

KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

für das operationelle Programm

“Investitionen in Wachstum und Beschäftigung”
EFRE 2014-2020

der Autonomen Provinz Bozen - Südtirol

efre · fesr
Südtirol · Alto Adige

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
Fondo europeo di sviluppo regionale



EUROPEAN UNION

AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE



INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	3
1. ERFAHRUNGEN UND ERGEBNISSE AUS DEM VERGANGENEN PROGRAMMZEITRAUM.....	5
2. ANSATZ DER KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE.....	7
2.1 Strategiemerkmale	7
2.2 Strategieprioritäten	8
2.3 Ziele	8
2.4 Zielgruppen.....	10
3. KOMMUNIKATIONSMAßNAHMEN UND UMSETZUNGSARTEN	12
3.1 Kommunikationstätigkeiten	12
3.2 Intrumente und Kanäle der Kommunikationsmaßnahmen.....	14
3.2.1 Kommunikationsinstrumente für Menschen mit Behinderungen	15
3.2.2 Vom Programm meist verwendete Kommunikationsinstrumente.....	16
3.2.3 Übersicht der Kommunikationsinstrumente und -kanäle und der Zielgruppen.....	19
4. BUDGET	20
5. ORGANISATION UND GOVERNANCE DER KOMMUNIKATION	22
6. STRATEGIEBEWERTUNG	25
7. INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSMAßNAHMEN FÜR DAS DARAUFFOLGENDE JAHR.....	27

Vorwort

Damit sich die durchgeführten Maßnahmen als erfolgreich erweisen und die Bürger bewusst an den Programmpolitiken beteiligt werden, misst die Europäische Union der Kommunikation der von den Strukturfonds angebotenen Möglichkeiten und der damit erreichten Ergebnisse, sowie der Sensibilisierung der Ziele der Kohäsionspolitik großen strategischen Wert zu. Laut Artikel 115 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17. Dezembers 2013, mit gemeinsamen Bestimmungen über ESI Fonds (Europäische Struktur- und Investitionsfonds), sind die Verwaltungsbehörden für die Ausarbeitung der Kommunikationsstrategien für jedes operationelle Programm verantwortlich. Diese Strategie muss innerhalb von sechs Monaten nach der positiven Entscheidung der Europäischen Kommission zum betreffenden Programm dem Begleitausschuss zur Genehmigung vorgelegt werden. Außerdem informiert die Verwaltungsbehörde laut Artikel 116 den Begleitausschuss mindestens einmal jährlich über die Fortschritte bei der Umsetzung der Kommunikationsstrategie und die Ergebnisse, sowie über die im folgenden Jahr geplanten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen. Der Begleitausschuss gibt, falls dies als angemessen erachtet wird, eine Stellungnahme zu den für das folgende Jahr geplanten Maßnahmen ab. In den Durchführungsberichten, welche 2017 und 2019 vorgelegt werden, und später im abschließenden Durchführungsbericht soll den Ergebnissen der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, welche durch den Fonds im Rahmen der Kommunikationsstrategie finanziert wurden, ein besonderes Augenmerk gewidmet werden. Während der Programmierung kann, gemäß Artikel 110 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013, die Verwaltungsbehörde mit Genehmigung des Begleitausschusses etwaige Änderungen der Strategie vornehmen, um auf auftretende Bedürfnisse und Anforderungen wirksam zu reagieren.

Dieses Dokument definiert, dank der Erfahrungen und Ergebnisse des vergangenen Programmzeitraums, Eigenschaften, Prioritäten, Ziele und Zielgruppen der Kommunikationsstrategie des operationellen Programms **"Investitionen in Wachstum und Beschäftigung" EFRE 2014-2020 der Autonomen Provinz Bozen - Südtirol (nachfolgend „OP EFRE“ genannt)**, welche die Verwaltungsbehörde für den Zeitraum 2014 - 2020 anwenden wird, indem Details über die Maßnahmen und den jeweiligen

Umsetzungsmodalitäten veranschaulicht werden. Außerdem werden das indikative Budget, die Governance und die Strategiebewertung, sowie auch die Modalität der jährlichen Aufstellung der durchzuführenden Informations- und Kommunikationsmaßnahmen festgelegt. Im Einklang mit den neuen Bestimmungen erläutert die Kommunikationsstrategie 2014-2020 auch, welche Maßnahmen für die Unterstützung der Begünstigten und deren Erfüllung der Kommunikationspflichten laut Verordnung aktiviert werden, sowie die genauen Informationsmodalitäten, die zur Gewährleistung der Barrierefreiheit für Menschen mit Behinderungen vorgenommen werden.

In diesem Dokument wird auf die EU-Verordnungen Bezug genommen, in denen der Überbegriff "Vorhaben" verwendet wird. Dieser entspricht auf Programmebene den „Projekten“.

1. Erfahrungen und Ergebnisse aus dem vergangenen Programmzeitraum

Durch die Erfahrungen aus dem vergangenen Programmzeitraum können Wirkungen und Wahrnehmungen der Kommunikationsmaßnahmen auf die breite Öffentlichkeit und auf die Begünstigten, seien es potenzielle oder effektive, bewertet werden. Diese bilden somit ein wichtiges Unterstützungselement für die Definition der Kommunikationsstrategie des OP EFRE 2014-2020 der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol. Die Umsetzung des Kommunikationsplans 2007-2013 hat es ermöglicht, verschiedene Informations- und Publizitätsmaßnahmen erfolgreich auszuprobieren, um das Bewusstsein des breiten Publikums zu den vom OP auf Landesebene angebotenen Möglichkeiten, den durch die Strukturfonds im Land erreichten Ergebnisse und der Rolle der Europäischen Union zu erweitern.

