



Evaluierung der Maßnahmen zur öffentlichkeitswirksamen Umsetzung des Operationellen Programms EFRE Thüringen 2014 bis 2020

Kurzzusammenfassung



Auftragnehmer

Ramboll Management Consulting GmbH
Chilehaus C – Burchardstraße 13
20095 Hamburg
T +49 40 30 20 20-0
www.ramboll.de

Ansprechpartnerinnen

Carla Harnischfeger
Managerin
M 0151 4400 6144
carla.harnischfeger@ramboll.com

Martina Wende
Seniorberaterin
M 0151 5801 5108
martina.wende@ramboll.com

Autorinnen

Martina Wende
Carla Harnischfeger
Marianne Bormann

Auftraggeber

Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
Referat 34 | Verwaltungsbehörde und Bescheinigungsbehörde EFRE

Berlin, Hamburg, Erfurt, März 2021

Evaluierungsgegenstand und -auftrag

Der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) soll durch Beseitigung von Ungleichheiten zwischen den verschiedenen Regionen den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt in der Europäischen Union stärken. Zur Steigerung des Bekanntheitsgrades des EFRE in Thüringen und zur Information von potenziellen Begünstigten über die Fördermöglichkeiten werden im Rahmen des Operationellen Programms Thüringen EFRE 2014–2020 (EFRE-OP Thüringen) vielfältige Öffentlichkeitsmaßnahmen durch die Verwaltungsbehörde EFRE umgesetzt.

Die Kommunikationsstrategie für den EFRE Thüringen bildet den Rahmen für die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die im Zuge des OP Thüringen umgesetzt werden. Dazu zählen unter anderem die Durchführung von Veranstaltungen, der EFRE Internetauftritt, das Veröffentlichen von Publikationen sowie das Verteilen von Informations- und Werbemitteln. Die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen richten sich sowohl an die breite Öffentlichkeit als auch an Begünstigte und potenziell Begünstigte sowie die Wirtschafts- und Sozialpartnerinnen und -partner und politische Entscheidungsträgerinnen und -träger.

Die Notwendigkeit der Evaluierung der Maßnahmen zur öffentlichkeitswirksamen Umsetzung des EFRE-OP Thüringen (Spezifisches Ziel 16) ergibt sich aus den Berichtspflichten gemäß der Verordnung (EU) 1303 / 2013 Artikel 54 Absatz 1 und Artikel 56 Absatz 3. Mit der Evaluierung soll nicht nur den skizzierten Pflichten gegenüber der Europäischen Kommission Rechnung getragen werden. Vielmehr bietet sie für die Verwaltungsbehörde auch die Möglichkeit, wichtige Hinweise in Bezug auf die Realisierung ihrer landespolitischen Zielsetzungen zur Steigerung der Bekanntheit der Europäischen Union und des EFRE in der Thüringer Bevölkerung zu erhalten.

Aus der Bewertung der gegenwärtig umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen lassen sich wertvolle Erkenntnisse und Hinweise für die Gestaltung der Kommunikationsarbeit in der Förderperiode 2021–2027 ableiten.

Methodik und Arbeitsschritte

Drei Phasen der Evaluierung mit den zentralen Untersuchungs- und Arbeitsschritten

1. Bestandsaufnahme und Erhebung

In einem ersten Schritt führten wir eine sorgfältige Bestandsaufnahme der verfügbaren Informationen zu umgesetzten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen durch. Zusätzlich haben wir eigene Erhebungen durchgeführt, um weitere Informationen zu erhalten. Zunächst erstellten wir eine *Übersichtsmatrix*, die alle Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die von der Verwaltungsbehörde EFRE umgesetzt werden, zusammenfasst. Zusätzliche Informationen konnten in einem *Auftaktgespräch* mit den zuständigen Kolleginnen und Kollegen in der Verwaltungsbehörde EFRE sowie mit der Medienagentur, die die Öffentlichkeitsarbeit begleitet, erfasst werden. Weiterhin haben wir die *Output- und Ergebnisindikatoren* für das Spezifische Ziel 16 betrachtet. Um den Bekanntheitsgrad des EFRE in Thüringen und somit den Wert für den Ergebnisindikator im Spezifischen Ziel 16 zu ermitteln, haben wir das Meinungsforschungsinstitut INSA-CONSULERE mit einer *repräsentativen Bevölkerungsbefragung* beauftragt. Im Zuge der Erhebungsphase führten wir zudem eine *Onlinebefragung der Begünstigten* durch.

