits ein gewisses Grundwissen über die ESI-Fonds bei den Besucherinnen und Besuchern der Internetseite vorausgesetzt wird. Eine **Einführung zu den ESI-Fonds** auf der Startseite¹⁵ wäre hilfreich für Personen, die bisher noch keine oder wenige Berührungspunkte mit dem Thema ESI-Fonds hatten. So könnten im ersten Informationskasten „Über die Europäischen Struktur- und Investitionsfonds“ direkt grundlegende Informationen in kurzer Form gegeben werden, die dann nach einem Klick auf „Weitelesen“ näher ausgeführt werden. Aktuell erhält man auf den ersten Blick keine Informationen über die ESI-Fonds im Allgemeinen sondern muss weiter auf die nächste Seite klicken. Diese Rückmeldung wird auch über die Onlinebefragung gegeben. Hier wird angemerkt, dass die Perspektive des „unwissenden Besuchers“ stärker in den Blick genommen werden sollte.

Positiv zu bewerten ist die **Kategorie „Aktuelles“**. Die Kategorie ist über die Startseite erreichbar und wird in einem guten Turnus mit aktuellen Inhalten rund um das Thema ESI-Fonds be-

¹⁵ <https://europa.sachsen-anhalt.de/esi-fonds-in-sachsen-anhalt/ueber-die-europaeischen-struktur-und-investitionsfonds/>

spielt. Seit 2017 findet sich in der Kategorie „Veranstaltungen“ bisher nur eine neue Veranstaltung.

Die Förderperiode 2007-2013 ist aktuell auf der Startseite mit einem eigenen Kasten prominent platziert. Da das Interesse an der vergangenen Förderperiode bei den Besucherinnen und Besuchern der Internetseite eher gering ausfallen dürfte, wäre eine Platzierung der Förderperiode 2007-2013 in der Menüstruktur allein ausreichend. Dies belegen auch die Klickzahlen, die für den Bereich „Förderperiode 2007-2013“ trotz prominenter Platzierung auf der Startseite gering ausfallen.

Die **Erfolgsprojekte** sind für die verschiedenen Fonds bereits gut und ausführlich dargestellt. In anderen Bundesländern hat sich hier zusätzlich zu der Projektbeschreibung eine interaktive Projektkarte bewährt. Auf dieser können Nutzerinnen und Nutzer ansprechend aufbereitet sehen, wo und welche Projekte in ihrem Landkreis bzw. ihrer kreisfreien Stadt im Rahmen der ESI-Fonds umgesetzt werden. So wird auf einen Blick sichtbar, wie die ESI-Fonds in der Region wirken.

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie die Inhalte der Internetseite noch übersichtlicher und ansprechender ausgestaltet werden können.



- Die **Teaser der jeweils drei aktuellsten Meldungen** würden **direkt auf der Startseite**¹⁶ eingebunden dazu beitragen, dass die Seite abwechslungsreicher wird und BesucherInnen der Seite direkt auf aktuelle Themen hingewiesen werden.
- Eine **Platzierung der Förderperiode 2007-2013 in der Menüstruktur allein** ist ausreichend, sodass der Kasten zur Förderperiode 2007-2013 von der Startseite entfernt werden könnte.
- Als zusätzlicher Bereich könnte die Kategorie „**Veranstaltungen**“ unter „Aktuelles“ eingebunden werden. Die Kategorie „Veranstaltungen“ würde dadurch mehr Aufmerksamkeit erfahren. Wichtig wäre in diesem Zusammenhang, die **Veranstaltungsübersicht regelmäßig mit neuen Veranstaltungen zu aktualisieren**.
- Es empfiehlt sich die **Einbindung einer interaktiven Projektkarte**, auf der Nutzerinnen und Nutzer die Möglichkeit haben, interaktiv zu entdecken, wo in Sachsen-Anhalt welche Projekte umgesetzt werden. Durch das Anklicken der jeweiligen Projekte oder durch das Bewegen der Maus auf einzelne Punkte der Karte, könnten bspw. weiterführende Informationen zum oder Bilder des jeweiligen Projektes erscheinen.
- **Tutorials (Erklärfilme) oder Checklisten bzw. FAQs** würden sich anbieten, um die Voraussetzungen, die für eine Förderung vorliegen müssen, leicht verständlich und übersichtlich zu vermitteln. Durch das Bereitstellen leicht verständlicher Informationen, kann sich zudem der Aufwand reduzieren, der durch Anfragen über das Kontaktformular entsteht.
- Unter *Informationen für Interessierte* würde sich auch ein Bereich anbieten, der niedrigschwellig und anschaulich über die ESI-Fonds informiert und so Personen abholt, die bisher noch wenig Berührungspunkte zu den ESI-Fonds hatten, aber interessiert sind und mehr erfahren möchten.
- Unter *Informationen für Antragstellerinnen und Antragsteller und Begünstigte* könnte ebenfalls der *Newsletter* sowie der Reiter *Kontakt* aufgenommen werden, da beides auch für diese Zielgruppen relevant ist.

¹⁶ <https://europa.sachsen-anhalt.de/esi-fonds-in-sachsen-anhalt/ueber-die-europaeischen-struktur-und-investitionsfonds/>

Webtexte

Kriterien für die Bewertung: Webtexte

Die Webtexte sollen Interesse wecken, überzeugen, kurz, prägnant und verständlich sein und eine klar strukturierte Gliederung vorgeben. Zudem sollten Aktiv- und Passiv-Formulierungen verwendet und zum Dialog aufgefordert werden.

Bewertung: Webtexte

Die Texte der Internetseite sind überwiegend **kurzgehalten**. Längere Texte sind in der Regel in mehrere kurze Absätze gegliedert, was die Beiträge auf der Internetseite lesefreundlich macht. Positiv ist auch zu bewerten, dass die Texte überwiegend aktiv formuliert sind und teilweise, wie z. B. unter der Kategorie „Aktuelles“, den Leser bzw. die Leserin **direkt ansprechen**. Das macht die Texte lebendig und die Thematik der ESI-Fonds nahbarer. Durch die kurzen Texte werden die Informationen auf der Internetseite jedoch auch stark verdichtet und überwiegend auf das Nötigste beschränkt. Personen ohne bisherige Berührungspunkte zu den ESI-Fonds mit dem **Bedürfnis nach mehr Hintergrundwissen** werden dadurch eher weniger abgeholt. Personen, die hingegen bereits mit den ESI-Fonds vertraut sind, finden durch die übersichtlichen Texte schnell die Informationen, die sie benötigen. Zum Inhalt wird in der Onlinebefragung der Begünstigten der Wunsch nach mehr Verständlichkeit und einem weniger bürokratischen Sprachgebrauch deutlich.

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie die Webtexte noch verständlicher ausgestaltet werden können.



- Die **Sprache der Texte** sollte leichter verständlich und weniger bürokratisch sein. Grundsätzlich sollten die kurzen Textformate beibehalten werden. Wo nötig, sollten jedoch **umfassendere Informationen** aufgenommen werden, um mehr Hintergrundwissen zu vermitteln. Ausführlichere Hintergrundinformationen würden sich u.a. auf den Unterseiten der einzelnen Fonds anbieten, so z.B. auf der Seite zum EFRE¹⁷: Die Einführung in den Fonds ist sehr knapp und fachlich gehalten, sodass Personen, die bisher nur wenige bis keine Berührungspunkte zum EFRE hatten, schwer abgeholt werden. Denkbar wären zusätzliche Informationen darüber, wie sich die Mittelausstattung des EFRE zusammensetzt, wer die Förderung beantragen kann oder welche Vorteile der EFRE gegenüber anderen Fördermöglichkeiten bietet. Anschaulich wäre zudem ein Fallbeispiel, sodass noch deutlicher wird, wer eine Förderung wofür und wo beantragen kann.
- Diese Informationen könnten entweder in Textform bereitgestellt werden oder anschaulich und niedrigschwellig aufbereitet in einem Erklärfilm. Hierfür könnte der allgemeine Erklärfilm zu den ESI-Fonds zusätzlich auf den Seiten der Fonds eingebunden werden.
- Insgesamt empfiehlt es sich, die Unterteilung in mehrere Absätze beizubehalten und bei Bedarf mit Zwischenüberschriften zu arbeiten, um die Texte auch bei höherer Informationsdichte übersichtlich zu halten. Zusätzlich könnten auch Faktenboxen Textpassagen auflockern und das Augenmerk auf besonders relevante Aspekte richten.