Beispielhaft einige Informationsaktivitäten, die von der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol im Rahmen des **Programms EFRE 2007-2013** unternommen wurden:

- Laufende Aktualisierung der Inhalte auf der Programmwebseite (mit vollständigem Restyling im Jahr 2012);
- Auftaktveranstaltung des Programms;
- Teilnahme an der Herbstmesse in Bozen (17.-21.11.2010);
- Publikation (Mai 2010) in der Zeitschrift der "Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI)", ein Informationsschreiben über die Finanzierungsmöglichkeiten des OP EFRE;
- Realisierung von Werbematerial: Shopper-Tasche in Stoff, LED-Lampe, Schlüsselanhänger mit LED, Kalender, Notizblock, Flaschenöffner, Kugelschreiber, Memobox und USB-Stick;
- Teilnahme am "Innovation Festival" in Südtirol vom 27. bis 29. September 2012 mit Stand und Workshop zum Thema "Ein Ökosystem für Innovation schaffen" und im darauffolgenden Jahr vom 26. bis 28. September 2013 mit einer Fotoausstellung über die durchgeführten Projekte;
- Am 8. November 2012, Besichtigung einiger durch die Finanzierung vom OP EFRE realisierten Baustellen in den Standorten Pustertal, Ahrntal und Eisacktal, welche nach der Fachtagung "Flussrevitalisierungen und Flussraummanagement" stattgefunden hat;

- Im Jänner 2012 hat die Autonome Provinz Bozen – Südtirol ein Abkommen mit der RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A - Rai Sender Bozen – mit Ausstrahlung auf Landesebene unterschrieben, um eine Radiosendung zum "Thema Europa" zu realisieren, wobei einige Folgen dem EFRE gewidmet wurden;
- Ein dem OP EFRE gewidmeter Kurzfilm (in DVD) mit dem Titel "Regional. Innovativ. Nachhaltig."

Wird die Kommunikationsaktivität der vergangenen Programmperiode bewertet, gehen verschiedene **Stärken** hervor, welche bestimmt zum guten Gelingen des Programms beigetragen haben. Zuallererst die Sorgfalt, mit der die Programmwebseite kontinuierlich aktualisiert wurde und somit sicherlich das von den Begünstigten und den Programminteressierten am meisten verwendete Kommunikationsinstrument (79.686 Besuche zum 31.12.2014) darstellt. Die enge Zusammenarbeit mit Europe Direct hat auch Früchte getragen, indem besonders die ansässige Bevölkerung des Landes über das Potential und die erreichten Ergebnisse informiert wurde. Diese Zusammenarbeit soll im neuen Programmzeitraum weitergeführt und sogar verstärkt werden. In der Liste der durchgeführten Tätigkeiten merkt man auf dem ersten Blick, wie vielfältig die eingesetzten Kommunikationsinstrumente sind: Pressemitteilungen, Workshops, Tagungen, Radiosendungen, Videos, Messen, Festivals usw.

Man ist sich aber auch der **Schwächen** bewusst, die in der vergangenen Programmperiode aufgetreten sind, wie zum Beispiel ein vom breiten Publikum wenig erkennbares Logo und ein nicht klar identifizierbares Programmimage.

2. Ansatz der Kommunikationsstrategie

2.1 Strategiemerkmale

Es ist wichtig, eine Kommunikationsstrategie zu planen bevor die ersten Schritte zur Umsetzung unternommen werden, damit Fehlinvestitionen oder Änderungen zu einem späteren Zeitpunkt vermieden werden können. Darum beabsichtigt dieses Dokument die Kommunikationsstrategie zu definieren, die Informationsverantwortlichen auszusuchen, die gesetzten Ziele zu definieren, die einzelnen Kommunikationsphasen zu entscheiden und die angedachten Kommunikationskanäle vorzustellen, um die Kommunikations- und Informationsaktivitäten synergetisch zu organisieren, damit die Wiedererkennung des OP EFRE der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol garantiert wird und die Interventionen die maximale Sichtbarkeit erreichen.

Diese Kommunikationsstrategie bezieht sich ausschließlich auf das OP EFRE 2014-2020, obwohl eine starke **Zusammenarbeit** mit dem Dienst Europe Direct von Bozen und anderen in der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol tätigen Strukturfonds sichtbar ist, welche in der gleichen Verwaltungsstruktur ihren Sitz haben, wie ESF und Interreg (Italien-Österreich und Italien-Schweiz).

Die Kommunikationsstrategie des OP EFRE 2014-2020 sieht einen **integrierten Ansatz** vor:

- mit den institutionellen Partnern auf zentraler und territorialer Ebene;
- mit den Wirtschafts- und Sozialpartnerschaften, um das Urteilsvermögen der impliziten oder expliziten Informationsbedürfnisse der Zielgruppen zu erhöhen und somit die Informationsverbreitung zu erleichtern und zu vermehren;
- mit den weiteren Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der anderen Strukturfonds, mit dem Ziel eine einheitliche Kommunikation umzusetzen (siehe Forum Kohäsion, Kapitel 5);
- mit institutionellen Kommunikationstätigkeiten durch die ständige Verbindung zum Landespresseamt und die Zusammenarbeit mit der RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A - Rai Südtirol;

- was Instrumente und Kanäle anbelangt, durch einen differenzierten Gebrauch der Kommunikationsmittel, der Ausdrucksweise und der Sprache, je nach Zielgruppe und thematischer Ziele.

