



Niedersachsen



Freie
Hansestadt
Bremen

Informations- und PR-Strategie

für das ELER-Entwicklungsprogramm
der Länder Niedersachsen und Bremen



Stand November 2015



EUROPÄISCHE UNION

Europäischer Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des ländlichen Raums

Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



Inhalt

| | |
|---|----|
| 1. Einleitung..... | 1 |
| 2. Ausgangslage..... | 2 |
| Geänderte Programminhalte und Schwerpunkte..... | 2 |
| Verbesserte Mittelausstattung für die ELER-Förderung..... | 2 |
| Fondsübergreifende Öffentlichkeitsarbeit in Niedersachsen..... | 2 |
| Fokussierung auf Nutzung neuer Kommunikationsmedien..... | 3 |
| 3. Ziele der Informations- und PR-Strategie..... | 3 |
| 4. Zielgruppen..... | 4 |
| Zielgruppengerechte Ansprache..... | 4 |
| Allgemeine Öffentlichkeit..... | 4 |
| Begünstigte und potenziell Begünstigte..... | 4 |
| Multiplikatoren..... | 5 |
| 5. Geplante Informations- und PR-Maßnahmen..... | 5 |
| Zielgruppenübergreifende Maßnahmen..... | 6 |
| Wort Bild Kommunikation..... | 6 |
| Fondsübergreifende Öffentlichkeitsarbeit in Niedersachsen..... | 6 |
| Einheitliche Gestaltung von Erläuterungstafeln und Hinweisschildern..... | 7 |
| Webauftritt..... | 7 |
| Informationsveranstaltungen..... | 8 |
| Medieninformation..... | 8 |
| Werbemittel..... | 9 |
| Zielgruppenspezifische Maßnahmen..... | 9 |
| Potenziell Begünstigte/ Multiplikatoren..... | 9 |
| Begleitausschuss..... | 10 |
| Phasen der Umsetzung von Maßnahmen..... | 10 |
| 6. Zuständige Stelle für die Durchführung der Informations- und PR-Strategie..... | 10 |
| 7. Einbindung des Nationalen Netzwerkes für den ländlichen Raum (NLR)..... | 11 |
| 8. Barrierefreier Informationszugang für Menschen mit Behinderungen..... | 12 |
| 9. Für die Strategie veranschlagte Mittel..... | 12 |
| 10. Bewertung der Öffentlichkeitswirkung und des Bekanntheitsgrades..... | 13 |
| 11. Geplante Informations- und PR-Maßnahmen..... | 13 |
| Anhang 1 – Phasen der Umsetzung von Maßnahmen..... | 15 |

1. Einleitung

Die EU-Kommission hat das ELER-Entwicklungsprogramm **PFEIL** (Programm zur Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums in Niedersachsen und Bremen 2014 – 2020) am 26.05.2015 genehmigt.

Mit dem PFEIL Programm werden in der EU-Förderperiode von 2014 bis 2020 zahlreiche Fördermaßnahmen im ländlichen Raum in Niedersachsen und in Bremen unterstützt.

Gemäß Art. 66 Abs. 1 Buchstabe (i) der VO (EU) Nr. 1305/2013 (ELER-VO) ist es Aufgabe der Verwaltungsbehörde, die Öffentlichkeit sowie die potenziellen Begünstigten dieses Programms in Niedersachsen und Bremen durch Informations- und PR-Maßnahmen über die Fördermöglichkeiten von PFEIL und die finanzielle Unterstützung der EU zu informieren. Darüber hinaus wird die Öffentlichkeit konkret über Veränderungen in der Förderung, deren Nutzen und Auswirkungen sowie über die Fördermodalitäten informiert. Über die in diesem Zusammenhang vorgesehenen Maßnahmen informiert diese Strategie.

Spätestens sechs Monate nach Annahme des PFEIL-Programms hat die Verwaltungsbehörde dem Begleitausschuss informationshalber die Informations- und PR-Strategie vorzulegen (gem. Art. 13 der DVO zur ELER-VO Nr. 808/2014).

