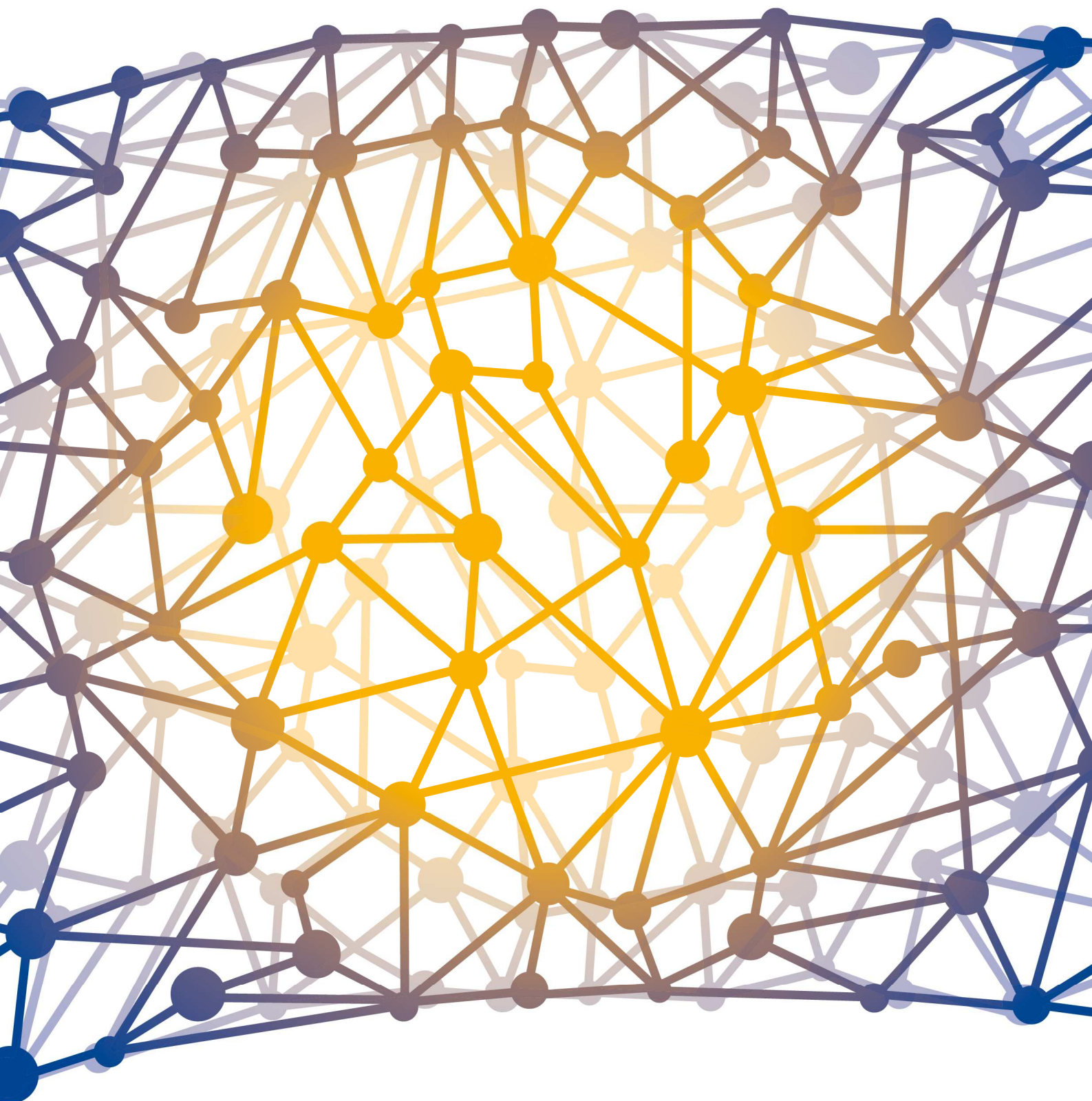


Kommunikationsstrategie 2014-2020



**Eine Chance für alle
Un'opportunità per tutti**

ESF | FSE
Europäischer Sozialfonds
Fondo Sociale Europeo



AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE



Kommunikationsstrategie ESF 2014-2020
Bozen, 20. Juni 2020
Version 2.0

Verwaltungsbehörde des Programms
Europäischer Sozialfonds 2014-2020
Abteilung Europa - ESF-Amt
Autonome Provinz Bozen - Südtirol
Gerbergasse 69
39100 Bozen

Tel. 0471-41 31 30
www.provinz.bz.it/esf
esf@provinz.bz.it

Inhalt

1.	Vorwort.....	4
2.	Ansatz der Kommunikationsstrategie.....	5
2.1.	Strategiemerkmale	5
2.2.	Schwerpunkte der Strategie	6
3.	Ziele der Kommunikationsstrategie	7
3.1.	Die Bevölkerung ist über die Europäische Union, über die Strukturfonds, und im besonderen über den Europäischen Sozialfonds informiert	7
3.2.	Die Ziele des OP ESF 2014-2020 sind bekannt	8
3.3.	(Potentielle) Projektträger und TeilnehmerInnen sind über die Fördermöglichkeiten informiert.....	8
3.4.	Die Bevölkerung ist über die erreichten Ziele informiert	9
4.	Zielgruppen und Kommunikationsmaßnahmen.....	10
4.1.	Breite Öffentlichkeit	10
4.2.	Begünstigte und potentielle Begünstigte	10
4.3.	Teilnehmende	11
4.4.	Multiplikatoren.....	12
5.	Kommunikationsmittel und Kanäle	14
5.1.	Corporate Image.....	14
6.	Besondere Maßnahmen.....	16
6.1.	Maßnahmen für Menschen mit Behinderungen	16
6.2.	Unterstützung der Begünstigten bei Kommunikationsaktivitäten	16
6.2.1.	Handbuch zur Information und Publizität	16
6.2.2.	Unterstützung durch die/den Kommunikationsbeauftragte/n	16
6.2.3.	Unterstützung durch elektronische/digitale Medien und Drucksorten ...	17
7.	Erfahrungen und Ergebnisse aus der Programmperiode 2007-2013.....	18
8.	Bewertung und Monitoring	21
8.1.	Operative Bewertung	21
8.2.	Strategische Bewertung:	21
9.	Budget	23
10.	Geplante Kommunikationsmaßnahmen	24
11.	Zuständige Stelle.....	27

1. Vorwort

Das vorliegende Dokument definiert die Kommunikationsstrategie für das Operationelle Programm des Europäischen Sozialfonds 2014-2020 der Autonomen Provinz Bozen im Rahmen des Ziels „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“.

Das Operationelle Programm der Autonomen Provinz Bozen wurde durch die Europäische Kommission mit der Entscheidung C(2015)4650 vom 6. Juli 2015 sowie nachfolgenden Änderungen und in letzter Fassung durch die Entscheidung C(2018)7997 vom 23. November 2018 genehmigt.

Gemäß der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 Art. 116 Absatz 2 hat der Begleitausschuss die Kommunikationsstrategie am 30.11.2015 in erster Fassung und in überarbeiteter Fassung am 20/06/2019 genehmigt.

Die Kommunikationsstrategie berücksichtigt neben den Vorgaben der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 und der Verordnung (EU) Nr. 1304/2013 auch die Durchführungsverordnung (EU) Nr. 821/2014. Sie dient der Bekanntmachung der Rolle und Errungenschaften der Kohäsionspolitik und des Europäischen Sozialfonds bei den Bürgerinnen und Bürgern der Union, indem über die Ergebnisse und Auswirkungen des Operationellen Programms sowie der geförderten Vorhaben informiert wird.