¹⁷ <https://europa.sachsen-anhalt.de/esi-fonds-in-sachsen-anhalt/ueber-die-europaeischen-struktur-und-investitionsfonds/efre/operationelles-programm-efre/>

Kriterien für die Bewertung: Navigation

Die Nutzerfreundlichkeit und Übersichtlichkeit einer Internetseite 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 bzw. der Besucherin angezeigt wird, wo er bzw. sie sich gerade befindet und welche Alternativen sich ihm bzw. ihr bieten. Im Hinblick auf Nutzerfreundlichkeit und den inklusiven Gedanken sollte die Seite die von der Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV 2.0) definierten Anforderungen zur Barrierefreiheit von Webangeboten erfüllen. Dies beinhaltet Texte in leichter Sprache, Gebärdensprachvideos, einen Vorleседienst, eine Kontrastansicht sowie eine Textskalierungsfunktion.

Bewertung: Navigation

Positiv ist zu bewerten, dass die wichtigsten Reiter auf der Internetseite immer gut verfügbar über die **rechte Menüleiste** zu sehen sind. Auch wird auf jeder Seite im oberen Bereich der aktuelle Pfad angezeigt, sodass sich gut nachvollziehen lässt, wo man sich befindet und wie man zu einem bestimmten Bereich gekommen ist. Hinsichtlich der Navigation der Internetseite zeigen sich jedoch auch Optimierungsmöglichkeiten. Die **Hauptmenüführung** erschließt sich nicht auf den ersten Blick. Fast alle Elemente, die sich herunterladen lassen, verfügen auch über eine Vorlesefunktion, was positiv zu bewerten ist. Die „Zurück Funktion“ über den Browser funktioniert teilweise nicht. Oft führt die „Zurück Funktion“ nicht auf die vorherige, sondern auf eine andere Seite.

Empfehlungen



- Das **Hauptmenü könnte, sofern dies die technischen Vorgaben des Landesportals zulassen, von aktuell vertikal zu horizontal ausgerichtet werden**. Die Hauptthemen stehen aktuell in der linken Spalte untereinander und könnten in einer neuen Menüstruktur horizontal nebeneinander aufgeführt werden, sodass auf den ersten Blick deutlich wird, unter welchen Bereich, welche Unterkategorien fallen.
- **Der Reiter „ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt“ könnte einmal aus dem Hauptmenü gelöscht werden**, da er von dort aus aktuell dreimal angeklickt werden kann. Dies würde zu mehr Übersichtlichkeit beitragen.

Interaktionsmöglichkeiten

Kriterien für die Bewertung: Interaktionsmöglichkeiten

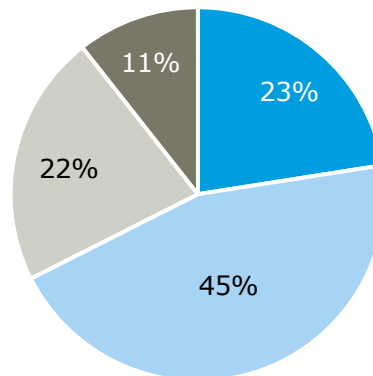
Auf einer Internetseite gibt es die Möglichkeit, für Besucherinnen und Besucher in eine direkte und indirekte Interaktion mit zuständigen Ansprechpartnerinnen und -partner der Internetseite zu treten. Direkte Interaktionsmöglichkeiten sind beispielsweise Kommentarfunktionen, Mitmach-Aktionen oder die 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 die Möglichkeit, über ein Kontaktformular sowie durch die Angabe von E-Mail-Adressen, mit den EU-Verwaltungsbehörden für die ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt Kontakt aufzunehmen. Positiv ist, dass das **Kontaktformular** über die Startseite gut erreichbar ist. Mehr als die Hälfte, d. h. 68 Prozent, aller Befragten in der Onlinebefragung bewerten den Nutzen des

Kontaktformulars als hoch oder sehr hoch (siehe Abbildung 10). Direkte Interaktionsmöglichkeiten wie ein telefonischer Kontakt oder eine Chatfunktion bestehen nicht.

Abbildung 10: Bewertung direkte Kontaktaufnahme über das Kontaktformular der Internetseite (N=151)



- Der Nutzen ist sehr hoch (sehr hilfreich)
- Der Nutzen ist eher hoch (eher hilfreich)
- Der Nutzen ist eher gering (weniger hilfreich)
- Der Nutzen ist sehr gering (nicht hilfreich)

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

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie die Interaktionsmöglichkeiten noch interaktiver und ansprechender ausgestaltet werden können.



- Ein **Feedback-Formular**, das, sofern dies die technischen Vorgaben des Landesportals zulassen, auf der Startseite eingebunden ist, kann der EU-Verwaltungsbehörde EF-RE/ESF eine tagesaktuelle Rückmeldung bieten, ob die Besucherinnen und Besucher mit der ESI-Fonds Internetseite zufrieden sind.
- Wenn möglich, sollten zu dem Kontaktformular **direkte Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner benannt** werden, sodass die Kontaktaufnahme weniger anonym wirkt und Besucherinnen und Besucher wissen, wer ihr Anliegen bearbeitet.

3.2 Vademecum

Das Vademecum ist über die Startseite der ESI-Fonds Sachsen-Anhalt gut zu finden und nimmt auf der Internetseite zu den ESI-Fonds eine Sonderrolle ein. Laut Beschreibung des Portals ist „das Vademecum ein **elektronisches Archiv** verbindlicher Dokumente rund um die Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESI-Fonds) in Sachsen-Anhalt. Für einen systematischen Überblick eignet sich das Vademecum 2014-2020 ebenso wie für eine Stichwortsuche oder als Zugang zu einer Vielzahl von Originaldokumenten, wie beispielsweise Gesetze, Verordnungen, Erlasse, Arbeitspapiere [...] und sonstigen Dokumenten [...]“¹⁸. Damit adressiert das Vademecum in erster Linie Personen aus der Verwaltung, die sich intensiv mit den ESI-Fonds beschäftigen. Die Beschreibung des Vademecums ist in einem einführenden Text auf der Startseite des Vademecums sehr kurzgehalten, sodass davon ausgegangen werden muss, dass die Seite in erster Linie für Personen konzipiert ist, die bereits um das Vademecum und seine Funktion wissen. Für den Fall von möglichen Fragen oder Anregungen findet sich direkt auf der Startseite ein Kontaktfeld. Positiv hervorzuheben ist ebenfalls der Punkt „**Update – Aktuelles**“ in der linken Menüleiste. Besucherinnen und Besucher sehen so auf einen Blick, was sich auf der Seite getan hat, welche Dokumente geändert oder neu eingestellt wurden. Das Vademecum selbst präsentiert sich übersichtlich und aufgeräumt. Die linke Menüleiste gibt einen Überblick über die vorhandenen Dokumente, die unter übergeordneten Kategorien zusammengefasst sind. Die jeweiligen Dokumente sind dann als schlichte Links ohne zusätzliche Erklärung eingestellt und können angesehen und heruntergeladen werden. Die **Suchfunktion** nach bestimmten Dokumenten funktioniert gut und erlaubt verschiedene Filtermöglichkeiten, um die Suchergebnisse einzugrenzen. Das Vademecum wird seiner Rolle als elektronisches Archiv gerecht, setzt aber bei Nutzerinnen und Nutzern ein erhebliches Vorwissen um die ESI-Fonds und entsprechende Dokumente voraus, da die Seite keine zusätzlichen Erklärungen und Beschreibungen vorhält.

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie das Vademecum auch zukünftig ausgestaltet werden sollte.



- Das Vademecum sollte erhalten und weiterhin regelmäßig aktualisiert werden. Insbesondere die Kategorie „Update – Aktuelles“ hat sich dafür als sehr hilfreich erwiesen.