2. Ausgangslage

In der Förderperiode 2014-2020 sind mit den EU-Vorgaben, landespolitischen Entscheidungen und deren Umsetzung im PFEIL-Programm wesentliche neue Voraussetzungen geschaffen worden, die Konsequenzen auf die zukünftigen Informations- und PR-Maßnahmen und damit auf diese Strategie haben. Die Ausgangslage für die neue ELER-Förderung und diese Strategie sind insbesondere durch folgende Faktoren gekennzeichnet:

Geänderte Programminhalte und Schwerpunkte

Im Vergleich zur vergangenen Förderperiode wurden die Fördermaßnahmen teilweise deutlich modifiziert. Auch fondsübergreifende Förderansätze spielen eine größere Rolle als bisher. Im PFEIL-Programm werden insbesondere mit der sogenannten „sanften Agrarwende“ und der regionalen Landesentwicklung neue Schwerpunkte gesetzt.

Verbesserte Mittelausstattung für die ELER-Förderung

In der Förderperiode 2014-2020 stehen Niedersachsen und Bremen aus dem ELER rund 1,12 Milliarden Euro zur Verfügung. Das sind insbesondere aufgrund der Umschichtung aus der ersten Säule der EU-Agrarpolitik (GAP) ca. 15 % mehr EU-Fördermittel als in der vergangenen Förderperiode.

Fondsübergreifende Öffentlichkeitsarbeit in Niedersachsen

In der Förderperiode 2014-2020 findet eine fondsübergreifende Zusammenarbeit statt. Durch die Verknüpfung von EFRE und ESF zu einem Multifondsprogramm wird die Zusammenarbeit der Verwaltungsbehörden (EFRE/ESF und ELER) im Hinblick auf eine fondsübergreifende Öffentlichkeitsarbeit noch weiter vertieft. In einem ersten Schritt haben die Programm-Verwaltungsbehörden einen gemeinsamen Rahmenvertrag mit einer Agentur zur Erstellung und Umsetzung einer Marken- und Kommunikationsstrategie für die EU-Förderung und regionale Landesentwicklung in Niedersachsen geschlossen. Darauf aufbauend erfolgt eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung zwischen den beiden Programm-Verwaltungsbehörden bei der Maßnahmenumsetzung. Eine erfolgreiche Zusammenarbeit auf fondsübergreifender Ebene fand bereits bei der gemeinsamen Organisation und Durchführung von Veranstaltungen statt.

Fokussierung auf Nutzung neuer Kommunikationsmedien

Der zügige und umfassende Informationszugang über das Internet ist inzwischen von zentraler Bedeutung. Insgesamt nutzt die Bevölkerung das Internet intensiver und flexibler. Die Anzahl der täglichen Internetnutzer und derjenigen, die unterwegs ins Netz gehen, hat in den letzten Jahren zugenommen. Daher ist es für die zukünftige Öffentlichkeitsarbeit der EU-Förderung unerlässlich, die sich immer schneller wandelnden Informations- und Kommunikationsmedien bei der Umsetzung der öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen zu berücksichtigen. Es gilt diese Weiterentwicklungen zu beachten, um eine zielgruppengerechte Ansprache gewährleisten zu können. Dies hat zur Folge, dass auch im Verwaltungsbereich die Ansprüche an die technische Ausgestaltung der Informationsvermittlung gestiegen sind. Dem ist bei den Informations- und PR-Maßnahmen für PFEIL Rechnung zu tragen.

3. Ziele der Informations- und PR-Strategie

Das übergreifende Ziel dieser Strategie ist die Information der Öffentlichkeit über das finanzielle Engagement der EU für die Entwicklung des ländlichen Raums in Niedersachsen und Bremen.

Öffentlichkeitsarbeit soll allen Bürgerinnen und Bürgern die grundsätzlichen Elemente und Möglichkeiten der Förderung aus dem europäischen ELER-Fonds aufzeigen, transparent machen und näher bringen.