2. Theoriebasierte Analyse

Aufbauend auf den Erkenntnissen aus der Bestandsaufnahme und den Erhebungen bewerteten wir im zweiten Schritt die umgesetzten Maßnahmen mithilfe einer theoriebasierten Analyse. Wir haben die gewählten Kategorien sowie die umgesetzten Maßnahmen in ihrer konkreten Ausgestaltung und Umsetzung in den Blick genommen. Im Zuge der *kriterien-gestützten Bewertung* berücksichtigten wir jeweils die Anforderungen an die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die sich aufgrund der unterschiedlichen Zielgruppen (Breite Öffentlichkeit, potenziell Begünstigte, Begünstigte, Multiplikatoren) ergeben. Darauf basierend erstellten wir einen *Zwischenbericht*.

3. Identifizierung von Optimierungspotenzialen und Entwicklung von Handlungsempfehlungen

Im dritten Schritt identifizierten wir schließlich Optimierungspotenziale und Handlungsempfehlungen für die zukünftige Umsetzung von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen im EFRE Thüringen. Die Evaluationsergebnisse (Zwischenbericht) stellten wir in einem *interaktiven Workshop* mit der Verwaltungsbehörde EFRE sowie ausgewählten Akteurinnen und Akteuren vor. In diesem digitalen Workshop diskutierten und entwickelten alle Beteiligten gemeinsam Lösungsansätze und konkrete Optimierungspotenziale sowie Handlungsempfehlungen.

Die folgende Abbildung visualisiert überblicksartig das Vorgehen bei der Bewertung der Kommunikationsstrategie.