Die Kommunikation richtet sich an die gesamte Bevölkerung der Autonomen Provinz Bozen - Südtirol, um eine effiziente Kooperation zwischen den betroffenen Partnern zu garantieren und somit einer höchstmöglich effizienten, kohärenten und homogenen Information beizutragen.

2.2 Schwerpunkte der Strategie

Die Schwerpunkte dieser Kommunikationsstrategie sind:

- die Sichtbarkeit und den Bekanntheitsgrad des Programms EFRE 2014-2020 der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol unter den Bürgern zu verbessern;
- den Bewusstseitsgrad über die Europäische Union und deren Legitimität zu stärken, durch eine Aufwertung des Images und der Rolle, welche die EU in den Politiken bei der Qualifizierung der Humanressourcen, der Beschäftigung und der nachhaltigen und innovativen Entwicklung des Gebietes und der Gesellschaft des Landes verkörpert, zur Erreichung einer greifbaren Verbesserung des Lebens der Bürgerinnen und Bürger;
- den Bekanntheitsgrad der Ergebnisse der EU-Politiken in der Bevölkerung zu verbessern und besonders der Projekte und bewährte Verfahren, die durch die Strukturfonds umgesetzt wurden mit dem Ziel, die Projektbeteiligung zu erleichtern bzw. zu erhöhen;
- Partnerschaften-Netzwerke aufzubauen, insbesondere mit Medien und dem Zentrum Europe Direct, um den Wirkungsgrad der Kommunikation auf dem Gebiet zu maximieren.

2.3 Ziele

Die Kommunikationsstrategie des Programms verfolgt ein erstes allgemeines Ziel, Information und Kommunikation des Programms zu fördern und so weit wie möglich die Partnerschaft zu involvieren, um den Bekanntheitsgrad des OP EFRE 2014-2020 der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol und dessen Ziele zu erhöhen sowie erreichte

Ergebnisse verstärkt zu verbreiten, wobei die Rolle der EU bei der Finanzierung des neuen Programms hervorgehoben wird. Das zweite allgemeine Ziel sieht vor, dass die Aktivitäten Transparenz, Zugänglichkeit und Unparteilichkeit im Zugang der Informationen und den vom OP angebotenen Möglichkeiten garantieren müssen, indem der Öffentlichkeit, allen potenziellen Begünstigten und den Begünstigten Instrumente und Informationen bezüglich der angebotenen Finanzierungsmöglichkeit leicht zugänglich gemacht werden. Die Verwaltungsbehörde informiert die potenziellen Begünstigten über die Finanzierungsmöglichkeit im Rahmen der operationellen Programme und bewirbt bei den Bürgerinnen und Bürgern der EU die Rolle und die Umsetzung der Kohäsionspolitik und der Fonds mittels Informations- und Kommunikationsaktionen über die Ergebnisse und den Einfluss der operationellen Programme und der Vorhaben.

Angesichts der vorliegenden Verordnungen und basierend auf der Kontextanalyse, welche auf Landesebene durchgeführt wurde, wird zur Erreichung der ermittelten Zielsetzungen die Kommunikationsstrategie laut folgenden allgemeinen Zielen, welche ihrerseits in spezifische Zielen abgeleitet werden, entwickelt:

Allgemeines Ziel 1:

Den Bekanntheitsgrad des OP EFRE 2014-2020 der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol und dessen Ziele zu erhöhen sowie erreichte Ergebnisse verstärkt zu verbreiten, wobei die Rolle der EU in der Finanzierung des neuen Programms hervorgehoben wird.

Spezifische Ziele:

- Verbreitung der Kenntnisse über Ziele und erwartete Ergebnisse des OP, welche das Land für Forschung und Innovation, das digitale Umfeld, die nachhaltige Umwelt und den sicheren Lebensraum verfolgt;
- Erhöhung des Bewusstseins über die Rolle der Europäischen Union, des italienischen Staates und der Autonomen Provinz Bozen - Südtirol in der Kofinanzierung des OP im Rahmen der Strategie Europa 2020 und der betroffenen europäischen und nationalen Politiken;
- Aufwertung der vom OP erreichten Ergebnisse durch eine verbreitete Information über die durchgeführten und laufenden Projekte;
- Verbreitung einer einheitlichen Programmgestaltung, welche eine leichte Wiedererkennung der programmbezogenen Informationen fördert;

- Verbreitung der Informationen der vom OP unterstützten Vorhaben, mit besonderem Augenmerk auf potenzielle Begünstigte, Multiplikatoren und eine möglichst ausführliche Medienberichterstattung an das Publikum;

Allgemeines Ziel 2:

Transparenz, Zugänglichkeit und Unparteilichkeit im Zugang zu den Informationen und den vom OP angebotenen Möglichkeiten garantieren, indem der Öffentlichkeit, allen potenziellen Begünstigten und den Begünstigten leicht zugängliche Instrumente und Informationen bezüglich der Finanzierungsmöglichkeit zur Verfügung gestellt werden.

Spezifische Ziele:

- für potenzielle Begünstigte Instrumente und leicht zugängliche Informationen zu den vom OP angebotenen Finanzierungsmöglichkeiten bereitstellen;
- die Begünstigten über deren Aufgaben und Verantwortungen bei Informations- und Kommunikationsmaßnahmen informieren;
- Transparenz beim Gebrauch der Programmressourcen garantieren, indem online die Liste der Vorhaben veröffentlicht wird.

2.4 Zielgruppen

Die Zielgruppen der Kommunikationsstrategie sind laut Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 in vier Gruppen aufgeteilt: Öffentlichkeit, potenzielle Begünstigte, effektive Begünstigte und die sogenannten Multiplikatoren.