2. **Ansatz der Kommunikationsstrategie**

2.1. **Strategiemerkmale**

Die vorliegende Kommunikationsstrategie bezieht sich ausschließlich auf das OP ESF 2014-2020, wobei ein **integrierter Ansatz** verfolgt wird, das heißt eine enge Zusammenarbeit mit den anderen Strukturfonds, der Partnerschaft und den institutionellen Kommunikationskanälen der Landesverwaltung der Autonomen Provinz Bozen angestrebt wird.

In erster Linie wird aufgrund der organisatorischen Zugehörigkeit die **Zusammenarbeit innerhalb der Abteilung Europa** der Autonomen Provinz Bozen umgesetzt. Dazu gehören Europe Direct Südtirol sowie die anderen lokal verwalteten Strukturfonds mit Sitz in Bozen, in erster Linie EFRE und INTERREG (Italien-Österreich und Italien-Schweiz).

Diese Zusammenarbeit zeigt sich in der neuen Programmperiode unter anderem durch ein neues Corporate Design der drei Programme ESF, EFRE und INTERREG, bei dem darauf geachtet wird, die genannten Strukturfonds und ihre operationellen Programme auch optisch stärker als Einheit zu präsentieren, wodurch die Sichtbarkeit der Strukturfonds in der Öffentlichkeit gestärkt werden soll.

Darüber hinaus gab es bereits in der vergangenen Programmperiode gemeinsame Kommunikationsinitiativen, die auch in der neuen Programmperiode fortgeführt werden sollen. Dazu gehört zum Beispiel der jährliche gemeinsame Auftritt im Rahmen des Europatages am 9. Mai. Koordinierend tritt dabei **Europe Direct Südtirol** auf, die als erste Anlaufstelle für Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen zu EU-Finanzierungen fungieren. Neben einem Front-Office-Büro bietet Europe Direct Südtirol auch einen Newsletter, betreut eine Facebookseite (<https://www.facebook.com/edsouthtyrol>) und dient somit auch als Informationskanal für den ESF in Südtirol.

Koordiniert durch Europe Direct Südtirol wurden auch bereits in der Anfangsphase der Programmperiode 2014-2020 gemeinsame öffentliche Informationsveranstaltungen organisiert, bei denen die wesentlichen Neuerungen der Programmierung und Inhalte der Operationellen Programme des ESF, Interreg und EFRE vorgestellt sowie Informationen zu Direktfinanzierungen der Europäischen Union gegeben wurden.

Durch die verschiedenen koordinierten Maßnahmen bei der Umsetzung der Europäischen Programme (beispielsweise durch das Netzwerk ESF, Europe Direct Südtirol, Netzwerk der Personen, die im Wirkungsbereich von EU-Institutionen tätig sind) soll - über den Begleitausschuss hinaus - eine stärkere Einbindung der verschiedenen Akteure und Partner in die Umsetzung der Programme bewirkt werden.

Bei der Umsetzung wird eine **differenzierte Strategie** verfolgt. Zum einen wird nach Zielgruppen differenziert, wobei darauf geachtet wird, in einer den Zielgruppen angepassten Sprache und einem adäquaten Kommunikationskanal zu kommunizieren. Zum anderen wird nach Zielen differenziert.

2.2. Schwerpunkte der Strategie

Neben den spezifischen Zielen, die durch die Kommunikationsstrategie verfolgt werden, werden folgende allgemeine Schwerpunkte gelegt:

- die Sichtbarkeit und den Bekanntheitsgrad des Programms ESF 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; im Besonderen durch die Verbreitung jener Projekte und bewährten Verfahren, die dazu beitragen die Projektbeteiligung von Unternehmen und der Bevölkerung im allgemeinen zu erleichtern bzw. erhöhen und damit zu einer besseren Nutzung des Fonds beitragen;
- Partnerschaften/Netzwerke aufzubauen, insbesondere mithilfe von Medien und Europe Direct Südtirol, um den Wirkungsgrad der Kommunikation auf dem Gebiet zu maximieren.

3. Ziele der Kommunikationsstrategie

Die Kommunikationsstrategie des Programms verfolgt ein erstes allgemeines Ziel: über das Operationelle Programm zu informieren, Information und Kommunikation des Programms zu fördern, die Partner so weit wie möglich zu involvieren, um den Bekanntheitsgrad des OP ESF 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 zu den 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 des Operationellen Programms 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 des Operationellen Programms und der Vorhaben.

Auf der Grundlage der vorliegenden Verordnungen, basierend auf einer Analyse der Kommunikationsstrategie der vergangenen Programmperiode und der Umsetzung der ersten Phase der Periode 2014-2020 sowie unter Berücksichtigung der Zielsetzungen des Operationellen Programms, wurden folgende Ziele abgeleitet:

3.1. Die Bevölkerung ist über die Europäische Union, über die Strukturfonds, und im Besonderen über den Europäischen Sozialfonds informiert

Eines der Metaziele der Kommunikationsstrategie ist es, in der Bevölkerung die Rolle der Europäischen Union zu stärken.

Dabei geht es in erster Linie darum, die Bevölkerung dafür zu sensibilisieren, dass die Europäische Union kein weit entferntes und abstraktes Gebilde ist, sondern konkret auch vor Ort und für die Bürger Südtirols finanzielle Unterstützung bietet. Damit werden die Lebenschancen der Menschen, der Zugang zum Arbeitsmarkt und die Aufrechterhaltung der Beschäftigung verbessert, es wird in die Bildung investiert und zur sozialen Eingliederung von Menschen beigetragen, wodurch die Armut bekämpft bzw. ihr vorgebeugt und die Erreichung der Chancengleichheit gefördert wird.

Mittel/ Zielerreichung:

- Internetseite des ESF-Amtes, welche einführende Informationen und eine Verlinkung zu den institutionellen Seiten der Europäischen Union bietet, sowie eine Liste der Projekte und Begünstigten, eine Liste der offenen Kurse, die Vorstellung von Best Practice Projekten, eine Zusammenstellung interessanter ESF-Veröffentlichungen etc. beinhaltet;
- Zusammenarbeit mit Europe Direct Südtirol;
- Bei jeder finanzierten Maßnahme sowie bei den Informations- und Kommunikationsmaßnahmen und -produkten muss das eigens entwickelte Logo des Europäischen Sozialfonds der Autonomen Provinz verwendet werden, das das Unionslogo mit einbindet und somit sicherstellt, dass bei allen Maßnahmen auf die finanzielle Unterstützung der Europäischen Union hingewiesen wird;

- Anbringung der EU-Fahne bei Events des ESF-Amtes;
- Verbreitung von Hintergrundinformationen anlässlich spezifischer Events oder Mitteilungen des Amtes;
- Jährliche Informationsveranstaltungen, auch in Zusammenarbeit mit anderen Programmen.

3.2. Die Ziele des OP ESF 2014-2020 sind bekannt

Zentrales Ziel der Kommunikationsstrategie ist es, die Inhalte und Ziele des Operationellen Programms des ESF 2014-2020 für die Autonome Provinz Bozen bekannt zu machen.

Unter anderem sollen dabei folgende zentrale Fragen in einer für alle Bürgerinnen und Bürger verständlichen Sprache und detailliert für die einzelnen Zielgruppen geklärt werden:

- Wofür steht der ESF? (Allgemeine Informationen zur Geschichte und Funktion des Europäischen Sozialfonds);
- Was finanziert der ESF? (Infos zu den Finanzierungsachsen)
- Was sind Ziele und Strategie des ESF in Südtirol 2014-2020?;
- Wer kann eine ESF-Finanzierung erhalten? (Informationen über und für Endbegünstigte/Nutzníeßer sowie Begünstigte);
- Was hat der ESF bereits finanziert/ erreicht? (Informationen zu Beispielen von Vorhaben und zum Fortschritt bei der Umsetzung des Programms).

