



Arbeit und berufliche Bildung

Europäischer Sozialfonds

## **ESF in Bayern - Wir investieren in Menschen**

### **Kommunikationsplan**

**gemäß Art. 2 VO (EG) 1828/2006  
für das operationelle ESF-Programm**

**Zukunft in Bayern, Europäischer Sozialfonds,  
Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung,  
Bayern 2007-2013**

CCI: 2007DE052PO002



Europäische Union  
Europäischer Sozialfonds



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung und Rechtsgrundlagen</b>	<b>3</b>
<b>2. Ziele und Zielgruppen der Kommunikationsstrategie</b>	<b>4</b>
2.1. Bekanntmachung des operationellen ESF-Programms, des ESF sowie der Rolle der EU	4
2.2. Verbesserung der Identifikation der Bürger mit der Europäischen Union	4
2.3. Verknüpfung von Arbeitsmarkt- und Integrationspolitik mit dem ESF	5
2.4. Schaffung eines positiven ESF-Image und Steigerung des Bekanntheitsgrads des ESF	5
2.5. Sicherstellung einer umfassenden Transparenz über die Programminhalte und Maßnahmen	5
2.6. Zielgruppen	6
a) (Potentielle) Förderempfänger	6
b) Breite Öffentlichkeit	6
c) Informationsmultiplikatoren i.S. Art. 5 Abs. 3 VO (EG) Nr. 1828/2006	6
d) Behörden	7
2.7. Zielgruppenorientierung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen	7
<b>3. Kommunikationsstrategie</b>	<b>8</b>
3.1. Analyse der im Förderzeitraum 2000-2006 ergriffenen Kommunikationsmaßnahmen	8
3.2. Gezielte Planung der Kommunikationsmaßnahmen	11
3.3. Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen	12
3.4. Analyse und Bewertung der durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen (Evaluation)	13
3.5. Anpassung und Korrektur bzw. Neuausrichtung der Kommunikation	13
<b>4. Maßnahmenpakete der ESF-Kommunikationsstrategie</b>	<b>13</b>
<b>5. Zeitplan für die Informations- und Publizitätsmaßnahmen</b>	<b>17</b>
<b>6. Optische Gestaltung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen</b>	<b>18</b>
<b>7. Ausgewählte bereits erfolgte größere Informations- und Publizitätsmaßnahmen</b>	<b>18</b>
<b>8. Indikativer Finanzplan für Informations- und Publizitätsmaßnahmen</b>	<b>19</b>
<b>9. Informations- und Publizitätsbeauftragte</b>	<b>19</b>
<b>10. Evaluierung und Monitoring, Bewertungskriterien</b>	<b>20</b>
10.1. Output- und Ergebnisindikatoren zur Begleitung und Bewertung	20
10.2. Durchführung von Befragungen	24
10.3. Evaluierung und Monitoring	25

## **1. Einleitung und Rechtsgrundlagen**

Die Verwaltungsbehörde erstellt den Kommunikationsplan für das operationelle ESF-Programm im Ziel regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung und übermittelt diesen der Kommission innerhalb von vier Monaten nach Genehmigung des operationellen Programms. Das operationelle ESF-Programm Zukunft in Bayern, Europäischer Sozialfonds, Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung, Bayern 2007-2013 wurde am 6. November 2007 von der EU-Kommission genehmigt.

Die Verwaltungsbehörde informiert gemäß Art. 69 VO (EG) Nr. 1083/2006, Art. 2 ff VO (EG) Nr. 1828/2006 über das operationelle ESF-Programm und die Vorhaben und sorgt für deren Bekanntmachung. Die Verwaltungsbehörde gewährleistet, dass die Informations- und Publizitätsmaßnahmen entsprechend dem Kommunikationsplan durchgeführt werden, und dass sie auf die größtmögliche Reichweite der Medien unter Nutzung unterschiedlicher Kommunikationsformen und –verfahren auf der geeigneten Gebietsebene abzielen.

Der Kommunikationsplan wird nach Maßgabe der

- VO (EG) Nr. 1083/2006 des Rates vom 11. Juli 2006 mit allgemeinen Bestimmungen über den Fonds für regionale Entwicklung, den Europäischen Sozialfonds und den Kohäsionsfonds und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 1260/1999

sowie der

- Verordnung (EG) Nr. 1828/2006 der Kommission vom 8. Dezember 2006 zur Festlegung von Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EG) Nr. 1083/2006 des Rates mit allgemeinen Bestimmungen über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, den Europäischen Sozialfonds und den Kohäsionsfonds und der Verordnung (EG) Nr. 1080/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung

erstellt.

Der Kommunikationsplan enthält gemäß Art. 2 Abs. 2 VO (EG) Nr. 1828/2006 Angaben zu

- a) den Zielen und Zielgruppen;
- b) der Strategie und dem Inhalt der Informations- und Publizitätsmaßnahmen, die vom Mitgliedstaat oder der Verwaltungsbehörde durchzuführen und auf potenzielle Begünstigte, Begünstigte und die Öffentlichkeit ausgerichtet sind, unter Berücksichtigung des Mehrwerts der Gemeinschaftsintervention auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene;
- c) dem indikativen Budget für die Durchführung des Plans;

- d) den für die Durchführung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen verantwortlichen Verwaltungsstellen oder Einrichtungen;
- e) der Art und Weise, in der die Informations- und Publizitätsmaßnahmen in Bezug auf Sichtbarkeit und Bekanntheitsgrad der operationellen Programme sowie die Rolle der Gemeinschaft bewertet werden.

## **2. Ziele und Zielgruppen der Kommunikationsstrategie**

### **2.1. Bekanntmachung des operationellen ESF-Programms, des ESF sowie der Rolle der EU**

Die Inhalte des operationellen ESF-Programms, mit dem in Bayern zahlreiche unterschiedliche Aktionen im Bereich des Arbeitsmarkts und zur Integration ins Erwerbsleben durchgeführt werden, sollen insgesamt in der breiten Öffentlichkeit und bei den potentiell und tatsächlich Begünstigten und Teilnehmenden bekannter werden. Sichtbarkeit und Bekanntheitsgrad des operationellen ESF-Programms sollen gesteigert werden. In diesem Zusammenhang soll die Rolle des ESF als das europäische Finanzinstrument zur Umsetzung der Europäischen Beschäftigungsstrategie und zur Unterstützung der Lissabon-Strategie (Vollbeschäftigung, Verbesserung der Arbeitsplatzqualität und der Arbeitsproduktivität sowie Stärkung des sozialen Zusammenhalts) verdeutlicht werden.

Insgesamt soll die Rolle der Gemeinschaft hervorgehoben und über Ziele, Aufgaben und Funktionen informiert werden. Es gilt zu vermitteln, dass die EU die Menschen unterstützt, eine Arbeit zu finden und ihnen hilft, sich an die Anforderungen einer sich verändernden Arbeitswelt anzupassen. Der europäische Mehrwert und die konkreten Vorteile von Gemeinschaftsmaßnahmen sollen aufgezeigt werden.

Unter Berücksichtigung der Kommunikationsstrategie der EU sollen die Kenntnisse über die EU und ihre Initiativen ausgeweitet werden. Die Rolle der Gemeinschaft bei der Förderung der Wettbewerbsfähigkeit, der Schaffung von Arbeitsplätzen und der Stärkung des sozialen Zusammenhalts ist zu betonen.