Der Beitrag der EU zur Förderung des ländlichen Raums in Niedersachsen und Bremen soll betont und der breiten Öffentlichkeit vermittelt werden. Es soll auch auf den koordinierten Einsatz der Förderprogramme und -möglichkeiten aus den drei Fonds ELER, EFRE und ESF hingewiesen werden.

Es ist zu verdeutlichen, welche Chancen sich aus der EU-Förderung ergeben und wie mit deren Hilfe Ideen in Form von Projekten aktiv umgesetzt werden können. So soll der Bekanntheitsgrad des PFEIL-Programms und seiner Fördermaßnahmen sowie die Wahrnehmung der EU in der Bevölkerung gesteigert werden.

Ziel ist darüber hinaus auch die umfassende und auf die Interessen potenziell Begünstigter zielführende Information und das Aufzeigen der Möglichkeiten der ELER Förderung.

Während der gesamten Förderperiode wird gewährleistet, dass neben der Gruppe der (potenziell) Begünstigten auch Fachleute sowie die allgemeine Öffentlichkeit fortlaufend über die Inhalte, Ziele und Umsetzungsfortschritte des PFEIL-Programms informiert werden.

4. Zielgruppen

Zielgruppengerechte Ansprache

Im Rahmen der Informations- und PR- Strategie werden die im Folgenden beschriebenen Zielgruppen entsprechend ihrer Informationsbedürfnisse und ihres Informationsverhaltens angesprochen.

Dafür werden Maßnahmen, Medien und Inhalte jeweils zielgruppenspezifisch ausgewählt und eingesetzt.

Allgemeine Öffentlichkeit

Die größte Zielgruppe stellen die Einwohnerinnen und Einwohner der Länder Niedersachsen und Bremen dar. Sie sollen regelmäßig über bürgernahe Themen des PFEIL-Programms informiert werden. Diesem Personenkreis, der im Allgemeinen nur über geringe eigene Erfahrungen mit der EU-Förderung verfügt, soll an einfachen Sachverhalten und durch beispielhafte Förderprojekte die positive Wirkung der EU-Förderung auf ihren Alltag aufgezeigt werden.

So werden durch konkrete Aktionen in Bezug auf Sichtbarkeit, Transparenz und Hervorhebung des EU-Beitrags die Bekanntheit und somit auch die Akzeptanz der EU mit ihren Institutionen und Förderprogrammen deutlich gesteigert.

Begünstigte und potenziell Begünstigte

Diese Zielgruppe weist einen Informationsbedarf auf, der in der Regel deutlich über das Niveau allgemeiner Informationen zum PFEIL-Programm hinausgeht. Hier gilt es besonders über die thematische Zielsetzung des PFEIL-Programms, über Fördermöglichkeiten, verfügbare Fördermittel und Ansprechpartner zu

informieren. Neben der Informationsvermittlung über verschiedene Medien ist es erforderlich, dass Begünstigte oder potenziell Begünstigte insbesondere durch die Bewilligungsstellen begleitet und beraten werden.

Diese Zielgruppe umfasst alle Personen, Unternehmen und Institutionen, die potenziell direkt von der EU-Förderung profitieren können. Dazu gehören je nach Maßnahme insbesondere

- Landwirtschaftliche Betriebe
- Gebietskörperschaften und andere öffentliche Stellen
- Vereine und Verbände
- Privatpersonen im ländlichen Raum
- sonstige Unternehmen im ländlichen Raum

Multiplikatoren

Multiplikatoren bündeln Informationen zur EU-Förderung und tragen damit entsprechend zur Verbreitung dieser Informationen an potenziell Begünstigte bei. Sie agieren im unmittelbaren institutionellen Umfeld der anderen Zielgruppen. Daher lassen sich durch die Versorgung der Multiplikatoren mit umfassenden Informationen weite Teile der anderen Zielgruppen erreichen.