Mittel/ Zielerreichung:

- Nutzung einer klaren Corporate Identity;
- Auftaktveranstaltung und jährliche Informations-Veranstaltungen, auch in Zusammenarbeit mit anderen Programmen;
- Klar strukturierte und verständlich aufgearbeitete Informationen zum Operationellen Programm und den gesetzten Zielen mittels verschiedener Kommunikationskanäle;
- Einbindung der Begünstigten in die Kommunikationsstrategie;
- Information und Austausch mit den Stakeholdern;
- Internetseite des ESF-Amtes mit einer Datenbank der Veröffentlichungen, welche vom ESF finanziert wurden bzw. andere ESF-relevante Veröffentlichungen, FAQ etc.;
- Publikationen, Depliants und Informationsbroschüren (z.B. Kurzversion des Operationellen Programms für BürgerInnen).

3.3. (Potentielle) Projektträger und TeilnehmerInnen sind über die Fördermöglichkeiten informiert

Mit gezielten Kommunikationsmaßnahmen soll sichergestellt werden, dass die Bevölkerung im Allgemeinen und die verschiedenen Zielgruppen im Besonderen in einfach zugänglicher, unmittelbarer Art und Weise über die Fördermöglichkeiten des Europäischen Sozialfonds in der Autonomen Provinz Bozen informiert sind. Dies ist ein wichtiger Beitrag zur Transparenz, Zugänglichkeit und Unparteilichkeit des Einsatzes der finanziellen Mittel und der Umsetzung des Operationellen Programms und soll zudem die Teilnahme an den Maßnahmen fördern.

Zur Erreichung dieses Ziels sollen die Informationen zielgruppengerecht vermittelt werden (siehe Abschnitt Zielgruppen der vorliegenden Kommunikationsstrategie).

Mittel/ Zielerreichung:

- Klar strukturierte und verständlich aufgearbeitete Informationen zum Operationellen Programm und den gesetzten Zielen mittels verschiedener Kommunikationskanäle;
- Internetseite des ESF-Amtes mit detaillierten Informationen zu Ausschreibungen und angebotenen Kursen;
- Handbücher und Leitfäden zur Einreichung, Bewertung, Umsetzung und Abrechnung von Projekten;
- Jährliche Veranstaltungen des ESF-Amtes, auch in Zusammenarbeit mit den anderen Programmen;
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit;
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Projektträger;
- Informationsveranstaltungen zu den einzelnen Finanzierungsmöglichkeiten;
- Publikationen, Depliants und Informationsbroschüren;
- Nutzung öffentlicher Werbeflächen.

3.4. Die Bevölkerung ist über die erreichten Ziele informiert

Ein zentrales Element für die Bekanntmachung der Tätigkeiten der Europäischen Union und des Europäischen Sozialfonds im Allgemeinen, sowie des Beitrags des Europäischen Sozialfonds zur wirtschaftlichen Weiterentwicklung der Autonomen Provinz Bozen ist die Information und Verbreitung der erzielten Ergebnisse.

In der Programmperiode 2014-2020 soll verstärkt in diesen Bereich investiert werden. Damit soll zum einen über den ESF, seine Ziele und Tätigkeiten informiert werden, auf der anderen Seite aber auch ein Mehrwert der realisierten Projekte erzielt werden, indem die Ergebnisse der Projekte strukturierter und besser verbreitet werden.

Mittel/ Zielerreichung:

- Internetseite des ESF-Amtes mit Datenbank der Veröffentlichungen, die vom ESF finanziert wurden, bzw. andere ESF-relevante Veröffentlichungen und Bewertungsberichte;
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit;
- Jährliche Veranstaltung und themenspezifische Veranstaltungen des ESF, auch in Zusammenarbeit mit den anderen Programmen;
- Publikationen, Depliants und Informationsbroschüren;
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Projektträger.

4. Zielgruppen und Kommunikationsmaßnahmen

Für die Kommunikationsstrategie wurden in Übereinstimmung mit den Vorgaben der Europäischen Kommission laut Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 verschiedene Zielgruppen definiert, die gezielt angesprochen werden.

4.1. Breite Öffentlichkeit

Die Öffentlichkeit umfasst die gesamte Südtiroler Bevölkerung und schließt somit alle anderen spezifischen Zielgruppen mit ein. Es geht darum, alle potentiellen Leistungsempfänger über die Ziele und Finanzierungsmöglichkeiten des Europäischen Sozialfonds zu informieren. Darüber hinaus geht es darum, die Bürger der Autonomen Provinz Bozen über den Fortschritt bei der Umsetzung des Programms, über die Ergebnisse der Projekte und somit letztlich über den Einsatz ihrer Steuergelder zu informieren.

Maßnahmen für die Öffentlichkeit

- Auftaktveranstaltung zum Beginn der Programmperiode;
- Jährliche Informationsveranstaltung, auch in Zusammenarbeit mit anderen Programmen;
- Depliants und Informationsbroschüren (z. B. Zusammenfassung des Operationellen Programms ESF 2014-2020 in einfacher Sprache in einer übersichtlich gestalteten Broschüre etc.);
- Werbematerial;
- Themenspezifische Veranstaltungen (z.B. zur Verbreitung von erreichten Ergebnissen, zu den Ausschreibungen etc.);
- Internetseite des ESF-Amtes mit allgemeinen Informationen zum ESF und mit spezifischen Inhalten (z.B. Veröffentlichung der Ausschreibungen zur Projekteinreichung, Liste der Projekte und Begünstigten, Liste der offenen Kurse, Vorstellung von Best Practice Projekten, Zusammenstellung interessanter ESF-Veröffentlichungen etc.).

4.2. Begünstigte und potentielle Begünstigte

Wie auch von der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 vorgesehen, stellt die Verwaltungsbehörde sicher, dass möglichst viele potenzielle Begünstigte und alle Interessenträger über die Strategie des Operationellen Programms, die damit verfolgten Ziele und die gebotenen Finanzierungsmöglichkeiten informiert werden.

In diesem Zusammenhang sind spezielle Imagekampagnen zur Stärkung der Wahrnehmung und Anregung zur Teilnahme an den Ausschreibungen, sowie Kommunikationsmaßnahmen für Begünstigte und potentielle Begünstigte geplant, die kontinuierlich aktuelle Informationen zum Operationellen Programm und den jeweiligen Ausschreibungen bieten. Zentrales Kommunikationsmittel ist dabei die Internetseite des ESF-Amtes, die Informationen jeweils auf dem neuesten Stand bietet.

Darüber hinaus werden die Begünstigten in die Kommunikationsstrategie besonders eingebunden, da ihnen gemäß Verordnung (EU) Nr. 1303/2013, Anhang XII, Absatz 2.2 selbst aktive Aufgaben im Rahmen der Kommunikation und Information von ESF-Maßnahmen zukommen. Siehe dazu Abschnitt 6.2 der vorliegenden Kommunikationsstrategie.

Maßnahmen für die potentiellen Begünstigten

- Auftaktveranstaltung zum Beginn der Programmperiode
- Jährliche Informationsveranstaltung, auch in Zusammenarbeit mit anderen Programmen;
- Pressekonferenzen und Pressemitteilungen;
- Depliants und Informationsbroschüren (z. B. Zusammenfassung des Operationellen Programms ESF 2014-2020 in einfacher Sprache in einer übersichtlich gestalteten Broschüre etc.);
- Themenspezifische Veranstaltungen (z.B. zur Verbreitung von erreichten Ergebnissen, zu den Ausschreibungen etc.);
- Internetseite des ESF-Amtes mit allgemeinen Informationen zum ESF und mit spezifischen Inhalten (z.B. Veröffentlichung der Ausschreibungen zur Projekteinreichung, Liste der Projekte und Begünstigten, Liste der offenen Kurse, Vorstellung von Best Practice Projekten, Zusammenstellung interessanter ESF-Veröffentlichungen etc.);
- Newsletter und Social media;
- Nutzung öffentlicher Werbeflächen.