### **2.2. Verbesserung der Identifikation der Bürger mit der Europäischen Union**

Die Gemeinschaft verfolgt eine neue Kommunikationsstrategie, bei der das Schwergewicht der Öffentlichkeitsstrategie im Dialog und der Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern liegt. Das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger in die Europäische Union als politisches System soll gestärkt und ein Zusammengehörigkeitsgefühl soll geschaffen werden. Gerade diese Zielsetzung einer möglichst aktiven Kommunikation mit den Bürgern soll durch Maßnahmen des bayerischen Kommunikationsplans, wie z.B. Veranstaltungen für die breite Öffentlichkeit, unterstützt und gefördert werden. In diesem Zusammenhang ist

auch die positive und bewährte partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen der Europäischen Union und Bayern zu unterstreichen und den Bürgern zu verdeutlichen.

### 2.3. Verknüpfung von Arbeitsmarkt- und Integrationspolitik mit dem ESF

Ziel ist es, dass die durch den ESF kofinanzierten Maßnahmen der Arbeitsmarkt- und Integrationspolitik in Bayern, die die Steigerung der Anpassungs- und Wettbewerbsfähigkeit von Beschäftigten und Unternehmen, die Verbesserung des Humankapitals oder die Verbesserung des Zugangs zu Beschäftigung sowie der sozialen Eingliederung beinhalten, stets in Verbindung mit dem Europäischen Sozialfonds gebracht werden. Dazu sollte eine größere Breitenwirkung und ein höherer Bekanntheitsgrad des ESF erzielt werden. Der breiten Öffentlichkeit ist zu vermitteln, welche Projekte mit Mitteln der Europäischen Union kofinanziert werden.

### 2.4. Schaffung eines positiven ESF-Image und Steigerung des Bekanntheitsgrads des ESF

Es gilt ein positives Image aufzubauen, indem insbesondere die Erfolge der mit ESF-Mitteln kofinanzierten Projekte herausgearbeitet werden. Das Thema ESF sollte positiv und unverwechselbar besetzt werden. Für die Verbreitung dieses positiven Images ist bei den an der Umsetzung des operationellen Programms beteiligten Akteuren ein hohes Maß an Identifikation mit den Zielen des ESF erforderlich. Durch eine einheitliche Verwendung des Slogans **ESF in Bayern - Wir investieren in Menschen** in Verbindung mit dem Emblem der Europäischen Union und den Hinweis auf den Europäischen Sozialfonds bei allen kommunikationsrelevanten Maßnahmen (z.B. in Broschüren, bei Redetexten etc.) soll der Bekanntheitsgrad des ESF gesteigert werden. Der Slogan soll, ähnlich wie bei einem Markennamen, sinnbildhaft verdeutlichen, was der ESF ist und welche Projekte damit finanziert werden.

### 2.5. Sicherstellung einer umfassenden Transparenz über die Programminhalte und Maßnahmen

Die Modalitäten und Voraussetzungen der ESF-Förderung sind gegenüber der Öffentlichkeit, den potentiell Begünstigten und den tatsächlich Begünstigten und Teilnehmenden transparent und verständlich darzustellen. Es ist herauszustellen, dass die Voraussetzungen für eine ESF-Förderung klar gesetzlich definiert sind und ausschließlich fachlich begründete Erwägungen für die Entscheidung über die Förderung maßgeblich sind. Die an der ESF-Umsetzung beteiligten Stellen müssen effizient, transparent und dienstleistungsorientiert handeln.

## 2.6. Zielgruppen

Hinsichtlich der Zielgruppen der Informations- und Publizitätsmaßnahmen wird zwischen folgenden vier Gruppen unterschieden:

### a) (Potentielle) Förderempfänger

- potentielle Begünstigte und tatsächlich Begünstigte  
Dies können sowohl Anbieter von ESF-Projekten als auch Einzelpersonen sein.
- Teilnehmer und Teilnehmerinnen an Projekten  
Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen erleben den ESF in seiner praktischen Umsetzung.
- Spezifische Zielgruppen von besonderer Bedeutung
  - Beschäftigte in kleinen und mittleren Unternehmen
  - Jugendliche
  - Frauen
  - Migranten
  - Langzeitarbeitslose

### b) Breite Öffentlichkeit

- Bürgerinnen und Bürger des Freistaates Bayern
- lokale, regionale und überregionale Medien (Presse, Rundfunk, Fernsehen)
- politische Entscheidungsträger aller Ebenen

### c) Informationsmultiplikatoren i. S. Art. 5 Abs. 3 VO (EG) Nr. 1828/2006

- Arbeitsverwaltung
- Arbeitsgemeinschaften
- Optionskommunen in Bayern
- Industrie- und Berufsverbände
- Wirtschafts- und Sozialpartner
- Nichtregierungsorganisationen
- Unternehmerverbände
- Bildungseinrichtungen
- Regionalvertretung der EU-Kommission in München.
- Mitglieder des ESF-Begleitausschuss, sowohl in ihrer Funktion als Mitglied im Begleitausschuss als auch in ihrer eigenständigen Funktion als relevanter Wirtschafts- und Sozialpartner, Verband oder Behörde. Die Mitglieder des Begleitausschusses sind in Art. 3 der Geschäftsordnung des Begleitausschusses zur Durchführung des operationellen Programms Zukunft in Bayern, Europäischer Sozialfonds, Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung, Bayern 2007-2013 aufgeführt.

Mit der Einbeziehung von Informationsmultiplikatoren wird die Breitenwirkung der Kommunikationsstrategie nachhaltig erhöht.

d) Behörden

- Ressorts, die an der Programmumsetzung beteiligt sind
- nachgeordnete Behörden
- Bewilligungsstellen

### 2.7. Zielgruppenorientierung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen

Die Kommunikationsmaßnahmen sollen je nach Zielgruppe inhaltlich unterschiedlich und zielgruppenorientiert ausgestaltet werden. Als spezifische Zielgruppen von besonderer Bedeutung sind im ESF-Programm Beschäftigte in kleinen und mittleren Unternehmen, Jugendliche, Frauen, Migranten und Langzeitarbeitslose erwähnt.

Für diese Zielgruppen werden neben klassischen und bewährten Informations- und Publizitätsmaßnahmen mit zielgruppenspezifischen Inhalten, wie z.B. Internetauftritt, Pressemitteilungen und Pressekonferenzen, Flyern und Veranstaltungen noch weitere Kommunikationsmaßnahmen ergriffen, die auf die einzelnen Personengruppen zugeschnitten werden. Von entscheidender Bedeutung ist hierbei die von der Verwaltungsbehörde strategisch geplante und gezielt gesteuerte Einbeziehung von Bildungsträgern und weiteren Akteuren im Bereich der Arbeitsmarkt- und Integrationspolitik. Diese zu beteiligenden Stellen verfügen über eine hohe Fachkompetenz, um eine zielgruppenorientierte Umsetzung des ESF zu ermöglichen.