¹⁸ <https://www.efreporter.de/confluence/display/VADE>

3.3 Nutzung von Social Media



In diesem Kapitel wird die Nutzung von Social Media-Kanälen näher betrachtet. Neben der Bewertung der Kanäle, die durch das Land Sachsen-Anhalt bereits genutzt werden, werden auch auf weitere Kanäle (wie z.B. **Xing und LinkedIn**) berücksichtigt. Das Land Sachsen-Anhalt nutzt aktuell (Stand 19.12.2019) die Social-Media-Kanäle **Twitter, Instagram und YouTube**. Die ESI-Fonds verfügen dagegen über keinen gesonderten Social-Media-Kanal. Dies ist vor dem Hintergrund nachvollziehbar, dass ein eigener Social-Media-Kanal einer intensiven und professionellen Pflege bedarf und regelmäßig mit aktuellen Inhalten bespielt werden muss, was wiederum mit einem erheblichen Aufwand verbunden ist.

Jedoch können die bestehenden Kanäle des Landes Sachsen-Anhalt genutzt werden, um Inhalte zu den ESI-Fonds zu teilen und somit auch Menschen zu erreichen, die ansonsten eher weniger Berührungspunkte mit den Fonds haben. Im Folgenden werden die aktuell genutzten Social-Media-Kanäle des Landes Sachsen-Anhalt dahingehend betrachtet, inwiefern sie geeignet sind, um potenziell Begünstigte über die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu informieren und die breite Öffentlichkeit zu erreichen.

Twitter @sachsenanhalt

Follower aktuell ca. 10.400 (19.12.2019)

Der Twitter-Kanal des Landes Sachsen-Anhalt hat von den Social-Media-Kanälen des Landes Sachsen-Anhalt die meisten Follower und wird am intensivsten und regelmäßig mit Beiträgen bespielt. Der Twitter-Kanal bietet sich aufgrund der hohen Followerzahl aus Sicht der Bewertung aktuell am ehesten an, um Beiträge zu den ESI-Fonds zu teilen, da hier bereits eine gute Reichweite gegeben ist. Über Twitter können Bilder, Videos sowie kurze Textbeiträge (max. 280 Zeichen) geteilt werden. Twitter eignet sich daher gut, um Inhalte in verschiedenen Formaten zu vermitteln. Da die Texte mit max. 280 Zeichen relativ kurz sind, sollte mit Bildern, Videobeiträgen und Hashtags bzw. Verlinkungen auf ausführliche Beiträge gearbeitet werden. Die Twitter-Beiträge sind frei zugänglich. Um zu interagieren (Kommentare, Likes) ist jedoch ein eigener Twitter-Account notwendig. Über die Verwendung von spezifischen Hashtags kann gezielt Aufmerksamkeit für Beiträge gewonnen werden. Twitter bietet sich dafür an, ein Bewusstsein für die ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt in der breiten Öffentlichkeit zu schaffen. Ob tatsächlich potenzielle Begünstigten erreicht werden, ist jedoch abhängig von deren Nutzungsverhalten in sozialen Medien. Rund 40 Prozent der Begünstigten erachten Twitter als geeignet, um potenziell Begünstigte über die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu informieren (vgl. Abbildung 11).

YouTube

Abonnentenzahl: 429 (19.12.2019)

Der offizielle YouTube Kanal des Landes Sachsen-Anhalt wird zwar regelmäßig mit Videobeiträgen bespielt, die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten, die direkt mit Beiträgen erreicht werden, ist mit etwa 429 jedoch verhältnismäßig gering. Das spiegelt sich auch in den Klickzahlen der Videobeiträge wider, die keine große Reichweite vermuten lassen. Grundsätzlich eignen sich Videobeiträge gut, um Inhalte anschaulich zu vermitteln und zu teilen. Auf die ESI-Fonds bezogen wären zum Beispiel kurze Filme zu Erfolgsprojekten denkbar. Auf anschauliche Art und Weise könnte so vermittelt werden, wo und wie die ESI-Fonds vor Ort in Sachsen-Anhalt wirken und wer von einer Förderung profitiert. Auch Erklärfilme, die thematisieren, wie die Förderung funktioniert oder wie eine Förderung beantragt werden kann, sind mögliche Varianten, die sich für eine Nutzung des YouTube-Kanals anbieten würden. In jedem Fall sollten diese Videos professionell produziert sein, um ihren Zweck zu erfüllen. Grundsätzlich eignet sich die Plattform, um die breite Öffentlichkeit und Interessierte über Videobeiträge zu erreichen. Rund die Hälfte der Begünstigten erachtet YouTube als gut geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen (vgl. Abbildung 11). Es muss jedoch sichergestellt werden, dass die Zielgruppen auf die Videos aufmerksam werden. Da der Kanal des Landes Sachsen-Anhalt selbst aktuell sehr wenig Abonnentinnen und Abonnenten hat, müssten die Links zu den Filmbeiträgen daher über andere Medien/Plattformen geteilt werden, die aktuell mehr Nutzerinnen und Nutzer erreichen, wie die Internetseite oder der Twitter-Kanal.

Instagram #moderndenken

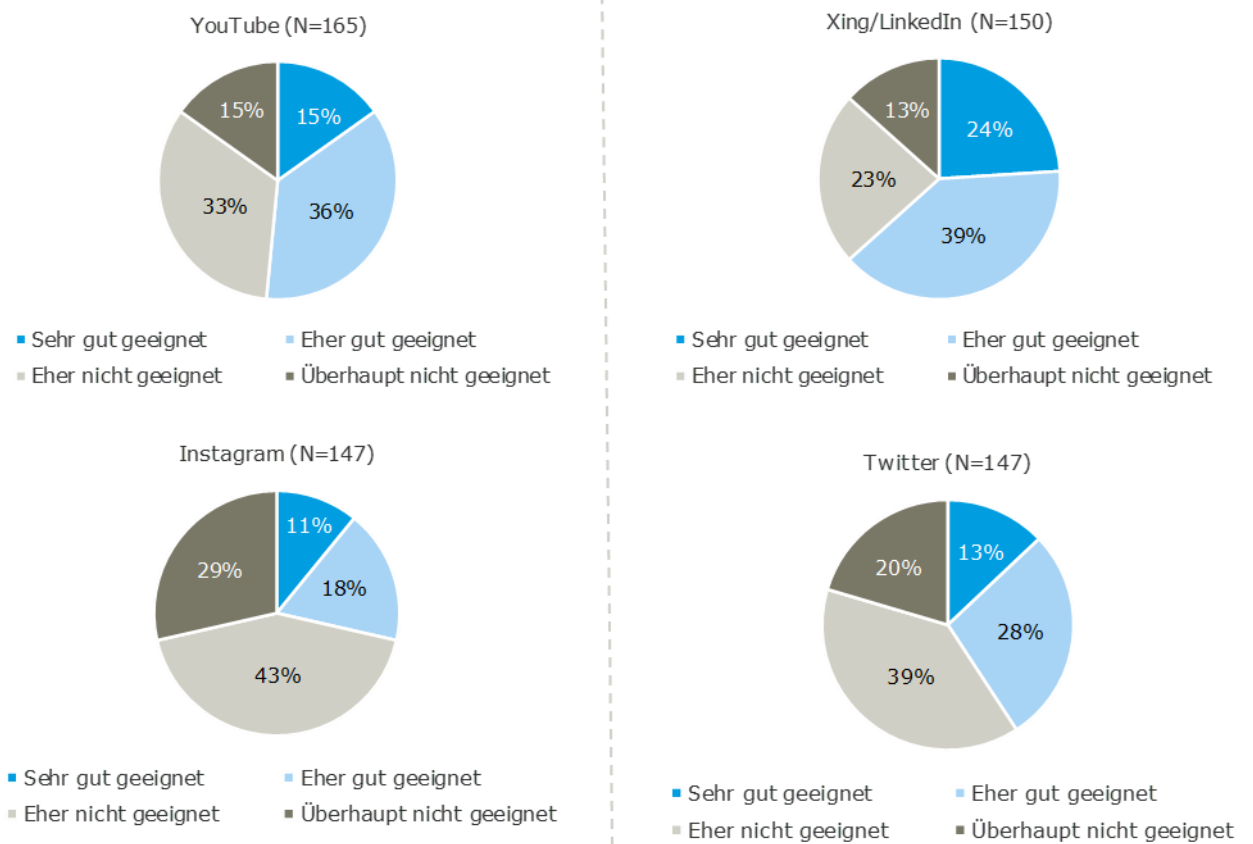
Abonnentenzahl: 724 (19.12.2019)