Maßnahmen für die Begünstigten

- Auftaktveranstaltung zum Beginn der Programmperiode;
- Jährliche Informationsveranstaltung, auch in Zusammenarbeit mit anderen Programmen;
- Pressekonferenzen und Pressemitteilungen;
- Depliants und Informationsbroschüren (z. B. Zusammenfassung des Operationellen Programms ESF 2014-2020 in einfacher Sprache in einer übersichtlich gestalteten Broschüre etc.);
- Themenspezifische Veranstaltungen (z.B. zur Verbreitung von erreichten Ergebnissen, zu den Ausschreibungen etc.);
- Internetseite des ESF-Amtes mit allgemeinen Informationen zum ESF und mit spezifischen Inhalten (z.B. Veröffentlichung der Ausschreibungen zur Projekteinreichung, Liste der Projekte und Begünstigten, Liste der offenen Kurse, Vorstellung von Best Practice Projekten, Zusammenstellung interessanter ESF-Veröffentlichungen etc.);
- Newsletter und Social media;
- Spezifische Informations- und Weiterbildungsveranstaltungen (z.B. zur Zulässigkeit von Kosten, rechtliche Fortbildungen z.B. zur Anwendung der Staatsbeihilfenregelung etc.);
- Nutzung öffentlicher Werbeflächen.

4.3. Teilnehmende

Die Information der TeilnehmerInnen erfolgt auf zwei Ebenen: zum einen durch die Informationsmaßnahmen der Verwaltungsbehörde, zum anderen durch die Öffentlichkeitsarbeit der Projektträger (Begünstigten). Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf eine breit gefächerte und leicht verständliche Information gelegt, um so vielen Menschen wie möglich den Zugang zu den Interventionen des Europäischen Sozialfonds zu gewähren.

Maßnahmen für Teilnehmende

- Informationen und Werbung über Multiplikatoren;
- Internetseite des ESF-Amtes;
- Kursdatenbank auf der Internetseite, die über aktuelle und zukünftige Kurse und Veranstaltungen informiert;
- Informationsmaterial, Flyer und Depliants.

4.4. Multiplikatoren

Medien

Medien sind wichtige Partner bei der Verbreitung allgemeiner Informationen, aber auch der Ergebnisse im Zuge der Umsetzung des Programms. In erster Linie werden Medien durch Pressekonferenzen bzw. Pressemitteilungen über aktuelle Ereignisse und Ergebnisse informiert. Anlässe bieten beispielsweise Sitzungen des Begleitausschusses und Veranstaltungen des ESF-Amtes. Darüber hinaus wird versucht, den Medien Informationen zur Verfügung zu stellen, die zu bestimmten Daten und Themen zur Berichterstattung veranlassen können (z.B. Europatag, Europawahl 2019 u.a.m.).

Bei der Kommunikation mit den Medien wird auf die gute und enge Zusammenarbeit mit dem Landespresseamt gebaut, welches das zentrale Organ für Öffentlichkeitsarbeit der Autonomen Provinz Bozen ist und auch die Verwaltungsbehörde des Europäischen Sozialfonds bei seiner Öffentlichkeitsarbeit unterstützt.

Darüber hinaus ist die Nutzung Sozialer Medien geplant, oder im Allgemeinen: des Internets.

Partner

Die Verordnungen der Europäischen Kommission sehen für die Programmperiode 2014-2020 eine verstärkte Einbindung der Partner in die Programmplanung und in die Umsetzung des Operationellen Programms vor. Entsprechend sollen die Partner auch in der Kommunikation besonders berücksichtigt werden, zum Beispiel durch die Einbindung der Sozialpartner, wenn es darum geht Unternehmen und Bürger über neue Finanzierungsmöglichkeiten und Ausschreibungen zu informieren.

Begünstigte/ Projektträger

Auch die Projektträger sind als Multiplikatoren zu verstehen, wenn es darum geht, den Projektteilnehmern aber auch der breiten Öffentlichkeit Informationen zu vermitteln. Sie sind es, die kapillar vor Ort mittels konkreter Projekte direkt und indirekt durch Ihre Tätigkeit darüber informieren, wie die Gelder des Europäischen Sozialfonds eingesetzt werden und wie der Europäische Sozialfonds somit die Chancen jedes Einzelnen verbessern kann.

Um eine umfassende und einheitliche Information gewährleisten zu können, müssen die Begünstigten enger in die Kommunikationsstrategie eingebunden werden. Nähere Informationen dazu im Kapitel 6.2. „Unterstützung der Begünstigten bei Kommunikationsaktivitäten“.

Maßnahmen für Multiplikatoren

- Pressekonferenzen und Pressemitteilungen;
- Plakataktionen;
- Öffentliche Veranstaltungen, einschließlich der jährlichen Informationsveranstaltung;

- Online-Kampagnen, Newsletter und Social media;
- Informationen über Radio und TV und Kino;
- Informationsmaterial, Depliants und Video.

5. Kommunikationsmittel und Kanäle

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

Kanal \ Zielgruppen	Publikum	Potentielle Begünstigte	Begünstigte	Teilnehmende	Multiplikatoren
Internetseite	X	X	X	X	X
Pressekonferenzen- und Mitteilungen	X	X	X	X	X
Depliants und Informationsbroschüren	X	X	X	X	X
Informationsveranstaltungen	X	X	X	X	X
Spezifische Seminare und Veranstaltungen		X	X		X
Newsletter/ Social media		X	X		X
Werbematerial	X	X	X	X	X

5.1. Corporate Image

Ein klares und einheitliches Corporate Design hat den Vorteil, einen hohen Wiedererkennungseffekt zu generieren und die Zugehörigkeit der verschiedenen, im Rahmen des Operationellen Programms umgesetzten Maßnahmen optisch zu bündeln.

Nach zwei Programmperioden hat die Verwaltungsbehörde für die Förderperiode 2014-2020 ein neues Logo und ein neues Corporate Design entwickelt. Dabei sollten das neue Logo und CD drei wesentliche Elemente vereinen: 1. Das Logo soll in erster Linie die Einhaltung der Vorgaben gemäß VO 821/2014 (im Besonderen Anhang II) gewährleisten und das Emblem der Republik Italien und das Logo der Autonomen Provinz Bozen optisch ansprechend vereinen. 2. Das Logo soll optisch mit den beiden Fonds EFRE und Interreg der Abteilung Europa abgestimmt sein, um ein abgerundetes Gesamtbild zu ergeben und die Synergien der Fonds zu unterstreichen. 3. Vor allem soll das Logo schließlich durch die Farbgebung eine Kontinuität zum mittlerweile sehr bekannten Logo des Europäischen Sozialfonds unterstreichen.

ESF | FSE
Europäischer Sozialfonds
Fondo Sociale Europeo



AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE

Abbildung 1: Neues Logo des Europäischen Sozialfonds Operationelles Programm 2014-2020

Für Begünstigte hat die Verwaltungsbehörde ein Handbuch zur Anwendung des Logos ausgearbeitet, welches ein Bestandteil des Handbuchs für die Verwaltung und Abrechnung der Projekte ist.