Die **Öffentlichkeit** ist eine sehr breite und heterogene Zielgruppe, welche die ganze Südtiroler Bevölkerung einbezieht, unter anderem auch die potenziellen Begünstigten der Vorhaben des OP. Obwohl mehrere Maßnahmen von zuständigen Institutionen durchgeführt werden, bleiben die Bürger der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol die wirklichen Nutznießer der Finanzierung.

Die **potenziellen Begünstigten** sind für die Autonome Provinz Bozen – Südtirol vom OP EFRE für jede Achse identifiziert worden. Diese Zielgruppe muss klar und genau über die Finanzierungsmöglichkeiten, –modalitäten und vorgesehenen Verfahren zur Einreichung von Projektanträgen informiert werden.

Sobald die potenziellen Begünstigten ihre Rolle wechseln und **effektive Begünstigte** werden, werden diese Informationsempfänger auch ihrerseits Informationsgeber. Ihre Aufgabe wird es auch, sich mit Informationsmaßnahmen auseinanderzusetzen, besonders was ihr Projekt anbelangt und demzufolge auch das Programm und die Rolle der Europäischen Union, des Staates und des Landes. Diese Tätigkeiten werden durch die Verwaltungsbehörde durch die Verbreitung von Leitlinien zu den Kommunikations- und Informationsmaßnahmen erleichtert. Die effektiven Begünstigten sind pro Achse wie folgt aufgeteilt:

- Achse 1 - Forschung und Innovation: Dienste der Landesverwaltung, Forschungsorganismen, öffentliche und Körperschaften und Private, die Forschungs- und Innovationstätigkeit ausüben;
- Achse 2 - Digitales Umfeld: Dienste der Landesverwaltung, andere öffentliche Körperschaften;
- Achse 3 - Nachhaltige Umwelt: Dienste der Landesverwaltung, andere öffentliche Körperschaften, STA (Südtiroler Transportstrukturen AG), Landesmobilitätsagentur;
- Achse 4 - Sicherer Lebensraum: Dienste der Landesverwaltung.

Die **Multiplikatoren** sind Subjekte, welche imstande sind die Übermittlung der Informationen zum OP verstärkt zu verbreiten. In dieser Zielgruppe findet man drei Kategorien:

- Die im Begleitausschuss vertretene Partnerschaft (lokale Behörden, Forschung und Innovation, Soziales, Wirtschaft, Zivilgesellschaft/Umweltpartner);
- Das Forum Kohäsion (siehe Kapitel 5);
- Die Medien, als Vermittler und gleichzeitig Zielgruppe der Kommunikation (Presse, Fernsehen, Radio, Web und Social Media), zur effizienten und dauerhaften Erreichung der anderen Zielgruppen und zur weiteren Verbreitung der Informationen.

3. Kommunikationsmaßnahmen und Umsetzungsarten

Diese Kommunikationsstrategie beabsichtigt eine Vielfalt von Maßnahmen zu ergreifen, indem auf integrierte Art und Weise verschiedene Kanäle und Instrumente zur Erreichung der Ziele eingesetzt werden.

3.1 Kommunikationstätigkeiten

Die vorgesehenen Haupttätigkeiten der vorliegenden Kommunikationsstrategie werden nachfolgend nach Zielgruppen und im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 aufgelistet.

Maßnahmen für das Publikum

In Anbetracht der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 und besonders des Anhangs XII, sieht die Verwaltungsbehörde folgende Maßnahmen vor:

- Realisierung einer Auftaktveranstaltung um die Inhalte des OP EFRE 2014-2020 vorzustellen;
- Organisation einer größeren Informationsmaßnahme pro Jahr, durch die auf die Finanzierungsmöglichkeiten und die verfolgten Strategien aufmerksam gemacht wird und mit der die mit dem operationellen Programm erzielten Erfolge vorgestellt werden;
- Präsentation des Unionslogos an dem Standort der Verwaltungsbehörde;
- Veröffentlichung auf der Programmwebseite:
 - Liste der Vorhaben im Rahmen des OP,
 - Beispiele für Vorhaben und die wichtigsten Umsetzungen sei es in italienischer als auch in deutscher Sprache,
 - Aktualisierung der Informationen über die Durchführung des OP und
 - Ergebnisse und eventuelle Bewertungen;
- Realisierung von Events zur Information und Sensibilisierung der Öffentlichkeit bezüglich spezifische oder für das Landesgebiet als strategisch betrachtete Themen;
- Realisierung von Werbemaßnahmen für das Publikum;
- Verbreitung von Pressemitteilungen durch das Presseamt des Landes (siehe Kapitel 5) und die Programmwebseite.

Maßnahmen für potenzielle Begünstigte

Gemäß Anhang XII der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 gewährleistet die Verwaltungsbehörde in Zusammenarbeit mit den anderen Strukturen des Landes, die in die Durchführung des OP einbezogen sind, dass die Strategie, die Ziele und die vom operationellen Programm angebotenen Chancen weit bei den potenziellen Begünstigten und allen Interessierten, zusammen mit den Angaben zur Finanzierung des EFRE, verbreitet werden.

Um die möglichst weite Verbreitung der Informationen an die potenziellen Begünstigten zu gewährleisten, sind folgende Maßnahmen vorgesehen:

- Veröffentlichung der Informationen zu den Finanzierungsmöglichkeiten auf der Programmwebseite mit diesbezüglicher Dokumentation und Formularen, sowie die Kontaktdaten der Ansprechpartner, um Informationen und Erläuterungen anzufordern;
- Realisierung von Tagungen, Seminaren, Workshops und anderen für die potenziellen Begünstigten vorgesehenen Initiativen, um die spezifischen Ziele des OP und der einzelnen Achsen bekannt zu machen.