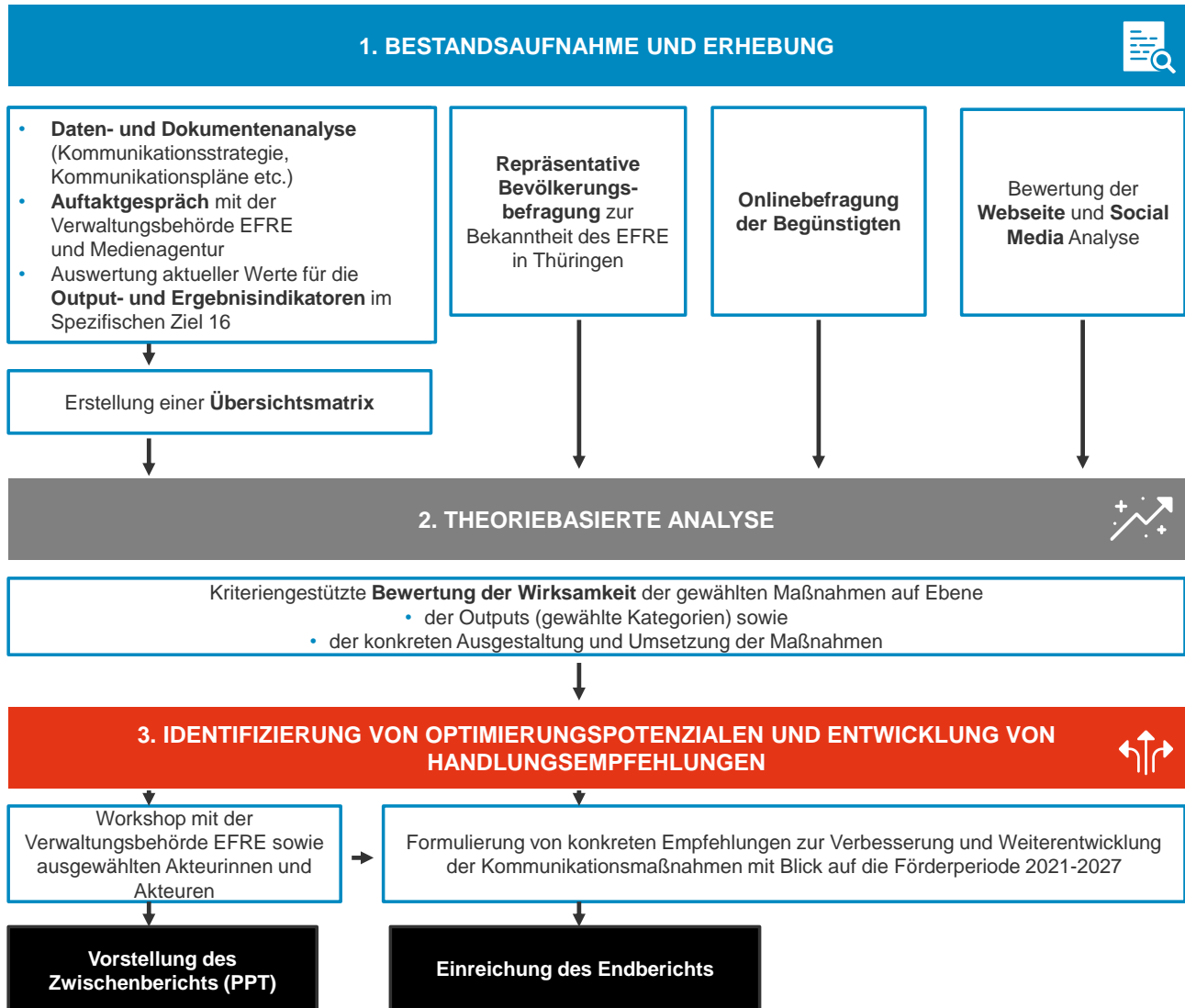


Abbildung: Untersuchungs- und Arbeitsschritte

Quelle: Eigene Darstellung Ramboll Management Consulting.

Kernergebnisse der Bevölkerungsbefragung

Um einen Eindruck hinsichtlich der Entwicklung der Bekanntheit des EFRE in der breiten Öffentlichkeit zu erhalten, wird gemäß EFRE-OP alle drei Jahre eine repräsentative Befragung der Bevölkerung in Thüringen durchgeführt. Aus den Ergebnissen der Bevölkerungsbefragung lassen sich Erkenntnisse zur Wirksamkeit der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen in Bezug auf die breite Öffentlichkeit ableiten. Die breite Öffentlichkeit umfasst sowohl fachlich interessierte Bürgerinnen und Bürger als auch solche, die keine unmittelbaren Berührungspunkte mit den Themen Förderung und Wirtschafts- bzw. Regionalpolitik im Allgemeinen haben.

Der EFRE als spezifisches Förderprogramm ist bei rund einem Drittel (32 Prozent) der Bürgerinnen und Bürger Thüringens bekannt. Dieser Wert entspricht der Bekanntheit des EFRE bei der letzten Bevölkerungsbefragung aus dem Jahr 2018. Die Gründe für die Bekanntheit des EFRE in Thüringen sind mit hoher Wahrscheinlichkeit vielschichtig. Zum einen dürfte die Tatsache, dass mit der EFRE-Förderung wichtige Themen aus dem Alltag großer Teile der Bevölkerung adressiert werden, zur hohen Bekanntheit beitragen. Hier sind insbesondere die Themen Klimaschutz und Hochwasserschutz, aber auch Mittelstandsförderung zu nennen. Aber auch bei den weiteren Themenbereichen, Forschung und Innovation sowie Stadt-/Stadtumlandentwicklung handelt es sich durchaus um Themen, die im Alltag vieler Menschen eine wichtige Rolle einnehmen.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass nur etwa ein Fünftel der Bevölkerung bereits von einem konkreten EU-mitfinanzierten Projekt, das die Wohngegend verbessert, gehört hat. Es zeigt sich, dass jüngere Menschen in Thüringen deutlich häufiger von EU-mitfinanzierten Projekten zur Verbesserung der Wohngegend gehört haben als ältere Menschen. Im Bereich der Stadtentwicklung und im Hochwasserschutz werden die Projekte häufiger auch für Menschen sichtbar und erlebbar, die nicht aus beruflichen Gründen über Berührungspunkte verfügen. Bei derartigen Projekten sind wiederum Hinweistafeln sowie Plakate vermutlich effektive Mittel, um auf die (Mit)Finanzierung durch die EU aufmerksam zu machen.