Für den Auftritt der Verwaltungsbehörde wurde ein eigenes Corporate Image entwickelt, welches für alle Produkte und Veröffentlichungen (Operationelles Programm, Dokumente, Präsentationen etc.) verwendet werden soll. Dabei wurde ein Sujet-Bild ausgearbeitet, das auch als Symbol für die fünf Förderachsen dienen kann:

- Achse 1 – Beschäftigung: das Netzwerk als Symbol für einen gut vernetzten und damit gut funktionierenden Arbeitsmarkt und gleichzeitig als Symbol einer positiven Integration in den Arbeitsmarkt, auch der Randgruppen;
- Achse 2 – Soziale Eingliederung: das Netzwerk als Symbol des sozialen Netzwerks und der Sozialen Inklusion;
- Achse 3 – Bildung: Netzwerk als Symbol der Synapsen, Sinnbild für die Investition in die Bildung und die Fertigkeiten der Menschen;
- Achse 4 - Institutionelle und administrative Kapazitäten: das Netzwerk als Symbol einer verknüpften und somit gut funktionierenden öffentlichen Verwaltung;
- Achse 5 – Technische Hilfe: das Netzwerk als Symbol für die technische Hilfe bei der Umsetzung des Operationellen Programms.

Der verwendete Slogan steht darüber hinaus für die zentrale Botschaft des Operationellen Programms:

ESF- Eine Chance für alle

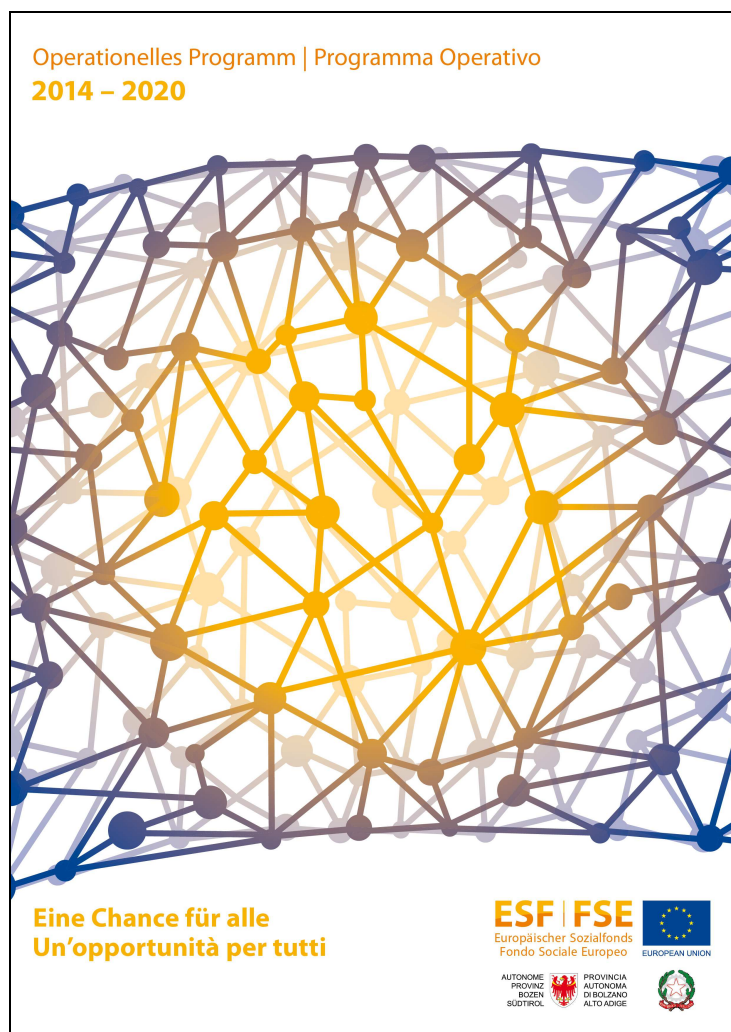


Abbildung 2: Beispiel einer Publikation im neuen Corporate

6. Besondere Maßnahmen

6.1. Maßnahmen für Menschen mit Behinderungen

Der Internetauftritt des ESF-Amtes erfolgt im Rahmen des Südtiroler Bürgernetzes, welches das Portal der Öffentlichen Verwaltung der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol darstellt. Das Bürgernetz erfüllt seit 2004 die Vorgaben für Barrierefreiheit der Web Accessibility Initiative (WAI) nach Vorgabe des Gesetzes Nr. 4 vom 9. Jänner 2004 (*Legge Stanca*) und wurde inzwischen mit etlichen Preisen bedacht.

Es wird darauf geachtet, dass vor allem die grundlegenden Dokumente in leichter Sprache zur Verfügung gestellt werden. Bei öffentlichen Veranstaltungen im Rahmen der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen wird auf einen barrierefreien Zugang zum Veranstaltungsort geachtet. Sofern TeilnehmerInnen besondere Bedürfnisse (z.B. den Bedarf eines Gebärdendolmetschers) haben, so kann dies der Verwaltungsbehörde mitgeteilt werden.

6.2. Unterstützung der Begünstigten bei Kommunikationsaktivitäten

Um eine umfassende Verbreitung der Informationen über den Europäischen Sozialfonds, die Projekte und Ergebnisse zu garantieren, werden die Begünstigten auf vielfältige Art und Weise Unterstützung bei ihren Kommunikationsaktivitäten erhalten. Dadurch soll zum einen sichergestellt werden, dass die Begünstigten ihre Aufgaben laut Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 einhalten und zum anderen ein einheitliches Erscheinungsbild der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen für die Öffentlichkeit garantiert wird.

6.2.1. Handbuch zur Information und Publizität

Wie in der vergangenen Programmperiode steht den Projektträgern online auf der Internetseite des ESF ein „Handbuch zu den Informations- und Publizitätsmaßnahmen und zur Verwendung des Logos“ zur Verfügung. Dieses Handbuch enthält klar formulierte Vorschriften zur Anwendung des Logos mit Anwendungsbeispielen und stellt somit für die Begünstigten eine Hilfe für die korrekte Verwendung des Logos dar. Zugleich stellt es sicher, dass die Projektträger auch das Unionslogo korrekt verwenden.

Das Handbuch berücksichtigt sowohl verschiedene Anwendungsmöglichkeiten im Rahmen von Webauftritten/ digitalen Medien als auch die üblichen Printformate.

6.2.2. Unterstützung durch die/den Kommunikationsbeauftragte/n

Der/die Kommunikationsbeauftragte des ESF steht für Begünstigte als zentraler Ansprechpartner für jegliche Fragen zur Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung. Er gibt Hilfestellung bei Fragen zur Information und Publizität sowie zur Umsetzung der Aufgaben der Begünstigten gemäß Anhang XII Nr. 2.2 Verordnung (EU) Nr. 1303/2013.

Aktuelle Informationen für die Begünstigten werden, neben einer Veröffentlichung auf der Webseite, bei Bedarf durch Rundschreiben oder einen Newsletter an potenziell Begünstigte und Begünstigte veröffentlicht.

6.2.3. Unterstützung durch elektronische/digitale Medien und Drucksorten

Viele Informationsmaterialien werden den Begünstigten online und zum Download auf der Webseite des ESF zur Verfügung gestellt. Folgende Materialien können u.a. abgerufen werden:

- Operationelles Programm;
- Grundlagentexte und ESF-relevante Europäische Verordnungen;
- Förderhinweise und Förderbedingungen;
- Merkblätter und Leitfäden;
- Formulare;
- Mustertexte;
- Unionslogo bzw. Logo der Verwaltungsbehörde des Europäischen Sozialfonds der Autonomen Provinz Bozen für verschiedene Anwendungen.

Darüber hinaus stellt das ESF-Amt auch verschiedene Materialien in gedruckter Form zur Verfügung, u.a.:

- Operationelles Programm;
- „Das Programm im Überblick“ – Kurzfassung für die Bürger;
- Verschiedene Informations- und Werbematerialien, die von der Verwaltungsbehörde im Zuge der Umsetzung der Kommunikationsstrategie publiziert werden.