Maßnahmen für effektive Begünstigte

Die Maßnahmen für die Begünstigten werden in zwei Arten unterteilt:

- jene zur Unterstützung der Verwaltungsverfahren zur Durchführung der Interventionen und
- jene zur Unterstützung der Durchführung der Informations- und Kommunikationsaktivitäten.

Im OP EFRE 2014-2020 werden beide durch ein Durchführungsdokument und durch Leitlinien zu den Informations- und Kommunikationsmaßnahmen veranschaulicht. Der Inhalt beider Dokumente wird auf der Programmwebseite veröffentlicht und bei Projektgenehmigung bekannt gemacht. Die Hauptpflichten der Begünstigten bezüglich Informations- und Kommunikationsmaßnahmen werden auch in der Fördervereinbarung deutlich zum Ausdruck gebracht.

Was die Informationen zur Unterstützung der Verwaltungsverfahren zur Durchführung der Interventionen anbelangt, wird zudem daran erinnert, dass die Verwaltungsbehörde gemäß Anhang XII der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 die Begünstigten schriftlich über die Finanzierungsgewährungen informiert. Die effektiven Begünstigten:

- akzeptieren die Finanzierung und werden gleichzeitig in der Liste der Vorhaben gemäß Artikel 115 auf der Webseite der Verwaltungsbehörde und auf der nationalen Webseite veröffentlicht, welche die Informationen laut Anhang XII (Namen des Begünstigten, Bezeichnung und Zusammenfassung des Vorhabens, Datum des Beginns und des Endes des Vorhabens, Gesamtbetrag der förderfähigen Ausgaben und Kofinanzierungssatz, Postleitzahl, Land, Bezeichnung der Interventionskategorie für das Vorhaben) beinhaltet;
- müssen die vom Absatz 2.2 des Anhangs XII der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 vorgesehene Pflichten beachten.

Das Hauptinstrument zur Unterstützung der effektiven Begünstigten ist in dieser Hinsicht das Monitoringsystem **coheMON** des OP EFRE. Durch diese einzige Plattform werden die Begünstigten über die Veröffentlichung neuer Aufrufe, Termine (z.B. der Abrechnungen, usw.), zusätzliche einzureichende Dokumentation usw. informiert.

In den Leitlinien zu den Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die auf der Programhomepage veröffentlicht werden und zur Unterstützung der Begünstigten dienen, werden alle Verantwortungen der Begünstigten definiert. Die Verwaltungsbehörde kümmert sich zudem darum, ein einheitliches Programmdesign festzulegen, welches für die verschiedenen Informations- und Kommunikationsinstrumente benutzt werden soll, um ein einheitliches und erkennbares Image für alle vom OP EFRE realisierten Produkte zu gewährleisten (siehe Kapitel 3.2 – Absatz „Programmdesign und -image“)

3.2 Instrumente und Kanäle der Kommunikationsmaßnahmen

Für die Realisierung der Kommunikationsmaßnahmen wird man in integrierter Weise verschiedene Kommunikationsinstrumente und –kanäle, je nach Zielgruppe, Ziel und Inhalt der Kommunikation einsetzen. Nachfolgend werden die wichtigsten verwendeten Instrumente und Kanäle aufgelistet:

Digitale Kanäle:

- die institutionellen Internetseiten des Landes (<http://www.provinz.bz.it> und www.buergernetz.bz.it);
- die Programmhpage (<http://www.provinz.bz.it/efre>);

- eine laufend aktualisierter Abschnitt zu Mitteilungen und News zum OP EFRE (auf der Programmwebseite);
- Newsletter in Zusammenarbeit mit Europe Direct;
- OpenCoesione (siehe Kapitel 5).

Social media:

- Facebook in Zusammenarbeit mit Europe Direct;
- Veröffentlichung von Videos auf Youtube in Zusammenarbeit mit Europe Direct.

Presse und Medien:

- Pressekonferenzen und -mitteilungen;
- Veröffentlichung von Artikeln in der Landespresse und in der lokalen und fachspezifischen Presse;
- Radiobeiträge und –sendungen auf lokalen Radiosendern.

Events:

- Organisation von Tagungen, Seminaren und Workshops;
- Organisation von Veranstaltungen und Events anderer Art auf dem Gebiet.

Veröffentlichungen und Informationsmaterial:

- Informative Flyer, Prospekte und/oder Broschüren;
- Factsheets über die Inhalte des OP (Beispiel: "Das Programm im Überblick");
- Roll-ups und Posters.

Werbematerial:

- Blöcke;
- Kugelschreiber;
- USB-Sticks;
- Postkarten;
- Usw..

3.2.1 Kommunikationsinstrumente für Menschen mit Behinderung

- Programmwebseite mit Zugang für Blinde und Sehbehinderte;

- Organisation von Events und Workshops mit Zugang für Personen mit eingeschränkter Mobilität.