Zur Gruppe der Multiplikatoren zählen z.B.:

- Wirtschafts- und Sozialpartner insbesondere im Rahmen des Begleitausschusses
- weitere Verbände, Kammern und sonstige Institutionen, die die Interessen der Zivilgesellschaft vertreten wie Umweltverbände und andere Nichtregierungsorganisationen
- staatliche und kommunale Behörden einschl. Bewilligungsstellen
- politische Entscheidungsträger
- lokale und überregionale Medien

5. Geplante Informations- und PR-Maßnahmen

Gemäß Artikel 13 in Verbindung mit Anhang III der VO (EU) Nr. 808/2014 sind mit der Umsetzung der Strategie bestimmte Kriterien zu erfüllen, die gewährleisten, dass über die aus dem ELER finanzierten Tätigkeiten zur Entwicklung des ländlichen Raums informiert und diesbezüglich

Öffentlichkeitsarbeit geleistet wird. Zur Umsetzung dieser Anforderungen sind die nachfolgend aufgeführten Informations- und PR-Maßnahmen vorgesehen.

Zielgruppenübergreifende Maßnahmen

Wort Bild Kommunikation

Für das Programm zur Entwicklung im ländlichen Raum PFEIL wurde ein Logo entwickelt. Dieses wird auf fondsspezifischer) neben den Wappen bzw. Wort-Bildmarken der Programmpartner Bremen und Niedersachsen bei allen Maßnahmen der Informations- und Pressearbeit eingesetzt werden.



Niedersachsen



**Freie
Hansestadt
Bremen**

Verweise auf die EU im Rahmen der Förderung werden entsprechend der Durchführungsverordnung (EU) Nr. 808/2014 angebracht.

Fondsübergreifende Öffentlichkeitsarbeit in Niedersachsen

Im Zuge der gemeinsamen fondsübergreifenden Öffentlichkeitsarbeit für die Fonds ELER, EFRE und ESF wurde in Niedersachsen eine gemeinsame Wort-Bildmarke und Designlinie entwickelt, die die Kommunikationsmaßnahmen der drei Fonds unter einem einheitlichen Erscheinungsbild bündelt.

Hierzu gehören:

- gemeinsames Label
- gemeinsamer Webaufttritt
- abgestimmte Gestaltung der eingesetzten Informationsmedien



Das neue Label steht für die Partnerschaft von EU und Niedersachsen. Dieses wird bei allen Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt, um EU-Förderung als koordiniertes Ganzes in Niedersachsen sichtbar zu machen.

Einheitliche Gestaltung von Erläuterungstafeln und Hinweisschildern

Erläuterungstafeln und Hinweisschilder, die zur Erfüllung der Publizitätspflichten der/des Begünstigten erforderlich sind, werden gemäß der fondsübergreifenden Designlinien gestaltet. Dazu gibt die ELER-VB ausreichende Hinweise vor, um die entsprechenden Vorgaben der DVO (EU) Nr. 808/2014 umzusetzen.

Weitere Informationsmedien, wie z.B. Broschüren und Flyer werden gem. des auf fondsübergreifender Ebene abgestimmten Designrahmens gestaltet.

Webauftritt

Die bereits vorhandene ELER-Website (www.eler.niedersachsen.de) wird über die gesamte Förderperiode alle relevanten Informationen vorhalten. Neben Informationen für die allgemeine Öffentlichkeit, die einen informierenden Charakter haben, wird es z.B. durch Verlinkung zu den Seiten der einzelnen Fördermaßnahmen und Bewilligungsstellen vertiefende Informationsquellen für potenziell Begünstigte und andere Interessierte geben.

Die Inhalte der Website werden regelmäßig aktualisiert und transparent gestaltet.

Alle im Rahmen des PFEIL-Programms veröffentlichten Dokumente werden zum Download bereitgestellt.

Ferner besteht eine Verlinkung zu den Internetseiten der EU-Kommission und zu den betroffenen Bundesministerien.