Außerdem stellen die Kosten für Werbemaßnahmen, die die Begünstigten im Rahmen der finanzierten Vorhaben tätigen, sofern sie in Übereinstimmung mit den Bestimmungen der Verordnungen (EU) Nr. 1303/2013 und Nr. 1304/2013 getätigt wurden, zulässige Kosten der Finanzierung dar. Art und Umfang der zulässigen Kosten werden im Rahmen der Verordnungen von der Verwaltungsbehörde definiert.

7. Erfahrungen und Ergebnisse aus der Programmperiode 2007-2013

Durch die Umsetzung der Kommunikationsstrategie in der vorangehenden Programmperiode 2007-2013 konnte - bezogen auf die Wirkung der Maßnahmen auf die Bekanntheit und Umsetzung des Programms des Europäischen Sozialfonds - bereits eine Vielzahl von Erfahrungen gesammelt werden.

Mit zwei repräsentativen Umfragen wurde einmal im Jahr 2011 und wiederholt im Jahr 2015 der Bekanntheitsgrad des Europäischen Sozialfonds in der Autonomen Provinz Bozen und die ihm beigemessene Relevanz bei der Arbeitsplatzsuche erhoben.

Ein Großteil der Bevölkerung gibt an, darüber in Kenntnis zu sein, dass die Provinz Bozen von der Europäischen Union, also von der EU, Gelder bekommt, um die wirtschaftliche Entwicklung im Lande zu fördern (2011: 69%, 2015: 63%) und hat schon einmal etwas vom Europäischen Sozialfonds gehört (2011: 47%, 2015: 58%).

Gleichzeitig wird dem ESF auch in hohem Ausmaß eine eher, bzw. sehr relevante Rolle für die Weiterbildung der Personen und für die Verbesserung ihrer Chancen, eine Arbeit zu finden, zuerkannt (2011: 35%; 2015: 67%).

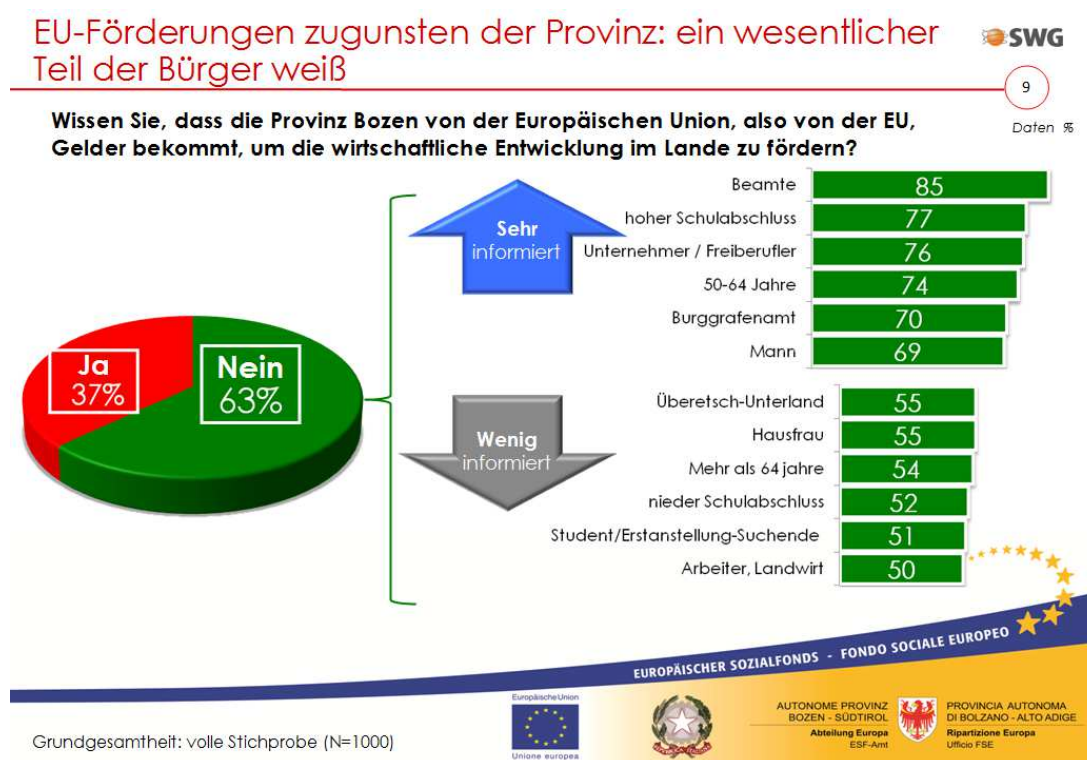


Abbildung 3: Erhebung zum Bekanntheitsgrad des ESF, 2015:
Ein Großteil der Südtiroler weiß von der Investition der Europäischen Union in Südtirol und kennt den ESF.

Perzepte Relevanz des ESF in Bezug auf die Beschäftigung SWG

Wie schützen Sie die Rolle des ESF ein, für die Weiterbildung der Bevölkerung und für ihre Chancen, eine Arbeit zu finden?

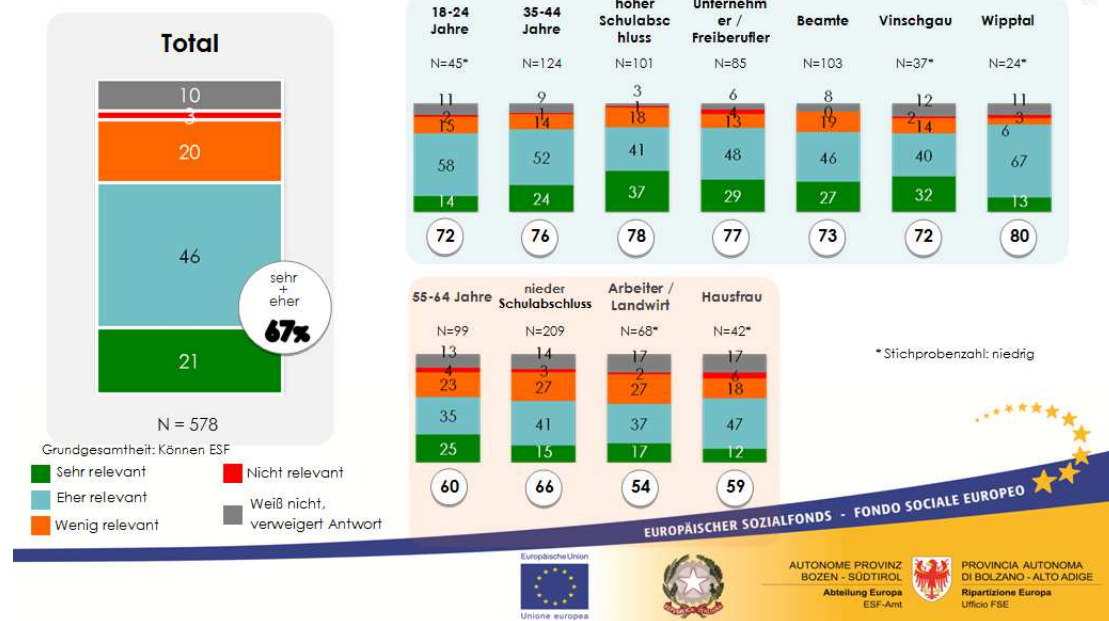


Abbildung 4: Erhebung zum Bekanntheitsgrad des ESF, 2015:
Die Rolle des Europäischen Sozialfonds bei der Weiterbildung und Verbesserung der Chancen bei der Arbeitssuche der Bevölkerung wird als sehr positiv wahrgenommen.

Als wichtigstes Kommunikationsmittel bzw. wichtigster Kommunikationskanal werden dabei Interviews, Artikel und Beiträge in Printmedien, TV, Radio und Internet dargestellt (2011: 34%, 2015: 72%), dicht gefolgt von Werbungen in den verschiedenen Medien, Mundwerbung und Informationsbroschüren/ Publikationen.