3.2.2 Vom Programm meist verwendete Kommunikationsinstrumente

Programmwebseite:

Die Webseite (<http://www.provinz.bz.it/efre>) dient als zentrales Instrument der Kommunikationsarbeit des Programms, und stellt den ersten Kontaktpunkt und später den primären Anhaltspunkt dar, um alle für die Empfänger relevanten Informationen einzuholen. Dieser digitale Kanal wird auch als Plattform für andere Kommunikationsmaßnahmen wie Events und Veröffentlichungen verwendet. Angesichts der Neuerungen, die durch die neue Programmierung und die neuen Gestaltungsmerkmale zu Programmdesign und -image eingeführt worden sind, wird man die bereits existierende Webseite bearbeiten und weiter entwickeln. Im Sinne der Angaben der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (Anhang XII) werden auf der Webseite die Liste der Vorhaben mit entsprechender Nennung von Beispielen der Vorhaben, aktualisierte Informationen über die Durchführung des OP, einschließlich der wichtigsten damit erzielten Erfolge, sowie auch alle Informationen, Kontaktdaten, Aktivitäten und programmrelevanten Dokumente veröffentlicht. Außerdem wird eine eigene Sektion nur den Informations- und Kommunikationsmaßnahmen gewidmet, in der auch die Verpflichtungen der Begünstigten und die technischen Eigenschaften der entsprechenden Aktionen deutlich erklärt werden. Alle Informationen werden auf Italienisch und Deutsch veröffentlicht.

Die Verwaltungsbehörde garantiert, dass potenzielle Begünstigte Zugang zu folgenden Informationen haben, welche angemessen auf der Programmwebseite veröffentlicht und aktualisiert werden:

- Finanzierungsmöglichkeiten und Aufrufe zur Einreichung von Projekten;
- Förderfähigkeitsregeln der Ausgaben für die Begünstigten, die durch das operative Programm finanziert werden;
- Beschreibung der Kontrollverfahren der Ausgabenabrechnung und diesbezügliche Termine;
- Einzuhaltende Auswahlkriterien der Vorhaben;

- Kontaktdaten auf Landesebene, die Informationen zum operativen Programm liefern können;
- Verantwortung der effektiven Begünstigten, welche die Öffentlichkeit über das Ziel des Vorhabens und die finanzielle Unterstützung durch den Fonds informieren müssen.

Programmdesign und – image

Ein einheitliches, leicht erkennbares und koordiniertes Programmdesign hat zum Ziel, die Kommunikation und die Verbreitung der Informationen zu vereinfachen, sei es für die Programmbehörden als auch für die Begünstigten selbst.

Der erste Schritt zur Entwicklung eines Programmimage war das **Logo** neu zu gestalten, damit das Programm vom Publikum erkennbar und identifizierbar ist. Folgendes Programmlogo soll im Einklang mit den Leitlinien zu den Informations- und Kommunikationsmaßnahmen des Programms verwendet werden. Das EFRE-Logo kann in verschiedenen Formaten und Versionen von der Programmwebseite heruntergeladen werden:

<http://www.provinz.bz.it/europa/de/eu-foerderung/programmlogo.asp>



Mit der Absicht Synergien mit anderen Programmen in Südtirol zu schaffen, wurde die grafische Gestaltung des OP EFRE-Logos und der Ikonen der Prioritätsachsen jenen der anderen Programme angeglichen. Folgende vier Ikonen werden bei Bedarf einer grafischen Veranschaulichung der Achsen des OP EFRE eingesetzt:



Achse 1 – Forschung und Innovation



Achse 2 – Digitales Umfeld



Achse 3 – Nachhaltige Umwelt



Achse 4 – Sicherer Lebensraum

Die Verwaltungsbehörde wird eine koordinierte grafische Gestaltung für die verbreitete und veröffentlichte Dokumentation (operationelles Programm, Dokumente, Präsentationen, Formulare, usw.) anwenden, welche sich in der Farbwahl (Grüntöne) am Programmlogo orientiert.

Die Verwaltungsbehörde hat für Kommunikationszwecke ebenfalls einen Programmslogan entwickelt, der optional verwendet werden kann:

regional. innovativ. nachhaltig.
regionale. innovativo. sostenibile.

3.2.3 Übersicht der Kommunikationsinstrumente und -kanäle und der Zielgruppen

In der folgenden Tabelle kann man die wichtigsten Kommunikationsinstrumente und – kanäle, welche im Programm verwendet werden und die am meisten davon betroffenen Zielgruppen, entnehmen:

ZIELGRUPPEN INSTRUMENTE UND KANÄLE	PUBLIKUM	POTENZIELLE BEGÜNSTIGTE	EFFEKTIVE BEGÜNSTIGTE	MULTIPLIKATOREN
Informationsveranstaltungen zum Programm	✗	✗	✗	✗
Aktualisierung der Webseite	✗	✗	✗	✗
Aktualisierung der News / Newsletter / Social media	✗	✗	✗	✗
Pressekonferenzen und – mitteilungen	✗	✗	✗	✗
Artikel in lokaler Presse und Fachpresse	✗	✗	✗	✗
Berichte auf lokalen Radiosendern	✗	✗	✗	✗
Spezifische Seminare und Workshops		✗	✗	
Informationsmaterial	✗	✗	✗	✗
Werbematerial	✗	✗	✗	✗

4. Budget

Für die Durchführung der Kommunikationsstrategie ist für die ganze Programmperiode ein Budget von insgesamt **Euro 382.540,00** veranschlagt.

Die Kosten für die Umsetzung der Strategie werden ab dem Jahr 2015 getragen. Die ersten Vorbereitungskosten für Information und Kommunikation für die Programmperiode 2014-2020, welche in die Jahre 2014 und Anfang 2015 fallen, wurden durch die Technische Hilfe der Programmperiode 2007-2013 finanziert (laut Artikel 46 des Beschlusses der Kommission vom 20.03.2013 zur Annahme der Leitlinien für den Abschluss der operationellen Programme 2007-2013).