Aus den Ergebnissen wird weiterhin deutlich, dass die vier erstgenannten Quellen: Internet, Fernsehen, Zeitungen, Radio von besonderer Bedeutung sind. Gleichzeitig handelt es sich hierbei um Kommunikationskanäle mit ausgesprochen vielfältigen und umfangreichen Angeboten. Das eigene Angebot so zu platzieren, dass es von möglichst viele Menschen wahrgenommen wird, stellt eine enorme Herausforderung dar.

Evaluierung der Maßnahmen zur öffentlichkeitswirksamen Umsetzung

Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der Verwaltungsbehörde EFRE

Die Übersicht der Outputindikatoren zeigt bei allen Indikatoren Fortschritte im Hinblick auf das jeweils definierte Ziel für 2023. Bei drei der vier Indikatoren zeigen die Soll-Werte bereits eine Erreichung des Ziels an. Da es sich um Indikatoren handelt, die von der Verwaltungsbehörde bedient werden, kann in hohem Maße davon ausgegangen werden, dass die Soll-Werte auch den späteren Ist-Werten entsprechen und die Ziele somit erreicht werden. Lediglich bei einem Indikator (Zahl der Workshops zu Kommunikation und Information) zeigen die aktuellen Werte, dass zusätzliche Aktivitäten erforderlich sind, um den anvisierten Zielwert zu erreichen. Dies erscheint in Anbetracht der verbleibenden Zeit bis zum Abschluss der Förderperiode sehr gut möglich. Die Zielerreichung im Spezifischen Ziel 16 kann somit insgesamt als sehr gut bewertet werden.

Zielerreichung Outputindikatoren Spezifisches Ziel 16 (21.07.2020)				
Outputindikator		Soll-Wert (21.07.2020)	Ist-Wert (21.07.2020)	Ziel (2023)
P15.5	Zahl der Treffen zum Informationsaustausch, Fachtagungen, Jahresveranstaltungen	55	12	50
P15.6	Zahl der Workshops zu Kommunikation und Information	2	4	7
P15.7	Zahl der Kommunikationsprojekte	20	11	20
P15.8	Zugriffe auf EFRE-Internetseiten	66.500	34.306	66.500

Tabelle: Zielerreichung Outputindikatoren Spezifisches Ziel 16 (21.07.2020)

Quelle: Verwaltungsbehörde EFRE.

Veranstaltungen

Die Verwaltungsbehörde organisierte ab 2015 pro Jahr eine große Einzelmaßnahme in der Kategorie Veranstaltungen: die periodisch stattfindenden Jahresveranstaltungen. Auf den EFRE Jahresveranstaltungen in den Jahren 2015 bis 2020 wurde zum Stand der Programmumsetzung informiert sowie auf die Finanzierungsmöglichkeiten und die verfolgten Strategien aufmerksam gemacht. Die mit dem operationellen Programm erzielten Erfolge sowie größere Projekte, gemeinsame Aktionspläne und andere Projektbeispiele wurden vorgestellt und bekannt gemacht.

Zu Beginn der Förderperiode 2014–2020 wurde die EFRE Auftaktveranstaltung im Dezember 2014 genutzt, um den Start des EFRE-Programms zu kommunizieren und neben (potenziell) Begünstigten und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren auch die breite Öffentlichkeit zu informieren.

Mit Publikationen, Informations- und Werbematerial beteiligte sich die Verwaltungsbehörde EFRE an öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen in Thüringen, um insbesondere die breite Öffentlichkeit noch stärker erreichen zu können – beispielsweise mit einem EFRE-Informationsstand während der Europawoche oder mit der Beteiligung an der Bund-Länder-Aktion und der entsprechenden Auftaktveranstaltung „Europa in meiner Region“.