Für die Zielgruppenorientierung werden einige spezifische Maßnahmen erwähnt:

- Qualifizierungsmaßnahmen für **Beschäftigte in kleinen und mittleren Unternehmen** werden beispielsweise über die Programme der Bayerischen Berufs- und Wirtschaftskammern und Unternehmerverbände bekannt gemacht.
- Im Bereich der Projekte für **Jugendliche** erfolgt die Bekanntmachung der ESF-Förderaktivitäten für das Programm „fit for work“ für die Betriebe ebenfalls über die zuständigen Kammern und Arbeitsagenturen. Für **besonders benachteiligte junge Menschen** erfolgt über die Arbeitsagenturen und bayerischen Kommunen eine Beratung, die eine Vermittlung zu den Projekten sicherstellt. Über die Projektträger erfolgt ebenfalls eine Information und Beratung. Im Bereich der Praxisklassen werden die Schüler an staatlichen Schulen über einen besonders qualifizierten Beratungslehrer informiert. Außerdem werden Informationen über die staatlichen Schulämter und bei Elternabenden weitergegeben.

- Die Bekanntmachung von spezifischen Qualifizierungsmaßnahmen zur Integration von **Migranten** in den ersten Arbeitsmarkt erfolgt nachhaltig über die Kooperation der Argen mit den Bildungsträgern.
- Die Argen und Optionskommunen informieren **Langzeitarbeitslose** über entsprechende Qualifizierungsmaßnahmen.
- Die Zielgruppe der **Frauen** wird u. a. über große Veranstaltungen und Kampagnen mit Inhalten zur gezielten Frauenförderung und Bewusstseinsförderung von Gleichstellungsaspekten (z.B. Gender Pay) erreicht.

Insgesamt gilt, dass die Bildungsträger, die die ESF-Maßnahmen umsetzen, ihrerseits zahlreiche Informations- und Publizitätsmaßnahmen unter Berücksichtigung der Zielgruppenadressierung, durchführen.

### **3. Kommunikationsstrategie**

#### 3.1. Analyse der im Förderzeitraum 2000-2006 ergriffenen Kommunikationsmaßnahmen

Die Ausgangssituation (Ist-Zustand) bezüglich der Informations- und Publizitätsmaßnahmen wird insbesondere unter dem Aspekt der Zielerreichung zu Sichtbarkeit und Bekanntheitsgrad des ESF und der Rolle der EU zu Beginn des ESF-Förderzeitraums 2007-2013 i.S. einer Stärken- und Schwächenanalyse wie folgt bewertet.

Zielgruppe	Stärken	Schwächen
Potentiell Begünstigte	Es besteht generell eine große Nachfrage an ESF-geförderten Projekten.	Der Bekanntheitsgrad des ESF und die Rolle der EU sind bei <b>potentiell Begünstigten</b> verbesserungswürdig. Der ESF-Förderbereich gilt als stark reglementiert und teilweise intransparent. Über die Rolle der EU bestehen ebenfalls eher oberflächliche Kenntnisse.
Tatsächlich Begünstigte	Der Bekanntheitsgrad des ESF und die Rolle der EU sind bei den <b>Begünstigten (Projektträgern)</b> positiv zu bewerten. Es ist festzustellen, dass die Nachfrage nach Möglichkeiten zur Umsetzung von ESF-Projekten sehr groß ist,	Die Informations- und Publizitätsmaßnahmen für tatsächlich Begünstigte könnten noch ausgeweitet werden.

	<p>was auf einen hohen Bekanntheitsgrad des ESF schließen lässt. Im Hinblick auf die Erfüllung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen durch die Begünstigten wurden positive Erfahrungen gemacht.</p>	
<p>Projektteilnehmer und Projektteilnehmerinnen</p>	<p>Der Bekanntheitsgrad des ESF und die Rolle der EU sind bei den <b>Projektteilnehmern</b> eher positiv zu bewerten. Dies gilt auch für die spezifischen Zielgruppen (Beschäftigte in kleinen und mittleren Unternehmen, Jugendliche, Frauen, Migranten, Langzeitarbeitslose).</p>	<p>Im Rahmen des Projekts erhalten die Teilnehmer grundsätzlich Informationen über den ESF und die Finanzierung des Projekts, die teilweise etwas zu kurz und zu allgemein gehalten waren.</p>
<p>Breite Öffentlichkeit</p>	<p>Nach den Ergebnissen einer von der Generaldirektion Kommunikation in Auftrag gegebenen Umfrage besteht ein hohes Interesse an EU-Angelegenheiten: lediglich 18% sind der Meinung, dass es für sie nicht wichtig ist, über EU-Angelegenheiten informiert zu werden.<sup>1</sup> 70% der EU-Bürger halten es für wichtig, eine bessere Kenntnis darüber zu bekommen, was die EU-Institutionen für ihre Bürger tun.<sup>2</sup></p>	<p>Nach den Ergebnissen einer von der Generaldirektion Kommunikation in Auftrag gegebenen Umfrage<sup>3</sup> sind 78% der europäischen Bürger mit der Struktur der EU nicht sonderlich vertraut. Die europäischen Bürger sind der Ansicht, dass die für sie über die EU verfügbare Information ungenügend ist. Beinahe zwei Drittel der Befragten sind der Ansicht, dass die durch die nationalen Medien über EU-</p>

<sup>1</sup> Flash Eurobarometer Serie Nr. 189a EU-Kommunikation und die Bürger Befragung der Bevölkerung, analytischer Bericht, Untersuchung: September 2006, The Gallup Organization Hungary, Seite 6

<sup>2</sup> Flash Eurobarometer Serie Nr. 189a EU-Kommunikation und die Bürger Befragung der Bevölkerung, analytischer Bericht, Untersuchung: September 2006, The Gallup Organization Hungary, Seite 7

<sup>3</sup> Flash Eurobarometer Serie Nr. 189a EU-Kommunikation und die Bürger Befragung der Bevölkerung, analytischer Bericht, Untersuchung: September 2006, The Gallup Organization Hungary, Seite 6

	<p>Die Projekte, die mit dem ESF finanziert werden, sind in der Öffentlichkeit bekannt.</p> <p>In den Medien erfolgt allgemein eine gute Berichterstattung über die EU.</p>	<p>Angelegenheiten bereitgestellten Informationen „nicht umfangreich genug“ sind.<sup>4</sup> Drei Viertel der europäischen Bürger sind der Ansicht, dass ihre Regierungen mehr und bessere Informationen über EU-Angelegenheiten bereit stellen sollten (73%). In Deutschland sind 76% kritisch eingestellt gegenüber der Leistung der Bundesregierung im Hinblick auf die Bereitstellung von EU-Informationen.<sup>5</sup></p> <p>Der Bekanntheitsgrad des ESF und die Rolle der EU sind bei <b>der breiten Öffentlichkeit (Bürger, Medien, politische Entscheidungsträger)</b> verbesserungswürdig. Der ESF ist als arbeitsmarktpolitisches Instrument wenig bekannt.</p>
Informationsmultiplikatoren	Die Informationsmultiplikatoren setzen Informations- und Publizitätsmaßnahmen um. Der ESF und die Rolle der EU sind bekannt.	Die Informationsmultiplikatoren könnten noch besser in die Gesamtstrategie der Informations- und Publizitätsmaßnahmen einbezogen werden.
Behörden	Der Bekanntheitsgrad des ESF und die Rolle der EU sind bei der Verwaltungsbehörde, den zwischengeschalteten Stellen und Förderreferaten im StMAS	Die einzelnen <b>Informations- und Publizitätsmaßnahmen</b> im Förderzeitraum 2000-2006 wurden nur bedingt Teil einer konsequenten übergeordneten