Instagram arbeitet vor allem mit Bildern, kurzen Videos und Hashtags. Für die Vermittlung komplexerer Sachverhalte wie der ESI-Fonds eignet sich die Plattform daher grundsätzlich eher weniger. Die Sachsen-Anhalt Seite #moderndenken hat mit rund 724 nur wenige eigene Abonnentinnen und Abonnenten, die über neue Beiträge direkt informiert werden. Entsprechend gering sind auch die Like-Zahlen der aktuell ca. 100 Beiträge. Um zusätzliche Nutzerinnen und Nutzer mit Beiträgen zu erreichen, müssten diese gezielt über Hashtags nach Inhalten zu den ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt suchen. Ob die breite Öffentlichkeit oder potenziell Begünstigte über Beiträge auf Instagram gut und mit sinnvollen Inhalten erreicht werden können, ist daher eher fraglich. Um auf Inhalte von Instagram zuzugreifen, ist zudem ein eigener Account bei Instagram notwendig. Bei YouTube und Twitter hingegen können die Inhalte auch ohne eigenen Account von Nutzerinnen und Nutzern unbegrenzt konsumiert werden. In der Onlinebefragung spricht sich die Mehrheit der Befragten dafür aus, dass sich Instagram eher nicht bzw. überhaupt nicht dafür eignet, um potenziell Begünstigte über die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu informieren (vgl. Abbildung 11). Die Nutzung von Instagram im Rahmen der Kommunikationsstrategie zu den ESI-Fonds wird daher nicht empfohlen.

Weitere Social-Media-Kanäle

Weitere Social Media-Kanäle, die derzeit noch nicht verwendet werden, um auf die EU-Förderung aufmerksam zu machen, sind beispielsweise Xing und LinkedIn. Im Rahmen der Onlinebefragung der Begünstigten wird deutlich, dass diese beiden sozialen Plattformen für Geschäftskontakte insgesamt am besten bewertet wurden. Knapp zwei Drittel der Begünstigten halten Xing/LinkedIn für (sehr) gut geeignet, potenziell Begünstigte über die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu informieren (vgl. Abbildung 11). Aus Sicht der Bewertung sollte daher über eine Nutzung dieser Kanäle nachgedacht werden. Hier bietet sich großes Potenzial, mit Multiplikatoren, wie z.B. regionalen Wirtschaftsförderungen und Branchenverbänden zusammenzuarbeiten und so die Bekanntheit der EU-Förderung und ihrer Konditionen beim Fachpublikum, d.h. potenziellen Begünstigten zu erhöhen.

Abbildung 11: Für wie geeignet halten Sie Social-Media-Kanäle, um potenziell Begünstigte über die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu informieren?



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

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie Social Media zukünftig eingesetzt werden kann, um auf die Förderung aufmerksam und in der breiten Bevölkerung bekannt zu machen.



- Die **Nutzung des Twitter-Kanals des Landes Sachsen-Anhalt** bietet sich an, um Erfolgsprojekte zu teilen oder über Erklärfilme die ESI-Fonds bekannter und nahbarer zu machen.
- Es sollte geprüft werden, inwiefern **Xing und / oder LinkedIn zur gezielten Ansprache von potenziell Begünstigten** durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF genutzt werden können.


4. UNTERSTÜTZUNG BEI DER UMSETZUNG DER VERPFLICHTENDEN INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSMAßNAHMEN

Die verpflichtenden Informations- und Kommunikationsmaßnahmen für die Begünstigten sind in Anhang XII der ESIF-VO aufgeführt. Die Begünstigten sind demnach zu folgenden Maßnahmen verpflichtet:

- Verwendung des EFRE/ESF-Förderhinweises (EU-Logo plus Hinweis auf EU und EFRE bzw. ESF) bei allen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen,
- Anbringen eines Plakats, eines Hinweisschildes oder einer Erläuterungstafel oder eines Hinweises auf die Förderung durch die EU sowie kurze Beschreibung des Vorhabens auf der Internetseite (falls vorhanden).

Genauere Informationen, wie die aufgeführten Pflichten umzusetzen sind, erhalten die Begünstigten im Rahmen der Bewilligung ihres Projektes. Während der Umsetzung sowie nach Abschluss der Projekte wird die Umsetzung der verpflichtenden Maßnahmen durch die zuständigen Stellen kontrolliert.

Umsetzung

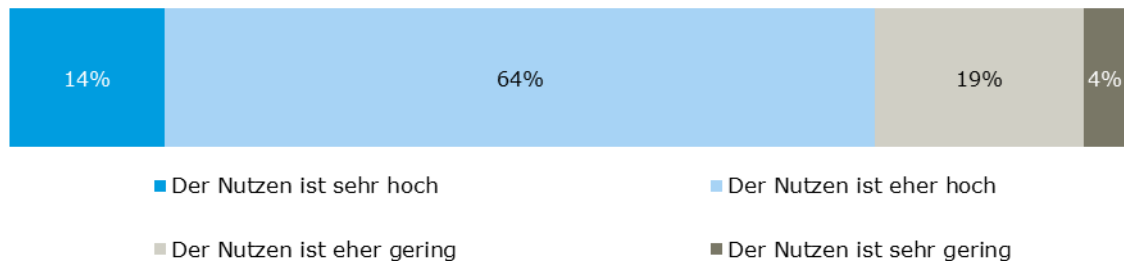
 Um die Begünstigten bei der Umsetzung von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zu unterstützen, werden von der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF, Materialien zur Verfügung gestellt. So werden Merkblätter zu Kommunikationsvorschriften und Werbemittel wie Plakatvorlagen und Logos sowie Vorlagen für Tafeln und Schilder auf der Internetseite bereitgestellt. Zudem besteht die Möglichkeit, bei Rückfragen via Kontaktformular auf der Internetseite und Angabe der E-Mailadressen direkt Kontakt zu den Zuständigen bei der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF aufzunehmen. Die Begünstigten werden somit über Ihre Kommunikationspflichten informiert und werden durch die Bereitstellung der Vorlagen dabei unterstützt, diesen nachzukommen. Im alltäglichen Geschäft stehen den Begünstigten zudem die Bewilligungsstellen als direkte Ansprechpartner für Rückfragen auch im Bereich der Informations- und Kommunikationspflichten zur Verfügung.

Nutzen der Unterstützungsangebote der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF

Um die Unterstützungsangebote der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF für die Begünstigten bewerten zu können, wurden die Begünstigten im Rahmen der Onlinebefragung um ihre Einschätzung gebeten.

Insbesondere der bereitgestellte **Leitfaden zur Erläuterung der Informations- und Kommunikationspflichten** wird von den Begünstigten sehr geschätzt: Knapp 80 Prozent bewerten den Nutzen als eher hoch oder sehr hoch (vgl. Abbildung 12). Dies deutet darauf hin, dass den Begünstigten gut verständlich und sehr praxisnah aufgezeigt wurde, welche Pflichten bestehen und was zu tun ist, um diese zu erfüllen. Deutlich wird, dass die Begünstigten insbesondere die online verfügbare Download-Variante des Leitfadens nutzen, weniger das kostenfrei bestellbare Printexemplar.

Abbildung 12: Wie bewerten Sie den Nutzen des Leitfadens zur Erläuterung der Informations- und Kommunikationspflichten? (N= 165)



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

Auch die **Bereitstellung der Vorlagen für Informationsmaterialien** (z. B. Logo, Plakate, Präsentationen) wird von den Begünstigten wertgeschätzt: 80 Prozent bewerten den Nutzen als hoch oder sehr hoch. Im Rahmen der Diskussion im Zuge des Workshops mit Begünstigten wurde jedoch deutlich, dass mitunter noch Verwirrung in Bezug auf die Verwendung des korrekten Logos herrscht, insbesondere, wenn neben dem EFRE bzw. ESF-Logo noch weitere Logos, z.B. von einzelnen Förderprogrammen oder Projektpartnern verwendet werden sollen.