Auf der fondsübergreifenden zentralen Website (www.europa-fuer-niedersachsen.de) sind alle wichtigen Informationen zur EU-Förderung gebündelt und die enge Verknüpfung mit der regionalen Landesentwicklung dargestellt. Hier steht der allgemeinen Öffentlichkeit ein breites Angebot an wichtigen Informationen und Links zu weiteren relevanten Seiten zur Verfügung.

Anhand von ausgewählten Förderprojekten aller drei Fonds wird transparent, anschaulich und regional differenziert, der Mehrwert der EU-Förderung für Niedersachsen und Bremen dokumentiert. Es ist geplant, dies mittels einer interaktiven Förderkarte darzustellen.

Von der fondsübergreifenden Website erfolgt eine Weiterleitung auf die ELER spezifische Website.

Ergänzend gibt es für Bremen den Bremer EU-Förderwegweiser sowie weitere Informationen zu den Strukturfonds unter www.europa.bremen.de.

Informationsveranstaltungen

Im Hinblick auf die Öffentlichkeitswirksamkeit erreichen Informationsveranstaltungen einen großen Kreis der Zielgruppen und darüber hinaus auch Weitere, an der EU-Förderung Interessierte.

Im Laufe der Förderperiode werden sowohl auf fonds-/fachspezifischer als auch auf fondsübergreifender Ebene zu den Themen des ELER Veranstaltungen stattfinden. Je nach Anlass und Veranstaltungsgröße werden hier die allgemeine Öffentlichkeit sowie (potenziell) Begünstigte oder die Multiplikatoren angesprochen.

Medieninformation

Presse, Rundfunk und Fernsehen werden anlassbezogen durch Pressetermine oder -mitteilungen unterrichtet. Dazu zählen u.a. Bekanntgaben im Rahmen der Förderung und Besuche von Vertretern und Vertreterinnen der Landesregierungen in den Regionen.

Werbemittel

Sowohl auf der Ebene der PFEIL-Förderung als auch auf fondsübergreifender Ebene ist der Einsatz verschiedener Marketingartikel wie z.B. Kugelschreiber, Blöcke etc. vorgesehen. Je nach Art sind sie mit dem gemeinsamen Label "Europa für Niedersachsen" und/ oder dem "PFEIL-Logo" versehen. Entsprechend dem Anlass dienen sie in hohem Maße der Streuung der aufgedruckten Werbebotschaften, da sie üblicherweise im Zuge von Veranstaltungen Verwendung finden und somit eine große Anzahl von Menschen erreichen.

Zielgruppenspezifische Maßnahmen

Potenziell Begünstigte/ Multiplikatoren

Neben den o.a. Maßnahmen für die allgemeine Öffentlichkeit bedarf die Gruppe der potenziell Begünstigten und der Multiplikatoren detaillierte Zusatzinformationen über die Möglichkeiten der ELER Förderung. Dieser Ansatz wird auch auf fondsübergreifender Ebene durch beispielsweise die Erstellung eines Förderposters, welches Informationen zur finanziellen sowie inhaltlichen Ausgestaltung der Fördermöglichkeiten aus den drei Fonds ELER, EFRE und ESF aufzeigt, verfolgt.

Ein Förderwegweiser zum PFEIL-Programm wird über die Fördermöglichkeiten und -bedingungen informieren sowie Kontakte zu Ansprechpartnern und Bewilligungsstellen beinhalten.

Auf Ebene der maßnahmenverantwortlichen Fachreferate sind Veröffentlichungen im Internet sowie z.B. das Erstellen von Flyern und Broschüren vorgesehen. Damit erhalten potenziell Begünstigte und Begünstigte weitere Detailinformationen zu den jeweiligen Fördermaßnahmen.

In Zusammenarbeit mit den Fachreferaten organisierte Veranstaltungen, Workshops, Seminare und Tagungen informieren über die einzelnen Fördermaßnahmen und bieten Gelegenheit zum Austausch zwischen den Prozessbeteiligten und den Akteuren.