<sup>4</sup> Flash Eurobarometer Serie Nr. 189a EU-Kommunikation und die Bürger Befragung der Bevölkerung, analytischer Bericht, Untersuchung: September 2006, The Gallup Organization Hungary, Seite 7

<sup>5</sup> Flash Eurobarometer Serie Nr. 189a EU-Kommunikation und die Bürger Befragung der Bevölkerung, analytischer Bericht, Untersuchung: September 2006, The Gallup Organization Hungary, Seite 8

	<p>positiv zu bewerten.</p> <p>Es wurden bereits im Förderzeitraum 2000-2006 zahlreiche und verschiedenartige <b>Informations- und Publizitätsmaßnahmen</b> durchgeführt. Die Maßnahmen waren inhaltlich sehr hochwertig und wurden von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen sehr gut aufgenommen.</p> <p>Der Internetauftritt der Verwaltungsbehörde wurde im Förderzeitraum 2000-2006 konsequent aufgebaut und verbessert. Die Resonanz als Informationsmedium ist sehr gut und wird nach den bisherigen Erfahrungen immer wichtiger.</p>	<p>Informationsstrategie.</p> <p>Die einzelnen Maßnahmen wurden unabhängig voneinander durchgeführt und nicht zielgerichtet inhaltlich miteinander verbunden. Die Zahl der durchzuführenden Informations- und Publizitätsmaßnahmen könnte noch gesteigert werden.</p>
--	--	---

### 3.2. Gezielte Planung der Kommunikationsmaßnahmen

Es wird ermittelt, in welchen Förderaktivitäten ein erhöhter Bedarf an Kommunikationsmaßnahmen besteht. Die Planung der Kommunikationsmaßnahmen erfolgt für einen Zeitraum von 12 Monaten im Voraus. Die Verwaltungsbehörde steuert die ESF-Kommunikationsstrategie für den ESF in Bayern. Die Verwaltungsbehörde stimmt mit den zwischengeschalteten Stellen auf Ressortebene die beabsichtigten Kommunikationsmaßnahmen in regelmäßigen Abständen ab, mit dem Ziel der Vereinheitlichung der Kommunikationsstrategie.

Bei den Kommunikationsmaßnahmen werden die einzelnen Förderaktivitäten grundsätzlich entsprechend ihrem finanziellen Volumen, durch welches die Schwerpunktsetzung der ESF-Förderung in Bayern zum Ausdruck kommt, berücksichtigt. Die inhaltlichen Schwerpunkte der ESF-Förderung werden über die Reichweite und Intensität der Informations- und Publizitätsmaßnahmen unterstrichen.

Die Kommunikationsmaßnahmen werden bayernweit und in allen Regionen durchgeführt. Die Belange der einzelnen Regionen sind ebenfalls bei der Wahl und Ausgestaltung der

Informations- und Publizitätsmaßnahmen zu berücksichtigen. In den Grenzregionen sind beispielweise die problematische Altersstruktur und die höheren Arbeitslosenquoten bedeutende Belange, die sowohl bei der Ausgestaltung der Projekte als auch bei der Kommunikationsstrategie zu berücksichtigen sind. Mit Programmfortschritt ist darauf zu achten, dass in Regionen in denen unterdurchschnittlich viele Projekte durchgeführt werden, vermehrt Informations- und Publizitätsmaßnahmen ergriffen werden.

Der Programmfortschritt bei einzelnen Förderaktivitäten ist ebenfalls bei der Planung zu berücksichtigen. In Förderaktivitäten, in denen die zur Verfügung stehenden Mittel kaum ausgeschöpft sind, erfolgt eine intensivere Planung und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen.

Die Kommunikationsmaßnahmen des operationellen ESF-Programms werden zielgruppenspezifisch (Begünstigte, potentiell Begünstigte und Öffentlichkeit) durchgeführt. Um den Charakter einer Gesamtstrategie für den ESF in Bayern in den Vordergrund zu stellen, werden auch Kommunikationsmaßnahmen geplant, bei denen sich unter der Verantwortung der Verwaltungsbehörde möglichst viele mit der ESF Umsetzung beteiligte Akteure beteiligen.

Die Verwaltungsbehörde bezieht in den Informationsfluss über den ESF Informationsmultiplikatoren ein, um die Informationen einer größeren Öffentlichkeit bekannt zu machen. Die Informationsmultiplikatoren sollen unter Berücksichtigung der von der Verwaltungsbehörde geplanten ESF-Kommunikationsstrategie im Rahmen ihrer eigenständig umzusetzenden Informations- und Publizitätsmaßnahmen Informationen über den ESF und die Rolle der Gemeinschaft weiter in die Fläche verbreiten.

Neben der kurzfristigen zeitraumbezogenen Planung der Maßnahmen wird für die Kommunikationsstrategie ein orientierender Zeitplan über die gesamte Förderperiode erarbeitet.

Bei der Planung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen werden im Vorfeld bereits Indikatoren festgelegt.

### 3.3. Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen

Die Informations- und Publizitätsmaßnahmen werden von der Verwaltungsbehörde zentral geplant, umgesetzt und gesteuert, um das Erreichen einer corporate identity für den ESF in Bayern zu fördern. Die Verwaltungsbehörde ist für die Maßnahmen der Information und Publizität gegenüber der EU-Kommission verantwortlich. Die Verwaltungsbehörde stimmt sich bei der Planung und Umsetzung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen

regelmäßig mit den an der Programmumsetzung beteiligten Akteuren (zwischengeschaltete Stellen und Förderreferate des StMAS) ab. Diese setzen die sie betreffenden Informations- und Publizitätsmaßnahmen eigenverantwortlich um. Soweit dies für die effiziente Umsetzung der Kommunikationsstrategie nützlich und zweckmäßig ist, werden in Einzelfällen gezielt professionelle Agenturen u.ä. eingeschaltet. Über die einzelnen durchgeführten Informations- und Publizitätsmaßnahmen soll ein kurzer Ergebnisbericht unter Berücksichtigung von Indikatoren gefertigt werden.

#### 3.4. Analyse und Bewertung der durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen (Evaluation)

Die durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen werden jeweils anhand von Output- und Ergebnisindikatoren analysiert und bewertet (siehe Punkt 10. Evaluierung und Monitoring, Bewertungskriterien). Über die einzelnen Kommunikationsmaßnahmen ist jeweils ein kurzer Ergebnisbericht zu fertigen und der Verwaltungsbehörde zu übermitteln.

#### 3.5. Anpassung und Korrektur bzw. Neuausrichtung der Kommunikation

Auf Initiative der Verwaltungsbehörde erfolgt aufgrund der Ergebnisse und Feststellungen der Analyse und Bewertung gegebenenfalls eine Anpassung und Korrektur der Kommunikationsstrategie bzw. möglicherweise eine umfassende Neuausrichtung der Kommunikationsstrategie. Aufgrund der begrenzten ESF-Mittel kann es dementsprechend zu einer Intensivierung oder zur Beendigung und Nichtweiterverfolgung einzelner Maßnahmen kommen.