Folgende Tabelle gilt als Übersicht über die Jahrestanchen der verfügbaren Ressourcen für Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, wie sie im Finanzplan vorgesehen sind. Die angeführten Daten sind indikativ und können je nach Bedürfnis im Laufe der Programmdurchführung angepasst werden.

Technische Hilfe Information und Kommunikation		
JAHR		GESAMT
2014	13,45%	51.454 €
2015	13,72%	52.484 €
2016	13,99%	53.534 €
2017	14,27%	54.606 €
2018	14,56%	55.699 €
2019	14,85%	56.814 €
2020	15,15%	57.949 €
GESAMT	100,00%	382.540 €

Es folgt die vorgesehene Aufschlüsselung der indikativen Ressourcen nach Informations- und Kommunikationsinstrumenten und -kanälen:

INSTRUMENTE UND KANÄLE	Vorgesehene Ausgaben in Euro	Anteil auf Gesamtsumme in %
Informationsevents zum Programm	76.500	20
Aktualisierung der Webseite	11.400	3
Aktualisierung der News / Newsletter / Social media	19.100	5
Pressekonferenzen und –mitteilungen	19.100	5
Artikel in lokaler und Fachpresse	30.600	8
Berichte auf lokalen Radiosendern	38.200	10
Spezifische Seminare und Workshops	45.900	12
Informationsmaterial	76.500	20
Werbematerial	65.000	17

5. Organisation und Governance der Kommunikation

Die **verantwortliche Behörde** zur Durchführung dieser Strategie ist die Verwaltungsbehörde des Programms "Investitionen in Wachstum und Beschäftigung" EFRE 2014-2020:

Dr. Peter Gamper
Amt für europäische Integration
Autonome Provinz Bozen - Südtirol
Gerbergasse 69
I-39100 Bozen

Laut Artikel 117 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 wird die **Informations- und Kommunikationsbeauftragte** für das Programm benannt, welche für die Koordinierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen auf operativer Programmebene zuständig ist:

Dr. Kathrin Oberrauch
Amt für europäische Integration
Autonome Provinz Bozen - Südtirol
Tel. 0471 413160
Fax 0471 413189
E-mail: efre@provinz.bz.it

Der Verantwortlichen steht die allgemeine Koordinierung der in dieser Strategie vorgesehenen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sowie die Überwachung der Erfüllung folgender zusätzlicher Verpflichtungen der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (Artikel 111, 115, 116 und Anhang XII), zu:

- Vorlage der Kommunikationsstrategie für deren Genehmigung durch den Begleitausschuss innerhalb von 6 Monaten nach der Annahme des OP;
- Vorschläge für eventuelle Änderungen der Kommunikationsstrategie im Laufe der Programmierung für deren Genehmigung an den Begleitausschuss;

- Jährliche Information an den Begleitausschuss über die Fortschritte bei der Durchführung der Kommunikationsstrategie, durch Bereitstellung angemessener Informationen über den Fortschritt, die umgesetzten Maßnahmen, der verwendeten Kommunikationsmittel, der erzielten Ergebnisse, sowie die für das darauf folgende Jahr geplanten Maßnahmen;
- Informationen zu den Ergebnissen der Bewertungsmaßnahmen der Kommunikationsstrategie;
- Eintragung der Ergebnisse der im Rahmen der Kommunikationsstrategie umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen in die jährlichen Durchführungsberichte, eingereicht 2017 und 2019; sowie
- in den Abschlussbericht.

Das Presseamt der Autonomen Provinz Bozen - Südtirol unterstützt die Verwaltungsbehörde bei der Kommunikation des OP EFRE, vor allem bei den Initiativen von öffentlichem Interesse. Zudem hat es die Aufgabe, - kontinuierlich, zeitnah und transparent – über die Tätigkeit der Landesregierung und der Landesverwaltung zu informieren und nutzt dazu verschiedene Kanäle, nicht zuletzt die Internetseiten. Über die eigene Webseite informiert das Presseamt mehr als 200 Redaktionen - Presse, TV, Radio, Agenturen oder online - in Südtirol und außerhalb der Landesgrenzen. Die Mitteilungen sind in deutscher und italienischer, und wo angebracht auch in ladinischer Sprache verfasst.

In Bezug auf **Governance** sind landesweit gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen vorgesehen:

- Das Zentrum **Europe Direct** von Bozen arbeitet in engem Kontakt mit dem OP EFRE, indem es die Bürger über den Stand und die Neuheiten des Programms informiert. Es bedient sich verschiedener Kanäle wie das Facebook-Profil (<https://www.facebook.com/edsouthtyrol>) und ein Newsletter, zudem arbeitet es bei der Organisation von Veranstaltungen, Workshops und Seminaren mit, bei denen die breite Öffentlichkeit über die Aktivitäten der EU-Finanzierungen auf lokaler Ebene informiert wird, wie zum Beispiel der Europatag am 9. Mai. Diese Zusammenarbeit wird durch die logistische Nähe sicherlich erleichtert, da sich das Zentrum Europe Direct

sowie die Verwaltungsbehörde des OP EFRE im selben Amt der öffentlichen Verwaltung befinden.

- Um über den Begleitausschuss hinaus eine ausreichende Beteiligung der Partnerschaft im Rahmen der ESI zu gewährleisten (in Bezug auf die Programme des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, des europäischen Sozialfonds und der Europäischen territorialen Zusammenarbeit), wird für alle betroffenen Akteure ein offenes Netzwerk **„Forum Kohäsion“** eingerichtet, durch welches es möglich sein wird, die Mitglieder fortlaufend zu informieren und von Letzteren Anregungen zur Umsetzung der Programme zu erhalten.
- **OpenCoesione** (<http://www.opencoessione.gov.it/>) ist das Portal der in Italien von den Kohäsionspolitiken finanzierten Projekte. Dieses Portal gibt den Bürgern die Möglichkeit zu beurteilen, wie die Geldmittel für die Anforderungen der Gebiete verwendet werden. Über die Webseite hat man einen einfachen Zugriff auf Daten über zugewiesene Geldmittel und Ausgaben, Lokalisierungen, Themenbereiche, an Programmierung und Durchführung beteiligten Personen, Ausführungszeiten und Zahlungen der einzelnen Vorhaben.