Die Zusammenarbeit mit Multiplikatoren, wie die Thüringer Staatskanzlei, das Europäisches Informationszentrum oder Vertretungen der EU-Kommission wurde intensiviert.

Empfehlungen zur Optimierung

- Fortführung von Veranstaltungen als eine zentrale Kommunikationsmaßnahme, um die Förderung greif- und erlebbar zu machen. Verstärkt auch digitale Formate nutzen.
- Weiterhin starke Mitwirkung an Veranstaltungen anderer Akteure, um Multiplikationspotenziale optimal auszuschöpfen, Netzwerke aufzubauen und zu pflegen. Begünstigte können eingeladen (oder anderweitig einbezogen) werden, um über ihr Projekt zu berichten.
- Mehrere kleine Veranstaltungen mit einer Themenvielfalt, um den Bekanntheitsgrad des EFRE weiterhin zu stärken.
- Alle Veranstaltungen stärker durch aktive Pressearbeit begleiten. Mehrfachverwertung von Text und Bild auf Social-Media-Kanälen.
- Auf allen Veranstaltungen stärker über die Fördermöglichkeiten und -bedingungen informieren.

Publikationen, Informations- und Werbematerial

Um den Bekanntheitsgrad und die Wahrnehmung der EFRE Förderung in Thüringen zu stärken sowie das Interesse der breiten Öffentlichkeit und von (potenziell) Begünstigten zu steigern, setzt die EFRE-Verwaltung (in jedem Jahr verschiedene) Printformate wie Faltblätter, Broschüren und Werbemittel an verschiedenen Point of Interest (POI), u. a. im Europäischen Informationszentrum der Staatskanzlei, ein.

Das Portfolio der EFRE-Werbemittel wurde in jedem Jahr angepasst und aktualisiert. In den Jahren 2015 und 2016, d.h. zu Beginn der Förderperiode, lag der Schwerpunkt auf zwei Maßnahmen zur Bewerbung des EFRE: Zum einen wurde das komplette Operationelle Programm sowie eine Kurzfassung davon auf allen Veranstaltungen mit EFRE-Bezug ausgelegt. Gleichzeitig wurde ein Werbemittel-Programm aufgelegt mit allgemeinen Give-aways sowie Werbemitteln mit Bezug zur Jahresveranstaltung.

Empfehlungen zur Optimierung

- Fortführung und Ausbau der Publikationen und Infomaterialien, weil sie den EFRE erlebbar machen.
- Mehr Storytelling in die Broschüren bringen und über emotionalere Bilder und Texte die Geschichten hinter den Vorhaben und den Weg der Unternehmerinnen und Unternehmer dahin erzählen.
- Die Auflagen der Printmedien erhöhen und zwischengeschaltete Stellen mit viel Publikumsverkehr nutzen, um Zielgruppen weiterhin gut zu erreichen.
- Das Werbemittel-Portfolio kann durch Produkte ergänzt werden, die einen spannenden, regionalen Bezug (Energie, Umwelt, Naturschutz) haben.
- Eine intensivere Einbindung von Multiplikatoren, um ein modernes Werbemittel-Portfolio noch weiter zu streuen.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Medienpräsenz

Seit Beginn der Förderperiode wurden Maßnahmen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und zur stärkeren Präsenz in der Medienlandschaft umgesetzt, die die Wahrnehmung erhöhen und das Interesse am Thema EFRE wecken sollen: Pressemitteilungen und Presseartikel, Plakatkampagnen, Beiträge im Magazin „WIR“ des TMWWDG, Newsletter, Konzeptpapier Sichtbarkeitssteigerung. Mit diesen Maßnahmen wird insbesondere die Vielfalt von Fördermöglichkeiten kommuniziert. Damit soll der Bekanntheitsgrad des EFRE insbesondere in der breiten Öffentlichkeit erhöht werden.