### 4. Maßnahmenpakete der ESF-Kommunikationsstrategie

Die Informations- und Publizitätsmaßnahmen werden inhaltlich so aufeinander abgestimmt, dass eine maximale Steigerung der mit der Kommunikationsstrategie verfolgten Ziele erreicht wird. Je nach Zielgruppe der einzelnen Kommunikationsmaßnahmen sind diese inhaltlich unterschiedlich und zielgruppenorientiert auszugestalten. Als spezifische Zielgruppen von besonderer Bedeutung sind im ESF-Programm Beschäftigte in kleinen und mittleren Unternehmen, Jugendliche, Frauen, Migranten und Langzeitarbeitslose zu erwähnen.

Folgende Kommunikationsmaßnahmen sind im Förderzeitraum 2007-2013 geplant:

#### (1) Erarbeitung von Informationsmaterialien über das ESF-Programm

- ESF-Informationsbroschüre der Verwaltungsbehörde
- Informationsbroschüren zu einzelnen Förderaktivitäten des operationellen Programms

- Informationen zur Umsetzung des ESF: Verwaltungsvorschriften (Förderrichtlinien, Förderhinweise u.ä) zu einzelnen Förderaktivitäten, Merkblätter (z.B. zu Kosten und Finanzierung), Antragsformulare, Erläuterungen, Veröffentlichung der Darstellung der Verwaltungs- und Kontrollsysteme

Zielgruppen der dargestellten Informationsmaterialien sind je nach Inhalt (potentielle) Förderempfänger, die breite Öffentlichkeit, Informationsmultiplikatoren und Behörden

- Erstellung von ESF-Giveaways (z.B. Stifte, Mappen, Taschen, Bonbons), die bei Öffentlichkeitsaktionen verteilt werden.

## (2) Öffentlichkeitsaktionen

Es ist eine Vielzahl von unterschiedlichen Veranstaltungen geplant mit dem Ziel der Verbreitung von Informationen und der Vernetzung der Akteure (Networking).

- ESF-Auftaktveranstaltung im Jahr 2007, um den Start des neuen Förderzeitraums bekannt zu machen (größere Informationsaktion, mit der die Einleitung eines operationellen Programms bekannt gemacht wird gemäß Art 7 Nr. 2a VO (EG) 1828/2006)
- Jährliche Durchführung einer größeren überregionalen oder landesweiten Informationsaktion der Verwaltungsbehörde, in deren Rahmen mindestens die laufenden Ergebnisse des operationellen Programms vorgestellt werden (Art 7 Nr. 2b VO (EG) 1828/2006)

In der zweiten Jahreshälfte 2008 ist eine Veranstaltung geplant, die die Wirkung der Strukturfonds ESF und EFRE sowie des Fonds ELER darstellen sollen.

Zielgruppen der Aktion sind Verantwortungsträger aus dem Bereich der Kommunen, das sind die Bezirke, Landkreise, Städte und Gemeinden. Die Veranstaltung wird durch die Teilnahme maßgeblicher bayerischer Politiker auch eine breite Öffentlichkeitswirkung erreichen.

Zudem wird für den Bereich Nordbayern im Zusammenhang mit dem ESF-Begleitausschuss eine Medienaktion unternommen, in der über den bisherigen Stand der Umsetzung im neuen Förderzeitraum berichtet, über regional- und zielgruppenspezifische Aspekte der ESF-Förderung informiert sowie Projekte den Sozial- und Wirtschaftspartnern vorgestellt werden.

- Kleinere und mittlere zielgruppenspezifische (z.B. Beschäftigte in kleinen und mittleren Unternehmen, Jugendliche, Frauen, Migranten, Langzeitarbeitslose) und themenbezogene Veranstaltungen der Verwaltungsbehörde, der zwischengeschalteten Stellen und Förderreferate des StMAS
- Kleinere und mittlere regionalspezifische Veranstaltungen der Verwaltungsbehörde, zwischengeschalteten Stellen und Förderreferate des StMAS

- Information des ESF-Begleitausschusses (Art. 63 VO, Art. 65 (EG) 1083/2006) über den Kommunikationsplan und seinen Durchführungsstand, die durchgeführten Informations- und Publizitätsmaßnahmen und die eingesetzten Kommunikationsmittel. Die Mitglieder im ESF-Begleitausschuss i.S. Art. 63 VO (EG) 1083/2006 erhalten die zur Erfüllung ihrer gemäß Art. 65 VO (EG) 1083/2006 gesetzlich vorgeschriebenen Aufgaben erforderlichen Informationen. Im Begleitausschuss sollen darüber hinaus Verbesserungsmöglichkeiten der Kommunikation diskutiert werden.
- Bekanntmachung von Beispielen der ESF-Förderung (best practice) in Bayern

Zielgruppen der dargestellten Öffentlichkeitsaktionen sind je nach Inhalt (potentielle) Förderempfänger, die breite Öffentlichkeit und Informationsmultiplikatoren.

- (3) Einbeziehung der Presse, des Rundfunks und des Fernsehens in Informations- und Publizitätsmaßnahmen. Bei größeren Informationsaktionen und Veranstaltungen sollen bereits während der Planungsphase die Medien stärker einbezogen werden. Mit Vertretern der regionalen Presse und Medien sollen auch geeignete ESF-Projekte besichtigt werden, um insgesamt für eine Steigerung des Bekanntheitsgrads des ESF zu sorgen. Anlassbezogen werden Pressekonferenzen durchgeführt. Bei dem Medieneinsatz wird gezielt auf regionale und lokale Maßnahmen abgestellt, da dort mit ausführlicheren Berichten über den ESF zu rechnen ist.
- (4) Information der Beteiligten über die Finanzierung eines Vorhabens durch den ESF durch den Begünstigten. Der Begünstigte gibt einen deutlichen Hinweis darauf, dass das durchgeführte Projekt im Rahmen des operationellen ESF-Programms ausgewählt wurde. Alle Unterlagen und insbesondere alle Teilnahmebestätigungen und Bescheinigungen im Zusammenhang mit einem solchen Vorhaben enthalten die Angabe, dass das Projekt aus dem ESF kofinanziert wurde. Der Begünstigte hat dem Bewilligungsbescheid entsprechend die Publizitäts- und Informationsverpflichtungen einzuhalten. Im Sachbericht eines Projekts ist über Informations- und Publizitätsmaßnahmen zu berichten.
- (5) Einführende Information der Projektteilnehmer über den ESF (Bestandteil der Curricula). Die Teilnehmer von ESF-Projekten werden in mindestens einer Unterrichtseinheit über Voraussetzungen und Ziele der ESF-Förderung informiert. Die Verwaltungsbehörde liefert in Abstimmung mit den zwischengeschalteten Stellen auf Ressortebene Informationen zu Mindestinhalten der Unterrichtseinheit. Bei Kurzprojekten, wie z.B. der

überbetrieblichen Lehrlingsunterweisung (ÜLU) ist eine Informationsbroschüre auszuhändigen.