Abbildung 13: Wie bewerten Sie den Nutzen der Bereitstellung von Vorlagen für Informationsmaterialien? (N= 176)



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

Die Möglichkeit zur **direkten Kontaktaufnahme** über das Kontaktformular auf der Internetseite wird von rund einem Drittel der Begünstigten als eher oder sehr hilfreich eingeschätzt.

Insgesamt lässt die Rückmeldung darauf schließen, dass die Angebote der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF die Begünstigten effektiv unterstützen. Die positiven Rückmeldungen der Begünstigten zu den Unterstützungsangeboten, die diese zur Erfüllung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten von den involvierten Stellen der Verwaltung insgesamt und der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF im Besonderen erhalten, bestätigen die insgesamt passgenaue Ausgestaltung und die effektive Umsetzung dieser Angebote.

Empfehlungen

Nachfolgend werden auf Grundlage der vorgenommenen Bewertung Empfehlungen formuliert, wie die Unterstützung durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF auch zukünftig ausgestaltet werden sollte.



- Beibehaltung der **Unterstützungsangebote** und der Möglichkeit zur **direkten Kontaktaufnahme**.
- Seitens der Verwaltung sollte in Bezug auf die **Verwendung der Logos** sichergestellt werden, dass die Begünstigten gut verständlich über die Vorgehensweise und die geltenden Vorschriften informiert werden.

5. FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

Die Bewertung der ESIF-Kommunikationsstrategie des Landes Sachsen-Anhalt erfolgte entlang der folgenden Untersuchungsfragen:

- Wie tragen die Maßnahmen der Kommunikationsstrategie dazu bei,
 - die **Bekanntheit der EU-Strukturfondsförderung in der breiten Öffentlichkeit** zu verbessern und neben den Zielen und Inhalten der EU-Förderung insbesondere den daraus resultierenden Mehrwert für das Land und die Bevölkerung erfahrbar und sichtbar zu machen?
 - den Bekanntheitsgrad der Förderangebote und -bedingungen bei **potenziell Begünstigten** zu verbessern?
 - die Begünstigten bei der **Umsetzung der verpflichtenden Kommunikationsmaßnahmen zu unterstützen?**
- Welche **Optimierungsmöglichkeiten** gibt es bei der Umsetzung der Kommunikationsstrategie?

Im Rahmen der Studie wurden die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen bewertet, die durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF umgesetzt wurden, um einerseits die Zielgruppe der breiten Öffentlichkeit und andererseits die Zielgruppe der potenziellen Begünstigten zu erreichen.

Deutlich wird, dass die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF verschiedene Maßnahmen umsetzt, um die jeweiligen Zielgruppen zu erreichen und dabei berücksichtigt, dass es unterschiedlicher Herangehensweisen, Informationsgehalten und Ansatzpunkten bedarf, um die jeweiligen Zielgruppen und die entsprechende Zielsetzung zu erreichen.

Die umgesetzten Maßnahmen können in die folgenden Kategorien unterteilt werden:

- **(Informations-)Veranstaltungen**
- **Verteilung von Informationsmaterial**
- **Pressearbeit**
- **Werbematerialien („give aways“)**

Zudem wurde im Rahmen dieser Studie die **Internetseite** der ESI-Fonds Sachsen-Anhalt, das **Vademecum** und die Möglichkeit der Nutzung von **Social-Media-Kanälen** bewertet. Abschließend wurden auch die **Unterstützungsangebote** bewertet, die die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF den Begünstigten bietet, damit diese ihren Informations- und Kommunikationspflichten nachkommen können.

Im Folgenden werden die zentralen Erkenntnisse und die daraus abgeleiteten Empfehlungen zur Optimierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen dargestellt.



(Informations-)Veranstaltungen

Erkenntnisse aus der Bewertung

- **Öffentliche Veranstaltungen** stellen eine wirksame Maßnahme dar, die ESI-Fonds in anschaulicher Weise zu präsentieren und mit Akteuren ins Gespräch zu kommen.
- Bislang beteiligt sich die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF insbesondere mit einem Informationsstand an **öffentlichen Veranstaltungen**. Es besteht Potenzial, diesen noch interessanter zu gestalten.
- **Thematische Fachveranstaltungen** sind gut geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen. Referenz- bzw. Erfolgsprojekte eignen sich gut, um über Erfahrungen zu berichten.



Empfehlungen zur Optimierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

- Fortführung der Beteiligung an **öffentlichen Veranstaltungen** und Erweiterung der Art der Beteiligung an öffentlichen Veranstaltungen (beispielsweise durch prominente Darstellung von Erfolgsprojekten). Wo möglich Anknüpfung an Aktivitäten von anderen Einrichtungen des Landes zur Bewerbung der Strukturfonds EFRE und ESF zu suchen
- Fortführung und Ausweitung von **thematischen Fachveranstaltungen** (bspw. Branchen- und Verbandsveranstaltungen, Fachtage)
- Fortführung und Erweiterung der Art der Beteiligung an thematischen Fachveranstaltungen (bspw. durch einen Erfahrungsaustausch mit Begünstigten, um „Lessons learned“ auszutauschen)



Verteilung von Informationsmaterial

Erkenntnisse aus der Bewertung

- Der **Newsletter** stellt in seiner aktuellen Ausgestaltung zwar eine gute Bündelung von relevanten Aspekten dar, ist jedoch sehr ausführlich und technisch. Begünstigte schätzen einen Newsletter insgesamt als geeignet ein, um über Fördermöglichkeiten zu informieren.
- Die **ESIF-Broschüre** stellt eine anschauliche und nahbare Übersicht über die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt dar und eignet sich insbesondere um die breite Öffentlichkeit zu erreichen.
- Der **ESIF-Flyer** ist gut geeignet, um weiterhin die breite Öffentlichkeit zu erreichen und Interesse zu wecken.



Empfehlungen zur Optimierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

- Umbenennen des jetzigen **Newsletters** und Aufsetzen eines weiteren neuen „echten“ Newsletters, um potenziell Begünstigte besser zu erreichen
- Weiternutzung der **ESIF Broschüre** und gegebenenfalls Aktualisierung für die neue Förderperiode
- Fortführung und Weiternutzung des **ESIF-Flyers**, gegebenenfalls Überarbeitung für die nächste Förderperiode



Pressearbeit

Erkenntnisse aus der Bewertung

- Die Artikel zu **Referenz- bzw. Erfolgsprojekten** bergen ein enormes Potenzial, den Mehrwert der EU-Förderung in anschaulicher Art und Weise darzustellen und die Förderung für die allgemeine Öffentlichkeit und potenziell Begünstigte greifbar zu machen.



Empfehlungen zur Optimierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

- Fortführung und weitere Nutzung der Referenz- bzw. Erfolgsprojekte im neu aufgesetzten Newsletter
- Austausch zwischen Vertreterinnen und Vertreter von Erfolgsprojekten und potenziellen Begünstigten auf Veranstaltungen und darüber hinaus
- Nutzung der Projekte für einen Wandkalender oder bei anderen Werbematerialien



Werbematerialien

Erkenntnisse aus der Bewertung

- Ein Vorteil von **Werbematerialien** besteht in der potenziell hohen Reichweite. Zu beachten ist jedoch, dass eine weiterführende Auseinandersetzung mit der Förderung nicht notwendigerweise gegeben sein dürfte.
- Der **Wandplaner** gehört zu den besonders nachgefragten Werbematerialien.
- Es werden bereits einige ökologische Werbematerialien verwendet. Nachhaltige Werbematerialien haben eine längere Lebensdauer als einmalig benutzbare Werbematerialien und stehen zudem im Einklang mit der Förderung von nachhaltiger Entwicklung (insbesondere im EFRE).