Im Rahmen von Partnerveranstaltungen werden Wirtschafts- und Sozialpartner, z.B. Berufsverbände sowie einschlägige Nichtregierungs- und

Umweltorganisationen über den Stand der Umsetzung des PFEIL-Programms sowie über die Maßnahmen der Informations- und Pressearbeit informiert.

Begleitausschuss

Der Begleitausschuss wird im Rahmen seiner Tagungen einmal jährlich über den Umsetzungsstand der Informations- und PR-Strategie informiert. Änderungen der Strategie werden dem Begleitausschuss mitgeteilt.

Die Vertreter des Begleitausschusses, dem verschiedenste Interessensgruppen angehören, sind als Multiplikatoren ein wichtiger Partner bei der Streuung von Informationen. Die Teilnahme der Begleitausschussmitglieder an zielgruppenübergreifenden Veranstaltungen wird bedarfsgerecht angestrebt, um Multiplikationseffekte zu erzielen.

Phasen der Umsetzung von Maßnahmen

Die Durchführung der Maßnahmen unterliegt einer bedarfsgerechten zeitlichen Steuerung. Insgesamt können für die Dauer der Förderperiode drei Phasen, differenziert nach Zielgruppen, unterschieden werden (siehe Anhang 1). Der Schwerpunkt liegt hier in der Implementationsphase, in der die Inhalte des PFEIL-Programms bekannt gemacht und potenziell Begünstigte und Begünstigte über die Fördermöglichkeiten des ELER allgemein und im Speziellen über die des PFEIL-Programms informiert werden.

6. Zuständige Stelle für die Durchführung der Informations- und PR-Strategie

Gemäß Art. 66 Abs. 1 Buchstabe (i) der VO (EU) Nr. 1305/2013 (ELER-VO) in Verbindung mit Art. 13 DVO (EU) Nr. 808/2014 (DVO stellt die Verwaltungsbehörde die Öffentlichkeitsarbeit für das PFEIL-Programm sicher. Die ELER-Verwaltungsbehörde des Niedersächsischen Ministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (ML) trägt demnach die Verantwortung dafür, dass Öffentlichkeitsarbeit im Sinne dieser Strategie betrieben wird.

Innerhalb der Verwaltungsbehörde ist eine Person mit der Begleitung und Umsetzung der Informations- und PR-Strategie befasst. Diese koordiniert die Zusammenstellung der Informationen aller an den Maßnahmen der Strategie Beteiligten.

Aktivitäten werden mit den betroffenen Fachressorts, Fachabteilungen, der Pressestelle und Bremen abgestimmt.

Fondsübergreifende Aktivitäten werden in einer Steuerungsgruppe geplant. Diese besteht aus Mitgliedern beider Programm-Verwaltungsbehörden, den Pressestellen und weiteren für die Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Fachreferaten.

7. Einbindung des Nationalen Netzwerkes für den ländlichen Raum (NLR)

Die Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (DVS) ist ein bedeutender Partner in der Informations- und Pressearbeit.

Die ELER-Verordnung legt fest, dass in jedem Land der Europäischen Union (EU) ein Nationales Netzwerk für den ländlichen Raum (NLR) eingerichtet werden muss. In Deutschland ist die DVS der Knotenpunkt für alle Partner im deutschen NLR. Mit den Partnern im deutschen und europaweiten Netzwerk unterstützt die DVS diese Entwicklung. Durch das Zusammenbringen aller Akteure, die den ländlichen Raum gestalten, erleichtert sie somit den Austausch auf allen Ebenen in Deutschland und europaweit. Die Verwaltungsbehörde ist als Mitglied dieses Netzwerks in diesen Prozess eingebunden

Mit Veröffentlichungen beispielhafter Projekte oder von Schwerpunktthemen aus dem ELER, wie u.a. über LEADER, informiert sie zu wichtigen Themen und Neuerungen in der ländlichen Entwicklung. Dabei nutzt die DVS eigene Medien wie Zeitschriften, Newsletter und die Internetseite. Dies steigert die Transparenz über die Fördermöglichkeiten des ELER.