Aus der durchgeführten Bevölkerungsbefragung zur Bekanntheit des EFRE in Thüringen ging hervor, dass der Erstkontakt zum Thema EFRE vornehmlich über zwei Kanäle erfolgt: 22 Prozent gaben an, dass sie über das Internet und über lokale oder regionale Zeitungen zuerst vom EFRE gehört oder gelesen haben. Zusätzlich von Bedeutung ist die Erkenntnis, dass 57 Prozent der Befragten Zeitungen als primäre Quelle nutzen, um sich über Neuigkeiten in ihrer Region zu informieren. Insofern spielt das Medium Presse nach wie vor eine große Rolle in der Informationsübermittlung.

Empfehlungen zur Optimierung

- Alle Aktivitäten der Verwaltungsbehörde EFRE stärker durch aktive Pressearbeit begleiten. Mehrfachverwertung von Text und Bild auf Social-Media-Kanälen.
- Plakatkampagnen weiterführen, auch für den ländlichen Raum einsetzen. Moderne Formate wie bewegte Schaltflächen nutzen.
- Newsletter, Pressemitteilungen sind gut geeignet, um ausgewählte Adressatenkreise anzusprechen und gezielt Informationen über EFRE-Förderung zu streuen.
- Ausbau Newsletter-Konzept.
- Um ein ausgewogenes Kosten-Nutzen-Verhältnis sicherzustellen, können Text und Bilder im Newsletter in den Sozialen Netzwerken zweitverwendet werden.

Internetauftritt (Website)

Auf der Internetseite des EFRE Thüringen wird allgemein über die Förderung informiert, um das Programm in Thüringen und den Mehrwert für das Land bekannter zu machen. Zudem finden sich dort auch Unterstützungsangebote für (potenziell) Begünstigte. Unter anderem werden den Besucherinnen und Besuchern der Internetseite Informationen zum EFRE, den Förderschwerpunkten, aktuelle Meldungen und Veranstaltungshinweise sowie Informationen zu geförderten Vorhaben zur Verfügung gestellt. Dokumente und Materialien, wie beispielsweise Richtlinien, Verordnungen, Berichte, Leitfäden oder Logos zur Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit stehen über die Internetseite zum Download zur Verfügung.

Außerdem umfasst die EFRE-Internetseite eine interaktive Karte, die einen Überblick über die EFRE-Förderung in Thüringen bietet. Nutzerinnen und Nutzer erhalten so einen direkten Bezug des EFRE zu ihrer Region und können u. a. nachvollziehen, welche Regionen in Thüringen wie viele Mittel aus dem EFRE erhalten und wofür die Förderung genutzt wird. Mittels der Internetseite sollen sowohl die breite Öffentlichkeit als auch (potenziell) Begünstigte angesprochen und über den EFRE informiert werden. Mit einer potenziell hohen Reichweite und einem niedrighschwelligem Zugang bietet die Internetseite somit ideale Grundvoraussetzungen, um die vorstehenden Ziele zu erreichen.

Die Analyse der Gestaltung, der Inhalte, der Webtexte, der Navigation und der Interaktionsmöglichkeiten zeigt, dass die Internetseite bei vielen der angelegten Kriterien bereits als gut oder sehr gut zu bewerten ist. Durch den Relaunch im August 2020 ist sie bereits auf einen sehr guten Stand gebracht worden. Es bieten sich weiterhin Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Internetseite, um die Nutzerinnen- und Nutzerfreundlichkeit weiter zu erhöhen und die relevanten Informationen rund um die EFRE-Förderung in Thüringen noch wirksamer zu kommunizieren.

Internetauftritt (Social-Media-Strategie)

Die technischen Möglichkeiten sozialer Medien sind enorm und ermöglichen die vergleichsweise einfache Einbindung von Bildern, Animationen und Videos etc. in die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen. Zudem lässt sich leicht, z. B. über die Nutzung von Hash-tags, auf Beiträge verweisen und Nutzerinnen und Nutzer haben die Möglichkeit, Beiträge zu teilen und so noch mehr Reichweite zu erzielen.

Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass es sich bei sozialen Medien um eine bestimmte Art der Kommunikation bzw. der Berichterstattung handelt. Welche sozialen Medien und welche Themen im Kontext der EFRE-Förderung geeignet sind, ist daher sorgfältig abzuwägen.

Dies gilt zum einen im Hinblick auf die Zielgruppen der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen und zum anderen im Hinblick auf die begrenzten Ressourcen, die der Verwaltungsbehörde EFRE für die Umsetzung zur Verfügung stehen. Bislang betreibt das Land Thüringen keine eigenen Social-Media-Kanäle für den EFRE. Neben der Nutzung eines eigenen Social-Media-Kanals für den EFRE besteht grundsätzlich auch die Möglichkeit, bestehende Landesseiten bzw. -kanäle zu nutzen.

Empfehlungen zur Optimierung Internetauftritt (Website; Social-Media-Strategie)

- Noch zielgruppenspezifischere Aufbereitung der Inhalte und Hilfestellung bzw. bessere Orientierung durch FAQs oder Tutorials anbieten.
- Interaktive Karte noch anschaulicher gestalten und konkrete Projekte noch nahbarer mit Bildern und ansprechenden Texten über die Karte vorstellen.
- Feedbackformular nutzen, um direkte Rückmeldung der Nutzerinnen und Nutzer zur Seite einzuholen und auf Bedarfe der Nutzerinnen und Nutzer schnell und gezielt reagieren zu können.
- Barrierefreiheit und Vorlesefunktion prüfen.
- Häufiger aktuelle Meldungen im Bereich News und Veranstaltungshinweise einstellen, um die Seite sichtbar aktuell halten.
- Aufbau Social-Media-Strategie.

Anleitung der Begünstigten hinsichtlich der Erfüllung der Publizitätspflichten

Um die Begünstigten bei der Umsetzung von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zu unterstützen, damit diese die europäischen Vorgaben erfüllen können und so einen Beitrag leisten, die Bekanntheit der Förderung weiter zu erhöhen, werden von der Verwaltungsbehörde EFRE, Materialien zur Verfügung gestellt sowie fortlaufend Maßnahmen umgesetzt, um die Begünstigten über die europäischen Vorgaben hinsichtlich der Umsetzung von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zu informieren.

Die Ergebnisse der Onlinebefragung zeigen, dass die Materialien zur Unterstützung bei der Umsetzung ihrer Informations- und Kommunikationspflichten durch die Verwaltungsbehörde EFRE von den Befragten als überwiegend nützlich eingeschätzt werden. Mehr als die Hälfte bewerten den Nutzen als eher hoch, hinzu kommen 20 bzw. 25 Prozent der Befragten, die den Nutzen der beiden Produkte als sehr hoch bewerten. 75 bis 80 Prozent geben einen sehr hohen bzw. hohen Nutzen an.

Empfehlungen zur Optimierung

- Um die Unterstützungsangebote bei den Begünstigten noch besser bekannt zu machen, erscheint es zielführend, diese noch prominenter zu platzieren, bzw. noch expliziter auf die Angebote hinzuweisen.
- Die Möglichkeit einen persönlichen Ansprechpartner, möglicherweise in einem begrenzten Zeitraum – aber dennoch – erreichen zu können, wäre ein Mehrwert für die Begünstigten.

Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der Begünstigten

Neben den verpflichtenden Maßnahmen setzen die Begünstigten zahlreiche weitere Maßnahmen um, mit denen sie ihr EFRE-gefördertes Projekt an die Öffentlichkeit kommunizieren. Um einen genaueren Eindruck dieser Maßnahmen zu erhalten, wurden Begünstigte im Rahmen der Onlinebefragung dazu befragt, welche freiwilligen Maßnahmen sie konkret umsetzen.

Es zeigte sich, dass ein sehr hoher Anteil der Befragten zusätzliche Maßnahmen umsetzen. Die Maßnahmen umfassen erwartungsgemäß insbesondere den informellen Austausch und eine ausführlichere Beschreibung des Vorhabens auf der eigenen Internetseite. Besonders positiv hervorzuheben ist, dass ein hoher Anteil der Begünstigten auch aufwändigere Maßnahmen realisiert, wie die Organisation eigener Veranstaltungen, die aktive Mitwirkung an Veranstaltungen Anderer sowie den Einsatz von Printmedien.