Empfehlungen zur Optimierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

- Weiterführung und Weiterentwicklung des Wandplaners (Farbgestaltung und ggf. Voreintragung EU-relevanter Termine)
- Ggf. Erarbeitung eines gemeinsamen Wandkalenders für die ESIFonds (analog zum bereits bestehenden ELER-Wandkalender).
- Prüfen, ob Einsatz von ökologisch nachhaltigen Werbematerialien ausgebaut werden kann (wie z.B. Taschen und Thermobechern oder weiteren ökologisch nachhaltigen Büromaterialien)



Internetseite und Vademecum

Erkenntnisse aus der Bewertung

- Die Internetseite bietet die potenziell größte Reichweite sowie einen sehr niedrighschwelligigen Zugang, um Personen über die ESI-Fonds zu informieren.

Design und Gestaltung

- Die Internetseite fügt sich gut in das Corporate Design der Internetseite *EU und Internationales* des Landes Sachsen-Anhalt ein. Die Inhalte der Seite zu den ESI-Fonds heben sich durch die sehr homogene Gestaltung jedoch kaum voneinander ab und bieten wenig Anreiz Inhalte anzuklicken.

Inhalt

- Die Internetseite setzt bereits ein gewisses Wissen um die ESI Fonds voraus, die Perspektive des „unwissenden Besuchers“ wird wenig berücksichtigt.
- Gut gepflegt sind die ESI-Erfolgsprojekte sowie die aktuellen Meldungen rund um die Fonds.

Webtexte

- Die Texte der Internetseite sind überwiegend kurzgehalten und nutzen fachspezifische Bezeichnungen.

Interaktionsmöglichkeiten

- Durch das Kontaktformular ist eine Interaktion möglich, um konkrete Fragen an die EU-Verwaltungsbehörden zu richten.

Vademecum

- Das Vademecum erfüllt seine Funktion als elektronisches Archiv mit guter Übersicht über aktuelle Neuerungen.



Empfehlungen zur Optimierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

Design und Gestaltung

- Ansprechendere und abwechslungsreichere **Gestaltung** der Internetseite durch bspw. die Nutzung unterschiedlicher Farben und der stärkeren Einbindung von professionellem Bildmaterial.

Inhalt

- Eine **interaktive Projektkarte** könnte dazu beitragen, den Nutzen der ESI-Fonds für Sachsen-Anhalt noch anschaulicher darzustellen und das Erkunden der Erfolgsprojekte attraktiver für Besucherinnen und Besucher der Seite zu machen.
- Informationen zu den Fördervoraussetzungen sollten **anschaulicher und leicht verständlich** aufbereitet bereitgestellt werden z. B. in Form von FAQs, Tutorials oder Checklisten.

Webtexte

- Beibehaltung der übersichtlichen **Textformate** und stärkerer Fokus auf einen leicht verständlichen, möglichst wenig bürokratischen Sprachgebrauch.

Interaktionsmöglichkeiten

- Beibehalten der Möglichkeit zur Kontaktaufnahme. Ein **Feedback-Formular** kann tagesaktuell Aufschluss geben, wie zufrieden Nutzerinnen und Nutzer mit der Internetseite sind.

Vademecum

- Beibehaltung und weiterhin Aktualisierung des Vademecums.



Social Media

Erkenntnisse aus der Bewertung

- Die ESIF-Fonds verfügen aktuell über keinen eigenen Social-Media-Kanal. Das Land Sachsen-Anhalt nutzt jedoch die Kanäle Twitter, YouTube und Instagram.
- Von den aktuell genutzten Kanälen des Landes-Sachsen-Anhalt hat Twitter die größte direkte Reichweite.
- Die Kanäle YouTube und Instagram des Landes Sachsen-Anhalt haben jeweils nur eine begrenzte Anzahl an Abonnenten, die direkt über Beiträge erreicht werden.
- Insbesondere die sozialen Plattformen Xing und LinkedIn sind laut Begünstigten geeignet, potenziell Begünstigte für die ESIF-Fonds zu erreichen.



Empfehlungen zur Optimierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

- Die Nutzung eines eigenen Social-Media-Kanals für die ESIF-Fonds bietet sich eher nicht an. Es können jedoch die aktuell bestehenden **Kanäle des Landes Sachsen-Anhalt** für die ESIF-Fonds mit genutzt werden.
- **Twitter** bietet sich durch die hohe Abonnentenzahl aktuell am ehesten an, um Beiträge über die ESIF-Fonds zu teilen.
- **Inhalte**, die sich für Social Media anbieten würden, sind z. B. das Teilen von Erfolgsprojekten, Erfahrungen von Begünstigten sowie Erklärfilme/Tutorials zu den ESIF-Fonds.
- Es sollte geprüft werden, inwiefern die Plattformen **Xing und LinkedIn** durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF genutzt werden können, um potenziell Begünstigte, z. B. Unternehmen, zu erreichen. Hier bieten sich eine Verbindung mit Multiplikatoren an (Branchenverbände, regionale Wirtschaftsförderungen etc.)



Unterstützung bei der Umsetzung der verpflichtenden Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

Erkenntnisse aus der Bewertung

- Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF unterstützt die Begünstigten bei der Erfüllung der Kommunikationspflichten mit folgenden Angeboten:
 - Leitfaden zur Erläuterung der Pflichten
 - Bereitstellung der Vorlagen und Informationsmaterialien
 - Möglichkeit der direkten Kontaktaufnahme auf der Internetseite
- Die Unterstützungsangebote werden von den Begünstigten gut angenommen und gut bewertet und sind passgenau auf die Bedarfe der Begünstigten ausgestaltet.
- Mitunter herrscht leichte Verwirrung bezüglich der zu verwendenden Logos auf Seiten der Begünstigten (EFRE- bzw. ESF-Logo sowie zusätzliche Logos einzelner Förderprogramme oder Projektpartner).



Empfehlungen zur Optimierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen

- Beibehaltung der Unterstützung der Begünstigten durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF sowie die Möglichkeit zur **direkten Kontaktaufnahme**.
- Um mögliche Verwirrung seitens der Begünstigten in Bezug auf die Verwendung der **Logos** zu verhindern, sollte seitens der Verwaltung sichergestellt werden, dass die Begünstigten gut verständlich über die Vorgehensweise und die geltenden Vorschriften informiert werden.

6. ANHANG

ONLINE-BEFRAGUNG DER BEGÜNSTIGTEN (EFRE UND ESF)

BEWERTUNG DER INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSMAßNAHMEN, DIE DIE EU-VERWALTUNGSBEHÖRDE EFRE/ESF UMSETZT, UM POTENZIELL BEGÜNSTIGTE ZU ERREICHEN

Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF setzt verschiedene Informations- und Kommunikationsmaßnahmen um, um die Bekanntheit der EU-Förderung zu stärken. Im Rahmen dieser Befragung wollen wir Ihre Einschätzung zu den Kommunikationsmaßnahmen abfragen, die das Ziel verfolgen, **potenziell Begünstigte** zu erreichen, auf die Förderung aufmerksam zu machen und über die konkreten Fördermöglichkeiten zu informieren.

Potenziell Begünstigte: gemeint sind alle Personen, Organisationen und Institutionen, die sich für die Beantragung von Fördermitteln aus dem EFRE und/oder aus dem ESF interessieren oder interessieren könnten.

Sie als Zuwendungsempfänger(in), d.h. Begünstigte(r) können hier wichtige Erkenntnisse und Erfahrungen einbringen.

Veranstaltungen

Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF ist bei verschiedenen Veranstaltungen präsent.

1. Welche Veranstaltungsformate sind Ihrer Einschätzung und Ihrer Erfahrung nach geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen?

	Sehr gut geeignet	Eher gut geeignet	Eher nicht geeignet	Gar nicht geeignet	Kann ich nicht einschätzen
Allgemeine öffentlichen Veranstaltungen (z. B. ESIF- Informationsstand beim Sachsen-Anhalt-Tag oder sonstigen Volksfesten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Thematische Fachveranstaltungen (z. B. Fachkongresse oder – konferenzen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Haben Sie Verbesserungsvorschläge und Anregungen zur Durchführung von o-der Beteiligung an Veranstaltungen?

Welche Veranstaltungen/welche Formate könnten möglicherweise noch genutzt werden, um potenziell Begünstigte zu erreichen und über die Fördermöglichkeiten zu informieren?

Verteilung von Informationsmaterial

Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF verwendet unterschiedliche Informationsmaterialien, um potenziell Begünstigte über die Fördermöglichkeiten im EFRE bzw. ESF zu informieren.