6. Strategiebewertung

Es ist eine Überwachungs- und Bewertungstätigkeit der Kommunikationsstrategie vorgesehen, um die Sichtbarkeit des Programms bei den Zielgruppen und das Bewusstsein bei der Bevölkerung zu messen. Gemäß den Vorgaben der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013, Anhang XII, wird die Kommunikationsstrategie bewertet, um Folgendes zu überprüfen:

- den Erreichungsgrad der in der Strategie festgelegten Ziele in Bezug auf Sichtbarkeit und Bekanntheit der Rolle der Europäischen Union und ihrer Auswirkungen auf das Leben der Bürgerinnen und Bürger, sowie der Qualität und Benutzerfreundlichkeit der zum OP EFRE 2014-2020 gelieferten Informationen;
- den Wirkungsgrad der an den ermittelten Zielgruppen durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen.

Für die Überwachung und Bewertung der Kommunikationsstrategie des OP EFRE werden folgende Ergebnis- und Outputindikatoren verwendet.

Die Ergebnisindikatoren:

- Anzahl der Besuche auf der Webseite: dieser Indikator ist im operationellen Programm enthalten, laut dem ein Endwert von 100.000 Besuchen innerhalb 2023 festgelegt worden ist;
- Bekanntheitsgrad des operationellen Programms EFRE unter der Südtiroler Bevölkerung über die Existenz des operationellen EFRE-Programms: Ende Mai 2015 wurde eine Umfrage über den Grad der Kenntnis der auf dem Gebiet aktiven Strukturfonds abgeschlossen (vom FSE der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol beauftragt), die hervorhebt, dass 37% der Befragten (der Fragebogen wurde an Stichproben von 1.000 Volljährigen, repräsentativ für die Bevölkerung der Autonomen Provinz Bozen, verteilt) die Finanzierung der EU durch den „Europäischen Fonds für regionale Entwicklung – EFRE“ kennt. Ausgehend von diesen Daten ist ein Endziel festgesetzt worden, nämlich, dass bis 2023 45% der Südtiroler Bevölkerung das OP EFRE kennen wird.

Die Outputindikatoren:

- Anzahl der zum Programm organisierten Informationsveranstaltungen;
- Anzahl der zum Programm herausgegebenen Pressemitteilungen;
- Anzahl der Artikel in lokaler und Fachpresse;
- Anzahl der Übertragungen auf lokalen Radiosendern;
- Anzahl der spezifischen Seminare und Workshops;
- Anzahl der Teilnehmer (an Veranstaltungen, Seminaren, Workshops, usw.);
- Anzahl des hergestellten Informationsmaterials (Flyer, Prospekte, Broschüren, Publikationen, usw.);
- Anzahl des hergestellten Promotionsmaterials;

Wie vom Artikel 111 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 vorgesehen, enthalten die 2017 und 2019 eingereichten Durchführungsberichte und der Endbericht die Bewertung der Ergebnisse der im Rahmen der Kommunikationsstrategie umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen.

Die Ergebnisse der Bewertungen zu den umgesetzten Maßnahmen werden dazu verwendet, eventuelle Änderungen an der ursprünglichen Kommunikationsstrategie und den in diesem Dokument vorgesehenen Interventionen anzubringen. Die Ergebnisse der Bewertungen werden regelmäßig auf der Webseite des Programms veröffentlicht.

7. Informations- und Kommunikationsmaßnahmen für das darauf folgende Jahr

Wie in der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013, Anhang XII Absatz 4 vorgesehen, sieht die Kommunikationsstrategie eine jährliche Aktualisierung vor, in der die für das darauf folgende Jahr geplanten Maßnahmen wiedergegeben sind.

Auf der Grundlage der Umsetzung des Programmzeitraums 2014-2020 und der erzielten Ergebnisse, bereitet die Verwaltungsbehörde jährlich entsprechende Informationen für den Begleitausschuss vor, welche die im darauf folgenden Jahr geplanten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen enthalten.

Gemäß Artikel 116 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 werden diese Informationen jährlich dem Begleitausschuss vorgestellt, der, wo er es für angebracht hält, seine Meinung dazu äußern kann.

In der Folge wird der **Zeitplan** der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die das Programm umzusetzen beabsichtigt, vorgestellt.

Maßnahmen	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021-2023
Auftaktveranstaltung des Programms		x						
Jahresevent zum Programm			x	x	x	x	x	x
Abschlussevent zum Programm								x
Aktualisierung der Webseite	x	x	x	x	x	x	x	x
Aktualisierung der News / Newsletter / Social media	x	x	x	x	x	x	x	x
Pressekonferenzen und – mitteilungen	x	x	x	x	x	x	x	x
Artikel in Lokal- und Fachpresse	x	x	x	x	x	x	x	x
Berichte auf lokalen Radiosendern	x	x	x	x	x	x	x	x
Spezifische Seminare und Workshops		x	x	x	x	x	x	

Maßnahmen	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021-2023
Informationsmaterial		x	x			x		x
Promotionsmaterial		x	x	x	x	x	x	