- (6) Anbringen der Flagge der Europäischen Union während einer Woche im Jahr (beginnend mit dem 9. Mai) vor den Dienstgebäuden der Verwaltungsbehörde (Art 7 Nr. 2c VO (EG) 1828/2006)
- (7) Veröffentlichung eines Verzeichnisses der Begünstigten, der Bezeichnung der Vorhaben und des Betrags der für die Vorhaben bereitgestellten öffentlichen Beteiligungen in elektronischer oder anderer Form (Art 7 Nr. 2d VO (EG) 1828/2006). In dem Verzeichnis sind der Betrag der bewilligten Mittel und der nach Abschluss des Vorhabens tatsächlich bezahlte Betrag zu veröffentlichen. Die an einer ESF-Maßnahme teilnehmenden Personen werden nicht namentlich genannt.
- (8) Einheitliche Verwendung des Slogans: **ESF in Bayern – Wir investieren in Menschen** in Verbindung mit dem Emblem der Europäischen Union und den Hinweis auf den Europäischen Sozialfonds bei allen kommunikationsrelevanten Maßnahmen mit Ausnahme von kleinem Werbematerial i.S. Art. 9 VO (EG) 1828/2006. Der Slogan umschreibt mit wenigen Worten, was der ESF ist: Ein Instrument der Arbeitsmarktförderung und der Integration, bei dem im Zentrum die Menschen stehen. Menschen, die gefördert werden, damit sie am Arbeitsmarkt bestehen können.
- (9) Internetpräsenz  
Die Verwaltungsbehörde hat eine neue ESF-Internetadresse [www.esf2007-2013.bayern.de](http://www.esf2007-2013.bayern.de) eingerichtet. Über diese Internetadresse ist ein Link zu den Internetauftritten der an der Programmumsetzung beteiligten zwischengeschalteten Stellen vorgesehen. Die Internetseiten der an der Programmumsetzung beteiligten zwischengeschalteten Stellen enthalten ebenfalls einen Link auf die neue Internetadresse der Verwaltungsbehörde.  
Im Internetauftritt der Verwaltungsbehörde sollen Informationen über die Grundlagen der Förderung mit entsprechenden Grundlagentexten zum Download zur Verfügung gestellt werden. Begünstigte, potentielle Begünstigte und die Öffentlichkeit sollen einen Überblick über die Ansprechpartner der ESF-Förderung erhalten. Ergänzend sollen Darstellungen über best practice Beispiele und über den Stand der Förderung (z.B. Veröffentlichung der Jahresberichte, Ergebnisberichte oder Evaluierungen des Programms und seiner Aktivitäten) veröffentlicht werden. Außerdem werden neue Entwicklungen im Bereich der ESF-Förderung und Informationen zu Veranstaltungen dargestellt.  
Im Internetauftritt sind Links auf die Internetseiten der Europäischen Union vorgesehen.

Die Internetauftritte der an der Programmumsetzung beteiligten zwischengeschalteten Stellen sollen für ihren Zuständigkeitsbereich ebenfalls wichtige Informationen zum ESF bereit stellen.

(10) Der Dialog mit den Bürgern wird durch die Möglichkeit der Kontaktaufnahme per E-Mail über den Internetauftritt der Verwaltungsbehörde gewährleistet. Die Bürgerinnen und Bürger können Fragen zum ESF stellen und Anregungen und Anmerkungen zu den bereitgestellten Informationen geben. Die Ergebnisse der Beteiligung werden soweit möglich bei der Umsetzung des operationellen ESF-Programms berücksichtigt.

(11) Darstellung im jährlichen Durchführungsbericht (Art. 67 VO (EG) Nr. 1083/2006) über Beispiele von Informations- und Publizitätsmaßnahmen, Hinweise zum Verzeichnis der Begünstigten und wichtige Änderungen im Kommunikationsplan.

(12) Beratung und Abstimmung mit den Projektträgern über Förderaktivitäten. Zu den Kommunikationsmaßnahmen im weiteren Sinne gehören die Beratung und Abstimmung sowie Besprechungstermine mit potentiellen Begünstigten durch die Verwaltungsbehörde, zwischengeschalteten Stellen und Förderreferate des StMAS.

### **5. Zeitplan für die Informations- und Publizitätsmaßnahmen**

Informations- und Publizitätsmaßnahme	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
(1) Informationsmaterialien	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(2) Öffentlichkeitsaktionen							
ESF-Auftaktveranstaltung	Ja						
Jährliche Informationsaktion		Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Weitere Öffentlichkeitsaktionen (z.B. zielgruppenspezifisch und regionalspezifisch)	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Information Begleitausschuss, best practice	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(3) Information Presse	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(4) Hinweise auf Förderung in Projektträgerinformationen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(5) Information Projektteilnehmer	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(6) Anbringen Europaflagge	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(7) Verzeichnis der Begünstigten		Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja

(8) Einheitlicher Slogan	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(9) Internetpräsenz	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(10) Dialog mit den Bürgern	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(11) Darstellung jährlicher Durchführungsbericht		Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(12) Beratung und Abstimmung	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja

Die Informations- und Publizitätsmaßnahmen werden laufend bewertet und den Bedürfnissen entsprechend angepasst und weiterentwickelt.

## **6. Optische Gestaltung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen**

Bei allen Informations- und Publizitätsmaßnahmen muss das Emblem der Europäischen Union, ein Verweis auf die Europäische Union und auf den Europäischen Sozialfonds enthalten sein, z.B. neben oder unter dem Emblem der EU. Die Gestaltung des Emblems der Europäischen Union muss den Vorgaben des Anhang I der VO (EG) Nr. 1828/2006 der Kommission entsprechen (Verordnung mit Anhang zum Herunterladen <http://www.stmas.bayern.de/arbeit/esf2007-2013/grundlagen.htm>; Emblem der EU zum Herunterladen [http://europa.eu/abc/symbols/emblem/download\\_de.htm](http://europa.eu/abc/symbols/emblem/download_de.htm)). Der Slogan: **ESF in Bayern - Wir investieren in Menschen** als Hinweis auf den gemeinschaftlichen Mehrwert, muss ebenfalls aufgenommen werden. Bei kleinem Werbematerial (z.B. Kugelschreiber, Bonbons) kann auf den Slogan verzichtet werden.

Ergänzend kann auf die Website [www.esf2007-2013.bayern.de](http://www.esf2007-2013.bayern.de) verwiesen werden.

## **7. Ausgewählte bereits erfolgte größere Informations- und Publizitätsmaßnahmen**

- ESF-Auftaktveranstaltung am 6. November 2007
- Arbeitsmarktpolitische Regionalkonferenz in Zwiesel am 22. November 2007
- Weitere Veranstaltungen mit ESF-Bezug (Kongress „Chancengerecht erfolgreich. Wie Ihr Unternehmen von Frauen und Männern profitiert“ am 21. November 2007);
- Berufsbildungskongress (Fachausstellung für Aus- und Weiterbildung und 10. bayerischer Berufsbildungskongress) vom 10.-13. Dezember 2007
- Beteiligungsmaßnahmen im Rahmen der Erstellung des operationellen Programms, wie sie im operationellen ESF-Programm dargestellt sind.