Kanal \ Jahr	2011	2015
Interviews/Artikel	34%	72%
Werbung	29%	60%
Über Bekannte	17%	23%
Faltzettel/Broschüren	12%	10%
Berufsberatung/andere Infostelle	10%	7%
Plakate	8%	6%
Messen	5%	6%
Grüne Nummer	1%	1%
anderes		3%

Abbildung 3: Erhebung zum Bekanntheitsgrad des ESF, 2011 und 2015
Die Zielgruppen werden vor allem über die klassischen Kommunikationskanäle erreicht: Printmedien, Radio, TV, Internet, Mundwerbung und Faltzettel.

Die Ergebnisse der Studien zeigen also, dass die in der Programmperiode 2007-2013 umgesetzten Informationstätigkeiten grundsätzlich erfolgreich waren und darum auch in der Programmperiode 2014-2020 weitergeführt werden sollen. Beispielhaft zählen dazu:

- Nutzung eines klaren, wiedererkennbaren Corporate Designs, sowohl für Veranstaltungen und Tätigkeiten der Verwaltungsbehörde als auch jener der Projektträger;
- Verwendung eines einprägsamen Slogans;
- laufende Aktualisierung der Internetseite;
- Kursdatenbank für interessierte TeilnehmerInnen auf der Internetseite;
- Events und Veranstaltungen:
 - o Auftaktveranstaltung am 18. Juni 2007 und Seminar zum Auftakt am 18. März 2008, jährliche Veranstaltungen zum Europatag,
 - o spezifische Seminare und Informationsveranstaltungen, z.B. 25. März 2010: Tagung „Der Europäische Sozialfonds und die Innovation in der öffentlichen Verwaltung“; 5. März 2011: Tagung „Europa 2020 – Eine Entwicklungschance für Europa“; 13. Oktober 2011: Workshop „Europäischer Sozialfonds und die Staatsbeihilfen“;
- Vorstellung der und Information zu den Ausschreibungen durch öffentliche Veranstaltungen, Pressemitteilungen, im Amtsblatt der Region und auf der Internetseite des ESF-Amtes;
- Abkommen mit der RAI-Südtirol, Südtirols öffentlich-rechtlichem Radiosender der Radiotelevisione Italiana S.p.A., zur Ausstrahlung der Sendung „Thema Europa“. Das Abkommen wurde auf Abteilungsebene abgeschlossen und beinhaltet pro Jahr 1-3 Sendungen zum Europäischen Sozialfonds in Südtirol;
- Informationsblätter und Broschüren (z.B. Informationsfaltblatt samt Informationsschreiben für jugendliche SchülerInnen der Maturaklassen);
- Versammlungen des Begleitausschusses mit anschließender öffentlicher Kommunikation der Ergebnisse in Form einer Pressekonferenz oder Pressemitteilung;
- Gemeinsame Informationsveranstaltungen unter der koordinierenden Leitung von Europe Direct Südtirol.

Aus der Analyse der Kommunikationsstrategie der vorangehenden Programmperiode können aber auch Verbesserungspotentiale abgeleitet werden, um die zwar grundsätzlich positiv zu bewertende Öffentlichkeitsarbeit auch positiv weiterzuentwickeln:

- Ergebnisse der Projekte sollen besser publiziert und veröffentlicht werden (stärkt die Präsenz, stärkt das Bild des ESF als Motor der Entwicklung am Arbeitsmarkt);
- Sozialpartner sollen stärker in die Kommunikationsarbeit eingebunden werden;
- Überarbeitung des ESF-Logos (bessere Anwendbarkeit des Logos und damit bessere Akzeptanz durch Projektträger; Vereinheitlichung des Erscheinungsbildes der Abteilung Europa).

8. Bewertung und Monitoring

Die Verwaltungsbehörde führt gemäß Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 eine Bewertung der Öffentlichkeitswirkung und des Bekanntheitsgrades der Strategie, des Operationellen Programms und der Vorhaben durch.

Die Bewertung erfolgt auf zwei Ebenen.

8.1. Operative Bewertung

Es ist eine laufende Kontrolle während der Umsetzung der Strategie (Beispiel Web analytics, Anzahl der TN an Events, Anzahl von Publikationen etc.) geplant.

Für die Analyse werden verschiedene Indikatoren ermittelt:

Kanal	Mittel	Umsetzungsindikator
Internet	Webseite	Zahl der Besucher auf der Internetseite
	Newsletter/ E-Mail-Abo	Anzahl der Abonnements
	Social network	
Informationsmaterialien	Gedruckte Handbücher und Broschüren	Anzahl der Broschüren Auflage
	Informationsmaterial zum Download	Anzahl der Informationsmaterialien Anzahl der Downloads
	Multimedia online	Anzahl der Klicks
Medien/ „Klassische“ Öffentlichkeitsarbeit	Pressekonferenzen	Anzahl der TN
	Pressemitteilungen	Zahl der informierten Print- und sonstigen Medien Anzahl der Berichterstattungen
	Radio-Sendungen	Anzahl der Beiträge
Events	Jährliche und spezifische öffentliche Veranstaltungen	Anzahl der Events Anzahl der TN
	Sitzungen des Begleitausschusses	Anzahl der Treffen

8.2. Strategische Bewertung:

Wie in der vergangenen Programmperiode soll auch für den Programmzeitraum 2014-2020 eine ausführlichere Zwischenanalyse der Umsetzung (2017 und 2019) und eine Endanalyse für die Erarbeitung des Endberichtes erfolgen.

Mit dieser Bewertung soll analysiert werden, inwieweit die gesetzten Ziele der Strategie erreicht wurden bzw., wie der Bekanntheitsgrad der Rolle des Europäischen Sozialfonds in der Autonomen Provinz Bozen ist.

Die Ergebnisse der Bewertungen dienen als Grundlage für die jährliche bzw. die abschließende Berichterstattung der Umsetzung des Programms sowie für die Ausarbeitung der jährlichen Kommunikationspläne.

9. Budget

Für die Durchführung der Kommunikationsstrategie wird - wie im Operationellen Programm für die Achse 5, Technische Hilfe, Tabelle 14 vorgesehen und von der Kommission genehmigt - für die gesamte Programmperiode ein Budget von insgesamt 273.242,30 Euro 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 2014 und zu Beginn des Jahres 2015 getragen wurden, wurden über die Technische Hilfe der Programmperiode 2007-2013 finanziert (gemäß Artikel 46 des Beschlusses der Kommission vom 20.03.2013 zur Annahme der Leitlinien für den Abschluss der operationellen Programme.)

Indikative Aufschlüsselung nach Jahren:

Jahr	Finanzielle Mittel	%
2015	8.013,44 Euro	3%
2016	1.762,00 Euro	1%
2017	22.463,61 Euro	8%
2018	17.664,80 Euro	6%
2019	74.000 Euro	27%
2020	149.338,45 Euro	55%
GESAMT	273.242,30 Euro	100%

Indikative Aufschlüsselung nach Informations- und Kommunikationsmittel:

Instrumente und Kanäle	Vorgesehene Ausgaben in Euro	Anteil auf Gesamtsumme
Informationsevents zum Programm; Spezifische Veranstaltungen, Seminare und Workshops	35.723,21 Euro	13%
Sitzungen des Begleitausschusses	28.111,41 Euro	10%
Werbung, Werbematerial und Aktualisierung Internetseite	173.784,81 Euro	64%
Informationsmaterial	35.622,87 Euro	13%
GESAMT	273.242,30 Euro	100%

Die angeführten Daten sind indikativ und können nach Bedarf im Laufe der Programmdurchführung angepasst werden.