3. Welche Informationsmaterialien sind Ihrer Einschätzung bzw. Ihrer Erfahrung nach geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen?

	Sehr gut geeignet	Eher gut geeignet	Eher nicht geeignet	Gar nicht geeignet	Kann ich nicht einschätzen
Newsletter (1x im Quartal)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESIF-Broschüre mit Informationen zu konkreten Projekten in allen Landkreisen als digitale Version	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Printversion des Flyers mit Informationen über die EU-Strukturfonds in Sachsen-Anhalt (ESIF-Flyer)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Digitale Version des Flyers mit Informationen über die EU-Strukturfonds in Sachsen-Anhalt (ESIF-Flyer)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Haben Sie Verbesserungsvorschläge und Anregungen zur Verteilung von Informationsmaterial?

Welche Formate/ welche Informationswege könnten darüber hinaus möglicherweise noch genutzt werden, um potenziell Begünstigte zu erreichen und über die Fördermöglichkeiten zu informieren?

Pressearbeit

5. Wie bewerten Sie die Pressearbeit der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF? Ist diese Form der Pressearbeit Ihrer Einschätzung und Ihrer Erfahrung nach geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen?

	Sehr gut geeignet	Eher gut geeignet	Eher nicht geeignet	Gar nicht gut geeignet	Kann ich nicht einschätzen
Veröffentlichung von Artikeln zu Beispielprojekten (EFRE/ESF-geförderte Vorhaben) in Zeitungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veröffentlichung von Pressemitteilungen mit EFRE/ESF-Bezug in Zeitungen (z.B. zu einem Wettbewerbsaufruf oder zum Inkrafttreten einer Förderrichtlinie)					
Veröffentlichung von Pressemitteilungen auf der Internetseite www.europa.sachsen-anhalt.de					
Veröffentlichung von Pressemitteilungen auf Twitter					

6. Haben Sie Verbesserungsvorschläge oder Anregungen in Bezug auf die Pressearbeit seitens der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF?

Welche Formate/welche Medien könnten möglicherweise noch genutzt werden, um potenziell Begünstigte zu erreichen und über die Fördermöglichkeiten zu informieren?

Werbemittel

Die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF nutzt verschiedene Werbemittel, um potenziell Begünstigte auf die EU-Förderung aufmerksam zu machen.

- 7. Ist Ihnen bekannt, dass die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF Werbemittel („Give-aways“, wie z.B. Schreibblöcke, Wandplaner etc.) zur Bewerbung der EU-Förderung einsetzt?**

Ja	<input type="radio"/>
Nein	<input type="radio"/>
Kann ich nicht einschätzen	<input type="radio"/>

- 8. Sind Werbemittel („Give-aways“) aus Ihrer Sicht geeignet, um die ESI-Fonds bei potenziell Begünstigten bekannt zu machen?**

Ja	<input type="radio"/>
Nein	<input type="radio"/>
Kann ich nicht einschätzen	<input type="radio"/>

- 9. Welche Werbemittel sind Ihrer Einschätzung nach besonders geeignet, um potenziell Begünstigte zu erreichen?**

--

Internetseite

10. Wie bewerten Sie die Gestaltung sowie den Inhalt der Rubrik „ESI-Fonds in Sachsen-Anhalt“ auf der Internetseite (www.europa.sachsen-anhalt.de)?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme gar nicht zu	Kann ich nicht einschätzen
Die gegenwärtige Ge- staltung der Internet- seite ist ansprechend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relevante Informationen über konkrete Förder- möglichkeiten sind leicht auffindbar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationen über kon- krete Fördermöglichkei- ten sind verständlich aufbereitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Allgemeine Informa- tionen über die Europä- ischen Struktur- und Investitionsfonds in Sachsen-Anhalt sind anschaulich aufbereitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Welche Inhalte fehlen Ihnen auf der Internetseite? Zu welchen Themen würden Sie gerne mehr auf der Internetseite lesen?

Social Media

12. Für wie geeignet halten Sie Social Media Kanäle, um potenziell Begünstigte über die EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu informieren?

	Sehr gut geeignet	Eher gut geeignet	Eher nicht geeignet	Überhaupt nicht geeignet	Kann ich nicht einschätzen
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Xing/LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige, und zwar: _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Haben Sie Anregungen in Bezug auf die Nutzung von Social Media Kanälen, um potenziell Begünstigte zu erreichen?

14. Haben Sie weitere Vorschläge oder Anregungen zu Informations- und Kommunikationsmaßnahmen für potenziell Begünstigte, die Sie in den bisherigen Fragen noch nicht einbringen konnten?

BEWERTUNG DER INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSMAßNAHMEN, DIE DIE EU-VERWALTUNGSBEHÖRDE EFRE/ESF UMSETZT, UM DEN BEKANNTHEITSGRAD DER EU-FÖRDERUNG IN DER BREITEN ÖFFENTLICHKEIT ZU STEIGERN

Neben der Information von potenziell Begünstigten, soll im Rahmen der Kommunikationsarbeit der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF auch die **Bekanntheit der EU-Förderung in Sachsen-Anhalt** gesteigert werden. Die Ziele und Inhalte der EU-Förderung und insbesondere der daraus resultierende **Mehrwert für das Land und die Bevölkerung** sollen sichtbar und erfahrbar gemacht werden.

Wir bitten Sie daher nun um Ihre Bewertung der Eignung der umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, um die breite Öffentlichkeit zu erreichen und die Bekanntheit der EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu steigern.

Mit „**breiter Öffentlichkeit**“ ist hier die Gesamtheit aller Bürgerinnen und Bürger in Sachsen-Anhalt gemeint, unabhängig davon, ob sie potenzielles Interesse an Zuwendungen aus EU-Mitteln haben oder bisher mit der EU-Förderung in Berührung gekommen sind.

15. Welche Kommunikationsmaßnahmen sind aus Ihrer Sicht am besten geeignet , um die breite Öffentlichkeit zu erreichen und die Bekanntheit der EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu steigern?

Bitte wählen Sie die **drei Kommunikationsmaßnahmen** aus, die aus Ihrer Sicht am besten geeignet sind.

Allgemeine öffentlichen Veranstaltungen (z. B. ESIF-Informationsstand beim Sachsen-Anhalt-Tag oder sonstigen Volksfesten)	<input type="checkbox"/>
Thematische Fachveranstaltungen (z. B. Fachkongresse oder -konferenzen)	<input type="checkbox"/>
Newsletter	<input type="checkbox"/>
Printversion des Flyers mit Informationen über die EU-Strukturfonds in Sachsen-Anhalt (ESIF-Flyer)	<input type="checkbox"/>
Digitale Version des Flyers mit Informationen über die EU-Strukturfonds in Sachsen-Anhalt (ESIF-Flyer)	<input type="checkbox"/>
ESIF-Broschüre mit Informationen zu konkreten Projekten in allen Landkreisen als digitale Version	<input type="checkbox"/>
Veröffentlichung von Artikeln zu Beispielprojekten (EFRE/ESF-geförderte Vorhaben) in Zeitungen	<input type="checkbox"/>
Veröffentlichung von Pressemitteilungen mit EFRE/ESF-Bezug in Zeitungen (z.B. zu einem Wettbewerbsaufruf oder zum Inkrafttreten einer Förderrichtlinie)	<input type="checkbox"/>
Werbemittel (Give aways)	<input type="checkbox"/>
Informationen auf der Internetseite www.europa.sachsen-anhalt.de	<input type="checkbox"/>
Social Media Kanäle wie z.B. Facebook, Twitter, Xing etc.	<input type="checkbox"/>
Sonstige, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>
Kann ich nicht einschätzen	<input type="checkbox"/>

15.1. Welcher Social Media Kanal ist Ihrer Einschätzung nach besonders gut geeignet, um die breite Öffentlichkeit zu erreichen und die Bekanntheit der EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu steigern?

Facebook	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>
Xing/LinkedIn	<input type="radio"/>
Sonstige, und zwar: _____	<input type="radio"/>
Kann ich nicht einschätzen	<input type="radio"/>

16. Haben Sie weitere Vorschläge oder Anregungen zu Informations- und Kommunikationsmaßnahmen um die breite Öffentlichkeit zu erreichen und die Bekanntheit der EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu steigern?