## **8. Indikativer Finanzplan für Informations- und Publizitätsmaßnahmen**

Im Bereich der Technischen Hilfe sind für Evaluierung und Studien sowie für Information und Kommunikation (Code 86) für den Zeitraum 2007-2013 im indikativen Finanzplan folgende Mittel ausgewiesen:

Prioritätsachse D:    Gemeinschaftsbeteiligung 5.000.000 Euro  
                          Nationale Beteiligung 5.000.000 Euro  
                          Finanzmittel insgesamt 10.000.000 Euro

Speziell für Informations- und Publizitätsmaßnahmen ist folgender indikativer Mitteleinsatz vorgesehen:

Informations- und Publizitätsmaßnahmen : Gemeinschaftsbeteiligung 840.000 Euro  
  Nationale Beteiligung 840.000 Euro  
  Finanzmittel insgesamt 1.680.000 Euro

## **9. Informations- und Publizitätsbeauftragte**

Als zuständige Ansprechpartner für Informations- und Publizitätsmaßnahmen werden in der Verwaltungsbehörde benannt:

Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung  
Referat I 2 Europäischer Sozialfonds  
Winzererstraße 8  
80797 München

Frau Silvia Bader  
E-Mail [silvia.bader@stmas.bayern.de](mailto:silvia.bader@stmas.bayern.de)  
Telefon +49 (0)89 1261 1521

Frau Şengül Şazpınar  
E-Mail [senguel.sazpinar@stmas.bayern.de](mailto:senguel.sazpinar@stmas.bayern.de)  
Telefon +49 (0)89 1261 1415

Die Verwaltungsbehörde ist für die Maßnahmen der Information und Publizität gegenüber der EU-Kommission verantwortlich. Die Informations- und Publizitätsmaßnahmen werden von ihr zentral geplant, umgesetzt und gesteuert, um das Erreichen einer corporate identity für den ESF in Bayern zu fördern. Ergänzend und verstärkend benennen die

zwischengeschalteten Stellen auf Ressortebene für ihren Zuständigkeitsbereich einen zentralen Ansprechpartner für Informations- und Kommunikationsmaßnahmen. Die Verwaltungsbehörde stimmt sich bei der Planung und Umsetzung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen regelmäßig mit den Ressortansprechpartnern ab.

## **10. Evaluierung und Monitoring, Bewertungskriterien**

Die Informations- und Publizitätsmaßnahmen sind in Bezug auf die Sichtbarkeit und den Bekanntheitsgrad des operationellen ESF-Programms und die Rolle der Gemeinschaft zu bewerten.

### **10.1. Output- und Ergebnisindikatoren zur Begleitung und Bewertung**

Für die einzelnen Informations- und Publizitätsmaßnahmen ist vor deren Durchführung ein Zielwert der zur Erreichung des entsprechenden Indikators beiträgt, zu schätzen. Die dargestellten Indikatoren stellen angesichts der beschränkten Mittel des operationellen Landesprogramms das effiziente Optimum an zu erhebenden Indikatoren dar.

<b>Indikatoren zur Begleitung und Bewertung</b>			
<b>Maßnahme</b>	<b>Wirkungen</b>	<b>Indikator</b>	<b>Geplante Überprüfung</b>
<b>Internetpräsenz der Verwaltungsbehörde und zwischengeschalteten Stellen</b> - laufende Aktualisierung der Informationen auf jeweiligen web-sites - neue Adresse der Verwaltungsbehörde <a href="http://www.esf2007-2013.bayern.de">www.esf2007-2013.bayern.de</a> mit Verlinkung auf Internetauftritte der zwischengeschalteten Stellen	Verbesserung des Informationsstands über die ESF-Förderung (Ziele, Inhalte, Umsetzung) für Begünstigte, potentiell Begünstigte und die Öffentlichkeit	- 9 Internetauftritte <sup>6</sup> - 40.000 Zugriffe im Monat im Durchschnitt auf den 9 Internetauftritten	jährliche Überprüfung durch Verwaltungsbehörde unter Beteiligung der zwischengeschalteten Stellen; Evaluationen
<b>Veröffentlichung unterschiedlicher Informationsmaterialien</b> (z.B. ESF-Broschüren, Jahresberichte, Evaluationsberichte, Fortschrittsberichte, spezifische Publikationen)	Verbesserung des Informationsstands über die ESF-Förderung (Ziele, Inhalte, Umsetzung) für Begünstigte, potentiell Begünstigte und die Öffentlichkeit	- 300 Publikationen im Förderzeitraum <sup>7</sup> - Auflagenstärke der einzelnen Publikation: im Durchschnitt 5000 Stück (die Auflagenstärke variiert stark je nach Inhalt der Publikationen; bei allgemeinen ESF-Broschüren ist eine Auflagenstärke von 50.000 Stück geplant, bei fachspezifischen Informationen ca 1000-5000 Stück; Jahresberichte, Evaluationsberichte und Fortschrittsberichte ca 100 – 500 Stück) - Verbreitung aller Publikationen: 500.000 Stück im Förderzeitraum	jährliche Überprüfung durch Verwaltungsbehörde unter Beteiligung der zwischengeschalteten Stellen; Evaluationen
<b>Öffentlichkeitsaktionen</b> der Verwaltungsbehörde und der zwischengeschalteten Stellen	Verbesserung des Informationsstands über die ESF-Förderung (Ziele, Inhalte,	- 80 Öffentlichkeitsaktionen im Förderzeitraum (1 Auftaktveranstaltung mit 400	jährliche Überprüfung durch Verwaltungsbehörde

<sup>6</sup> Die Zahlenangaben beziehen sich auf die Verwaltungsbehörde und die zwischengeschalteten Stellen.

<sup>7</sup> Die Zahlenangaben beziehen sich auf die Verwaltungsbehörde und die zwischengeschalteten Stellen.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- ESF-Auftaktveranstaltung</li> <li>- jährliche größere überregionale oder landesweite Informationsaktion der Verwaltungsbehörde</li> <li>- kleinere und mittlere zielgruppenspezifische und regional spezifische Veranstaltungen der Verwaltungsbehörde, zwischengeschalteten Stellen und Förderreferaten des StMAS</li> <li>- zu Beginn des Förderzeitraums sind mehr Öffentlichkeitsaktionen als zum Ende geplant</li> </ul>	Umsetzung) für Begünstigte, potentiell Begünstigte und die Öffentlichkeit	Teilnehmern, 7 jährliche Informationsaktionen mit durchschnittlich 150 Teilnehmern, 10 Informationsberichte an ESF-Begleitausschuss mit ca 35 Teilnehmern, 62 kleinere u. mittlere zielgruppenspezifische und regionale spezifische Veranstaltungen mit jeweils ca 30-150 Teilnehmern) - 50.000 Personen als Teilnehmer für alle Veranstaltungen	unter Beteiligung der zwischengeschalteten Stellen; Evaluationen
<b>Veröffentlichung von Pressemitteilungen</b>	Verbesserung des Informationsstands insbesondere der breiten Öffentlichkeit über den ESF; Steigerung der Sichtbarkeit und des Bekanntheitsgrads des ESF und der Rolle der Gemeinschaft	20 Pressemitteilungen pro Jahr	jährliche Überprüfung durch Verwaltungsbehörde unter Beteiligung der zwischengeschalteten Stellen; Evaluationen
<b>ESF-Informationsplakate</b> für Träger	Steigerung der Sichtbarkeit und des Bekanntheitsgrads des ESF und der Rolle der Gemeinschaft; Erfüllung der gesetzlichen Informations- und Publizitätspflichten	5000 verteilte Plakate im Förderzeitraum	laufende Überprüfung bei Vor-Ort-Kontrollen
<b>Aktionen unter Einsatz von Presse, Rundfunk und Fernsehen</b>	Verbesserung des Informationsstands insbesondere der breiten Öffentlichkeit über den ESF, Steigerung der Sichtbarkeit und des Bekanntheitsgrads des ESF und der Rolle der Gemeinschaft	im Durchschnitt 3 Aktionen pro Jahr <sup>8</sup>	jährliche Überprüfung durch Verwaltungsbehörde unter Beteiligung der zwischengeschalteten Stellen
<b>ESF-Giveaways</b> (z.B. Stifte, Mappen,	Steigerung der Sichtbarkeit und	ca 10000 Stück pro Jahr an verteilten ESF-	jährliche Überprüfung

<sup>8</sup> Die Zahlenangaben beziehen sich auf die Verwaltungsbehörde und die zwischengeschalteten Stellen.