10. Geplante Kommunikationsmaßnahmen

In Übereinstimmung mit der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 Anhang XII, Absatz 4, Buchstabe i) wurden folgende Kommunikationsmaßnahmen geplant.

	Geplante Maßnahme
2015	
Mai 2015	Öffentliche Veranstaltung im Rahmen der Europawoche vom 9. – 12. Mai in Zusammenarbeit mit dem Europe Direct Südtirol
2015	Informationsveranstaltungen zur neuen Programmperiode in Zusammenarbeit mit Europe Direct Südtirol und den Verwaltungsbehörden des EFRE und INTERREG.
Juni 2015	Jährliche Sitzung des Begleitausschusses mit anschließender Verbreitung der Ergebnisse für die Öffentlichkeit
Herbst 2015	Produktion einer Radiosendung für das „Europamagazin“ des RAI-Südtirol zu den Inhalten des neuen Operationellen Programms 2014-2020
Herbst 2015	Aktualisierung der Homepage
Herbst 2015	Ausarbeitung einer neuen Corporate Identity für die Programmperiode 2014-2020
Herbst 2015	Druck/ Produktion von Pressemappen, Blöcken und Roll-Ups zur Nutzung bei öffentlichen Events und den Sitzungen des Begleitausschusses
Dezember 2015	Auftaktveranstaltung des Operationellen Programms
2016	
2015/2016	Veröffentlichung einer Zusammenfassung des Operationellen Programm ESF 2014-2020 in einfacher Sprache
2016	Produktion von 2 Radiosendungen für das „Europamagazin“ des RAI-Südtirol zu aktuellen ESF-relevanten Themen (voraussichtlich April und November)
2016	Veröffentlichung von Artikeln in Zeitungen
2016	Druck/Produktion von Werbematerialien zur Bewerbung der Programmperiode 2014-2020
2016	Laufende Aktualisierung der Homepage
2016	Öffentliche Veranstaltungen zur Vorstellung der verschiedenen Ausschreibungen
2016	Informationsveranstaltungen für Projektträger zur Erläuterung der Regelung der Förderfähigkeit der Kosten, der Vorschriften für die Verwaltung der Projekte und Rechnungslegung u.a.
2016	Ausarbeitung und Druck von Werbematerial für die Programmperiode 2014-2020
April/Mai 2016	Sitzung des Begleitausschusses mit anschließender Verbreitung der Ergebnisse.
Mai 2016	Öffentliche Veranstaltung im Rahmen der Europawoche vom 9. – 12.

	Mai in Zusammenarbeit mit Europe Direct Südtirol und der Abteilung Europa
2017	
Mai 2017	Öffentliche Veranstaltung im Rahmen der Europawoche vom 9. – 12. Mai in Zusammenarbeit mit Europe Direct Südtirol und der Abteilung Europa
giugno 2017	Sitzung des Begleitausschusses
2017	Aktualisierung der Homepage
2017	Veröffentlichung von Artikeln in Zeitungen und Nutzung von Social Network
novembre 2017	Evento informativo annuale in collaborazione con le Autorità di Gestione del FESR e di INTERREG
2017	Öffentliche Veranstaltungen zur Vorstellung neuer Aufrufe
2017	Produktion von Werbematerialien (personalisiertes Schreibmaterial, Blöcke, Hefte, Stofftaschen, USB-Stick) und Druck von Werbematerial für die Programmperiode 2014-2020
2018	
2018	Gestaltung und Veröffentlichung einer neuen, benutzerfreundlichen und besser zugänglichen Internetseite.
Mai 2018	Öffentliche Veranstaltung im Rahmen der Europawoche vom 9. – 12. Mai in Zusammenarbeit mit Europe Direct Südtirol und der Abteilung Europa
Mai 2018	Sitzung des Begleitausschusses
2018	Aktualisierung der Homepage
2018	Veröffentlichung von Artikeln in Zeitungen und Nutzung von Social Network
Juni 2018	Jährliche Informationsveranstaltung
2018	Öffentliche Veranstaltungen zur Vorstellung neuer Aufrufe
September 2018	Teilnahme an der Veranstaltung “Futurum 2018” – Bildungsmesse Südtirol
Mai 2019	Öffentliche Veranstaltung im Rahmen der Europawoche vom 9. – 12. Mai in Zusammenarbeit mit Europe Direct Südtirol und der Abteilung Europa
Juni 2019	Sitzung des Begleitausschusses
2019	
2019	Aktualisierung der Homepage
2019	Veröffentlichung von Artikeln in Zeitungen und Nutzung von Social Network
September 2019	Jährliche Informationsveranstaltung in Zusammenarbeit mit der Abteilung Europa und den Verwaltungsbehörden von Interreg, EFRE und ELER

2019	Öffentliche Veranstaltungen zur Vorstellung neuer Aufrufe
2019	Imagekampagne - Call to action e call to awareness
2019	Informationsveranstaltungen in Schulen zur Vorstellung des Europäischen Sozialfonds
2017	
Mai 2020	Öffentliche Veranstaltung im Rahmen der Europawoche vom 9. – 12. Mai
Juni 2020	Sitzung des Begleitausschusses
2020	Aktualisierung der Homepage
2020	Veröffentlichung von Artikeln in Zeitungen und Nutzung von Social Network
2020	Jährliche Informationsveranstaltung und öffentliche Events
2020	Öffentliche Veranstaltungen zur Vorstellung neuer Aufrufe
2020	Imagekampagne - Call to action e call to awareness
2020	Informationsveranstaltungen in Schulen zur Vorstellung des Europäischen Sozialfonds
2020	Produktion von Werbematerial für die Programmperiode 2021-2027
2020	Informationsveranstaltungen im Hinblick auf die neue Programmperiode 2021-2027

11. Zuständige Stelle

Die Verwaltungsbehörde informiert gemäß Art. 116 Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 den Begleitausschuss über den Fortschritt des Operationellen Programms und stellt den Begünstigten einschlägige Informationen zur Ausführung ihrer Aufgaben zur Verfügung. Art. 115 Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 präzisiert die Zuständigkeit der Verwaltungsbehörde für Information und Kommunikation über den Fonds gegenüber potenziell Begünstigten, Begünstigten, Multiplikatoren und der breiten Öffentlichkeit.

Gemäß Verordnung (EU) Nr. 1303/2013, Anhang XII, Absatz 4, Buchstabe e) ist folgende Stelle für die Durchführung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zuständig:

**Verwaltungsbehörde des Programms
Europäischer Sozialfonds 2014-2020
Dr.ssa Claudia Weiler**

**Abteilung Europa - ESF-Amt
Autonome Provinz Bozen - Südtirol
Gerbergasse 69
39100 Bozen**

Laut Art. 117 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 sind für die Kommunikation folgende Personen zuständig:

Cristina Scaramuzza
Tel. 0471/413126
E-Mail: Cristina.Scaramuzza@provinz.bz.it

Den 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 und deren Unterbreitung im Begleitausschuss für deren Genehmigung;
- Jährliche Information an den Begleitausschuss über die Fortschritte bei der Durchführung der Kommunikationsstrategie, durch Bereitstellung angemessener Informationen über den Fortschritt, die umgesetzten Maßnahmen, die verwendeten Kommunikationsmittel, die 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 ESF, vor allem bei den Initiativen von öffentlichem Interesse. Es hat 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.

Darüber hinaus ist die Verwaltungsbehörde und mit ihr das Operationelle Programm in das nationale Portal **OpenCoesione** (<http://www.opencoesione.gov.it/>) eingebunden. Es ist das Portal, das Italien gemäß VO (EU) 1303/2013 Art. 115 eingerichtet hat und bietet Informationen zu den in Italien im Rahmen der Kohäsionspolitiken umgesetzten 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.