--

EINSCHÄTZUNG DES AUFWANDES FÜR DIE ERFÜLLUNG IHRER INFORMATIONSD- UND KOMMUNIKATIONSPFLICHTEN

Im Folgenden bitten wir Sie um Ihre Einschätzung bezüglich des Aufwandes, den die Erfüllung der vorgegebenen Informations- und Kommunikationspflichten für Sie als Zuwendungsempfänger mit sich bringt.

17. Wie schätzen Sie den Aufwand für die Erfüllung Ihrer Informations- und Kommunikationspflichten ein? Bitte erläutern Sie Ihre Einschätzung.

	Der zeitliche / finanzielle Aufwand ist in Relation zu den erhaltenen Fördermitteln sehr gering	Der zeitliche / finanzielle Aufwand ist in Relation zu den erhaltenen Fördermitteln eher gering	Der zeitliche / finanzielle Aufwand ist in Relation zu den erhaltenen Fördermitteln eher hoch	Der zeitliche / finanzielle Aufwand ist in Relation zu den erhaltenen Fördermitteln sehr hoch	<i>Kann ich nicht einschätzen</i>
Verwendung des EU-Förderhinweises bei allen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anbringen eines Plakats / einer Hinweistafel / eines Schildes mit Informationen zum Projekt und Hinweis auf die Förderung durch die EU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Falls Webseite vorhanden:</i> Hinweis auf die Förderung durch die EU sowie kurze Beschreibung des Vorhabens auf der Webseite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

UNTERSTÜTZUNG ZUR ERFÜLLUNG DER INFORMATIONSPFLICHTEN UND KOMMUNIKATIONSPFLICHTEN

Um Ihnen die Umsetzung Ihrer Informations- und Kommunikationspflichten zu erleichtern, bietet die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF verschiedene Unterstützungsangebote auf der Internetseite (www.europa.sachsen-anhalt.de).

Diese sind:

- Bereitstellung eines Leitfadens zur Erläuterung der Informations- und Kommunikationspflichten
- Bereitstellung von Vorlagen für Informationsmaterialien (z.B. Logo, Plakate, Präsentationen)
- Kontaktaufnahme über Kontaktformular auf der Internetseite, um Rückfragen zu beantworten

18. Wie bewerten Sie den Nutzen des Leitfadens zur Erläuterung der Informations- und Kommunikationspflichten?

	Der Nutzen ist sehr hoch (ist verständlich und zeigt klar auf, was zu tun ist)	Der Nutzen ist eher hoch (ist relativ gut verständlich und weitgehend praxisnah)	Der Nutzen ist eher gering (ist weniger gut verständlich und eher nicht praxisnah)	Der Nutzen ist sehr gering (ist schwer zu verstehen, und nicht praxisnah)	<i>Kann ich nicht einschätzen</i>
Leitfaden zur Erläuterung der Informations- und Kommunikationsvorschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. In welchem Format nutzen Sie den Leitfaden zur Erläuterung der Informations- und Kommunikationspflichten bzw. welches Format würden Sie eher nutzen?

Online verfügbare Download-Version	<input type="radio"/>
Kostenfrei bestellbares Printexemplar	<input type="radio"/>
Beide Formate	<input type="radio"/>
Kann ich nicht einschätzen	<input type="radio"/>

20. Wie bewerten Sie den Nutzen der Bereitstellung von Vorlagen für Informationsmaterialien?

	Der Nutzen ist sehr hoch (sehr hilfreich und unmittelbar anwendbar)	Der Nutzen ist eher hoch (eher hilfreich und relativ gut auf meinen Fall anwendbar)	Der Nutzen ist eher gering (weniger hilfreich, muss relativ stark auf meinen konkreten Fall angepasst werden)	Der Nutzen ist sehr gering (nicht hilfreich, muss stark auf meinen konkreten Fall angepasst werden)	<i>Kann ich nicht einschätzen</i>
Bereitstellung von Vorlagen für Informationsmaterialien (z.B. Logo, Plakate, Präsentationen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Wie bewerten Sie den Nutzen der Möglichkeit zur direkten Kontaktaufnahme über das Kontaktformular auf der Internetseite?

	Der Nutzen ist sehr hoch (sehr hilfreich)	Der Nutzen ist eher hoch (eher hilfreich)	Der Nutzen ist eher gering (weniger hilfreich)	Der Nutzen ist sehr gering (nicht hilfreich)	<i>Kann ich nicht einschätzen</i>
Direkte Kontaktaufnahme über Kontaktformular auf der Internetseite, um Rückfragen zu klären	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Könnten die Unterstützungsangebote der EU-Verwaltungsbehörde aus Ihrer Sicht noch verbessert werden? Wenn ja, inwiefern?

Leitfaden zur Erläuterung der Informations- und Kommunikationsvorschriften	
Bereitstellung von Vorlagen für Informationsmaterialien (z.B. Logo, Plakate, Präsentationen) auf der Internetseite	
Direkte Kontaktaufnahme via Kontaktformular auf der Internetseite	

23. Welche zusätzliche Form der Unterstützung durch die EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF wünschen Sie sich?

--

EINLADUNG ZUM WORKSHOP

Um die Erkenntnisse aus der Bewertung zu diskutieren, wird im Februar ein Workshop mit der EU-Verwaltungsbehörde EFRE/ESF sowie mit einigen Begünstigten stattfinden.

Ziel des Workshops ist es, die Erkenntnisse offen zu diskutieren und konkrete Ansatzpunkte zu identifizieren, um die Kommunikationsarbeit noch weiter zu verbessern und die Bekanntheit der EU-Förderung in Sachsen-Anhalt zu steigern.

Wir laden Sie herzlich dazu ein, an diesem Workshop teilzunehmen!

Der Workshop wird voraussichtlich Ende Februar 2020 in Magdeburg stattfinden (wochentags, ca. 2-3 Stunden).

Wenn Sie Interesse haben und wir mit weiteren Informationen und einem konkreten Terminvorschlag auf Sie zukommen dürfen, klicken Sie bitte [hier](#)

ABSCHLUSSTEXT

Sie haben nun das Ende der Befragung erreicht. Zum Schließen der Befragung klicken Sie bitte auf „Fertig stellen“.

Wir bedanken uns herzlich für Ihre Teilnahme und die Hinweise, die Sie uns damit gegeben haben.

An dieser Stelle haben Sie die Möglichkeit, den Fragebogen samt Ihrer Antworten auszudrucken. Bitte klicken Sie hierzu auf das folgende Druckersymbol.

„BEFRAGUNG IN DER BEFRAGUNG“: KONTAKTDATENABFRAGE BEI INTERESSE AN WORKSHOP

Wir freuen uns sehr über Ihr Interesse an der Teilnahme am Workshop zur Diskussion unserer Erkenntnisse sowie zur gemeinsamen Erarbeitung von konkreten Ansatzpunkten, um die Kommunikationsarbeit noch weiter zu verbessern.

Bitte geben Sie hier Ihre Kontaktdaten an, wir werden dann mit weiteren Informationen auf Sie zukommen.

Herzlichen Dank!

Name	
Vorname	
Institution	
E-Mailadresse	
Telefonnummer	
Fonds	
Themenfeld Ihres EFRE/ESF-Projekts	Umwelt- und Klimaschutz Energieeffizienz Stadt- und Stadtumlandentwicklung Forschung und Innovation Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen Bildung und Lebenslanges Lernen Informations- und Kommunikationstechnologien Arbeitsmarkt Bekämpfung von Armut Sonstiges

Datenschutzhinweis: Ihre Angaben werden getrennt von den Antworten in der Befragung gespeichert.

KONTAKT:

Name Marnie von Fritsch
Position Beraterin

T 040 30 20 20-173
M 0152 53210473
Marnie.vonfritsch@ramboll.com



SACHSEN-ANHALT



EUROPÄISCHE UNION
ESIF
Europäische Struktur- und
Investitionsfonds

**HIER INVESTIERT EUROPA
IN DIE ZUKUNFT UNSERES LANDES.**

www.europa.sachsen-anhalt.de