<p>Rollups, Taschen, Bonbons)</p>	<p>des Bekanntheitsgrads des ESF und der Rolle der Gemeinschaft</p>	<p>Werbemitteln insbesondere bei Öffentlichkeitsaktionen</p>	<p>durch Verwaltungsbehörde unter Beteiligung der zwischengeschalteten Stellen</p>
<p><b>Öffentlichkeitsarbeit von Projektträgern</b> (z.B. ESF-Hinweisschilder, allgemeine ESF- Informationsveranstaltungen, Projektveranstaltungen, Durchführung der ESF- Unterrichtseinheit im Rahmen der Projektdurchführung)</p>	<p>Verbesserung des Informationsstands über den ESF, Steigerung der Sichtbarkeit und des Bekanntheitsgrads des ESF und der Rolle der Gemeinschaft</p>	<p>Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben</p>	<p>Stichprobenartige Überprüfung im Rahmen von Vor-Ort-Kontrollen</p>
<p><b>Befragungen</b></p>	<p>Verbesserung des Informationsstands über den ESF, Steigerung der Sichtbarkeit und des Bekanntheitsgrads des ESF und der Rolle der Gemeinschaft in der breiten Bevölkerung</p>	<p>Steigerung des Bekanntheitsgrads des ESF um 5% im Förderzeitraum. Die Basis wird durch ein Meinungsforschungsinstitut ermittelt. (siehe Ausführungen auf der folgenden Seite)</p>	<p>Befragungen werden auf Veranlassung der Verwaltungsbehörde durchgeführt</p>

## 10.2 Durchführung von Befragungen

Die Steigerung der Sichtbarkeit und des Bekanntheitsgrads des operationellen ESF-Programms und der Rolle der Gemeinschaft lässt sich über die dargestellten Output- und Ergebnisindikatoren nur mittelbar erfassen und messen.

Nach den Ergebnissen einer im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung durchgeführten repräsentativen Umfrage vom 12. März 2008 zum Thema „Der Europäische Sozialfonds in der Wahrnehmung der Bürger“ geben im Durchschnitt 30% (40% neue Bundesländer, 27% alte Bundesländer) der Bundesbürger an, schon einmal etwas vom Europäischen Sozialfonds gehört zu haben. Allerdings weiß mehr als die Hälfte derer, die angeben, schon etwas vom Europäischen Sozialfonds gehört zu haben, nicht, was der Europäische Sozialfonds ist.<sup>9</sup>

Diese Ergebnisse decken sich mit den Ergebnissen einer in den Mitgliedsstaaten der EU durchgeführten Eurobarometer Studie, wonach die Vertrautheit mit den EU-Fonds und – Programmen relativ hoch ist und rund ein Drittel der Befragten vom Europäischen Sozialfonds gehört hat (im Durchschnitt EU (25) 33%, Deutschland 31%). Es wurde ermittelt, dass nur wenige Befragte die Hauptziele des ESF korrekt ausmachen.<sup>10</sup> Nur 6% der Befragten haben „Bekämpfung von Arbeitslosigkeit und Schaffung von Arbeitsplätzen“ und nur 3% „Finanzierung von Bildung und Ausbildung“ als wichtigste Zielsetzungen des ESF benannt.<sup>11</sup> Insgesamt ist die öffentliche Wahrnehmung der Aktivitäten der Europäischen Union im Bereich von Beschäftigung und sozialen Angelegenheiten positiv (im Durchschnitt Europäische Union (25) 56%, in Deutschland 47%).<sup>12</sup>

Hinsichtlich der Kenntnisse über den Europäischen Sozialfonds liegen für Bayern keine vergleichbaren Ergebnisse vor. Es ist anzunehmen, dass etwa knapp ein Drittel der breiten Öffentlichkeit schon etwas vom Europäischen Sozialfonds gehört hat. Die Ergebnisse der Eurobarometer Umfrage und der forsa Umfrage werden validiert, indem in Bayern ebenfalls Befragungen durch ein Meinungsforschungsinstitut unter Zugrundelegung einer repräsentativen Stichprobe bei unterschiedlichen Zielgruppen durchgeführt werden. Insbesondere die Sichtbarkeit und der Bekanntheitsgrad des operationellen ESF-Programms und die Rolle der Gemeinschaft werden hierbei gemessen. Ausgehend von den ermittelten Basiswerten soll im Förderzeitraum eine Steigerung um 5% bezüglich Sichtbarkeit und Bekanntheitsgrad des ESF und der Rolle der Gemeinschaft erzielt

---

<sup>9</sup> forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH „Der Europäische Sozialfonds in der Wahrnehmung der Bürger“, 12.März 2008 Seite 2

<sup>10</sup> Eurobarometer Spezial 261 / Welle 65.3 – TNS Opinion Social, Europäische Beschäftigungs- und Sozialpolitik, Oktober 2006, Zusammenfassung Seite 4, Langfassung Seite 11f,

<sup>11</sup> Eurobarometer Spezial 261 / Welle 65.3 – TNS Opinion Social, Europäische Beschäftigungs- und Sozialpolitik, Oktober 2006, Langfassung Seite 13

<sup>12</sup> Eurobarometer Spezial 261 / Welle 65.3 – TNS Opinion Social, Europäische Beschäftigungs- und Sozialpolitik, Oktober 2006, Langfassung Seite 6

werden. Es werden regelmäßig, i.d.R. alle zwei Jahre weitere Befragungen durchgeführt, um zu messen, ob die Sichtbarkeit und der Bekanntheitsgrad kontinuierlich gesteigert wurden.

Weitere Erhebungen sollten bei Bedarf im Rahmen eines Gemeinschaftsnetzwerkes i.S. Art. 10 Nr. 2 VO (EG) 1828/2006 erfolgen.

### 10.3 Evaluierung und Monitoring

Der jährliche Durchführungsbericht für 2010 und der abschließende Durchführungsbericht enthalten eine Evaluierung des Kommunikationsplans. Es erfolgt eine Beurteilung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen im Hinblick auf Sichtbarkeit und Bekanntheitsgrad des operationellen ESF-Programms und die Rolle der Gemeinschaft. Außerdem werden jährlich intern von der Verwaltungsbehörde die Ergebnisse der Informations- und Publizitätsmaßnahmen evaluiert. Zu diesem Zweck werden anlassbezogen externe professionelle Agenturen bzw. Institute eingeschaltet.

Das Monitoring (begleitende Überwachung) der Informations- und Publizitätsmaßnahmen wird über die zeitraumbezogene Planung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen für 12 Monate im Voraus und durch das Erfordernis von Ergebnisberichten über Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt. Die Verwaltungsbehörde stimmt sich regelmäßig mit den an der Programmumsetzung beteiligten Ressorts über den Fortschritt der Informations- und Publizitätsmaßnahmen ab.

Evaluierung und Monitoring werden von der Verwaltungsbehörde veranlasst und intern von Experten der Förderreferate, zwischengeschalteten Stellen oder extern von Experten (entsprechenden Instituten) umgesetzt.