Fazit und Empfehlungen

Insgesamt sind Vielfalt und Reife der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen des EFRE Thüringen besonders positiv hervorzuheben. Mit sehr großem Engagement setzt die Verwaltungsbehörde EFRE zielgruppenspezifische Informations- und Kommunikationsmaßnahmen um. Mittels Weiterentwicklung bestehender und Konzeption neuer Maßnahmen stellt die Verwaltungsbehörde EFRE dabei konstant eine Optimierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sicher.

Besonders ist hier die Anpassung an die veränderten Bedingungen durch die Covid-19-Pandemie hervorzuheben. Insbesondere der konzeptionelle und technische Umbau der Jahresveranstaltung 2020 in eine kurzweilige, moderne und wirkungsvolle hybride Veranstaltung ist gut geglückt. Die Realisierung dieses Formates stellt die Weichen für die kommenden Jahre, verstärkt digitale Formate anzubieten und zeigt, dass eine erfolgreiche Umsetzung mit neuen Tools und digitalen Produkten möglich ist und auf positive Resonanz stößt. Diese Erfahrungen gilt es für die neue Förderperiode zu nutzen.

Bei der Konzeption und Realisierung der klassischen und neuen Formate erhält die Verwaltungsbehörde professionelle Begleitung durch eine regionale Kommunikations- und Digitalagentur.

Maßnahmenübergreifende Empfehlungen zur Optimierung

- **Maßnahmen-Zielgruppen-Check**

Wir empfehlen unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus dieser Evaluierung einen Maßnahmen-Check: Welche sind (noch) wirksam und wo, welche schaffen es nicht mehr in die neue Kommunikationsstrategie. Wir empfehlen, sich vor Beginn der nächsten Förderperiode in einem moderierten Workshop Zeit für Brainstorming und klare Zielsetzungen in Bezug auf die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zu nehmen und diese noch weiter zuzuspitzen.

- **Multiplikatoren-Netzwerk/Multiplikatoren-Liste initiieren und pflegen**

Ein gezielter Kreis, eine gezielte Netzwerkrunde kann angelegt und aktiv angesprochen werden. Die Multiplikatoren erhalten regelmäßig Infomaterial (analog oder digital) und werden in regelmäßigen digitalen Updates (in Form eines Newsletters?) mit Infos und Neuigkeiten versorgt. Zudem werden diese besonderen Multiplikatoren regelmäßig als Experten zu Veranstaltungen eingeladen.

- **Aufbau einer Social-Media-Strategie**

Digitaler Medienkonsum und Verbreitung von Informationen und Nachrichten über die sozialen Netzwerke nehmen zu. Wir empfehlen in der nächsten Kommunikationsstrategie die entsprechenden Kanäle und Strategien stärker einzubinden und für die zu erfüllenden Ziele proaktiv zu nutzen.

- **Gezieltere Informationen über Fördermöglichkeiten und -bedingungen**

Die Maßnahmen werden bislang wenig von Informationen über Fördermöglichkeiten und -bedingungen begleitet. Auf den Veranstaltungen und auf den flankierenden

Maßnahmen der Veranstaltungen, wie Broschüre, Banner, Flyer finden sich keine oder wenig plakative Hinweise zum Einstieg in den EFRE und in die Möglichkeiten der Förderung. Hier könnte die Idee des „Flying-Lots“ aufgenommen und aufgebaut werden.

- **Fortführung und Ausbau der bisherigen Pressearbeit der Verwaltungsbehörde EFRE**

Die bisherige engagierte Pressearbeit der Verwaltungsbehörde sollte fortgeführt und weiter ausgebaut werden, um insbesondere die breite Bevölkerung weiterhin über die Förderung zu informieren. Auch die Pressestellen der zwischengeschalteten Stellen sollen das Thema EFRE aktiv weiter transportieren, ggf. Infomaterial für die Presse entwickeln und bereitstellen.