Die DVS bietet damit ein umfassendes Informationsangebot zur Förderpolitik für ländliche Räume. Dies ist eine wichtige Ergänzung zu den PFEIL-spezifischen Informationsmaßnahmen im Rahmen dieser Strategie.

Im Rahmen des PFEIL Internetauftritts wird auf der Website des ELER (www.eler.niedersachsen.de) auf die Seiten der DVS verlinkt.

8. Barrierefreier Informationszugang für Menschen mit Behinderungen

Das PFEIL-Programm verfolgt die Grundsätze der Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung gemäß Art. 7 VO (EU) Nr. 1303/2013 (ESIF-VO). Bei der Umsetzung der Informations- und PR-Strategie wird insbesondere die Barrierefreiheit für Menschen mit Behinderungen berücksichtigt.

Barrierefreiheit ist die Grundvoraussetzung für die Inklusion von Menschen mit Behinderung.

So werden beispielsweise auf der PFEIL- Internetseite Informationen zum PFEIL-Programm durch Vorlesefunktionen sowie durch Einstellungsmöglichkeiten bei Schriftgröße und Kontrast barrierefrei zugänglich gemacht.

Auch bei der Auswahl von Orten für öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen, wird auf einen barrierefreien Zugang zum Veranstaltungsort geachtet. Bei Bedarf wird bei Veranstaltungen eine/n Gebärdensprachdolmetscher/in eingesetzt.

9. Für die Strategie veranschlagte Mittel

Für die Durchführung der fondsspezifischen und fondsübergreifenden Informations- und PR-Maßnahmen sind ca. 1,5 Mio. Euro öffentliche Mittel eingeplant. Diese Planung wird im Verlauf der Förderperiode bedarfsgerecht geprüft und kann ggf. angepasst werden.

Hinsichtlich der fondsübergreifenden Informations- und PR-Maßnahmen werden die entstehenden Kosten fondsanteilig dem ELER sowie dem EFRE/ESF (Multifondsprogramm) zugeordnet.

10. Bewertung der Öffentlichkeitswirkung und des Bekanntheitsgrades

Für die Förderperiode *PROFIL* 2007-2013 wurde durch externe Evaluatoren die Öffentlichkeitsarbeit evaluiert. Die Ergebnisse der Bewertungen (jährlicher Zwischenbericht, Berichte zur laufenden Bewertung, Modulberichte und Halbzeitbewertung) werden auf der Website des ELER

(www.eler.niedersachsen.de) zum Download zur Verfügung gestellt.

Auch für die PFEIL-Förderperiode 2014-2020 wird die Öffentlichkeitswirkung der PR-Aktivitäten durch externe Partner bewertet werden. Für die Jahre 2017 und 2019 sind erweiterte Durchführungsberichte vorgesehen, die entsprechende Bewertungen enthalten werden.

Darüber hinaus erfolgt als obligatorisches Element des jährlichen Zwischenberichts zum PFEIL-Programm eine jährlich quantitative Bewertung der öffentlichkeitsrelevanten Maßnahmen durch die ELER-Verwaltungsbehörde.

Die ELER-Verwaltungsbehörde erfasst jährlich die öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen im Verantwortungsbereich der Fachreferate. Damit verschafft sie sich einen Überblick darüber, welche Maßnahmen durchgeführt wurden und steuert bei Verbesserungsbedarf gegebenenfalls nach.

11. Geplante Informations- und PR-Maßnahmen

Gemäß Artikel 13 der DVO (EU) Nr. 808/2014 informiert die Verwaltungsbehörde den Begleitausschuss einmal jährlich über die geplanten Informations- und PR- Maßnahmen für das kommende Jahr.

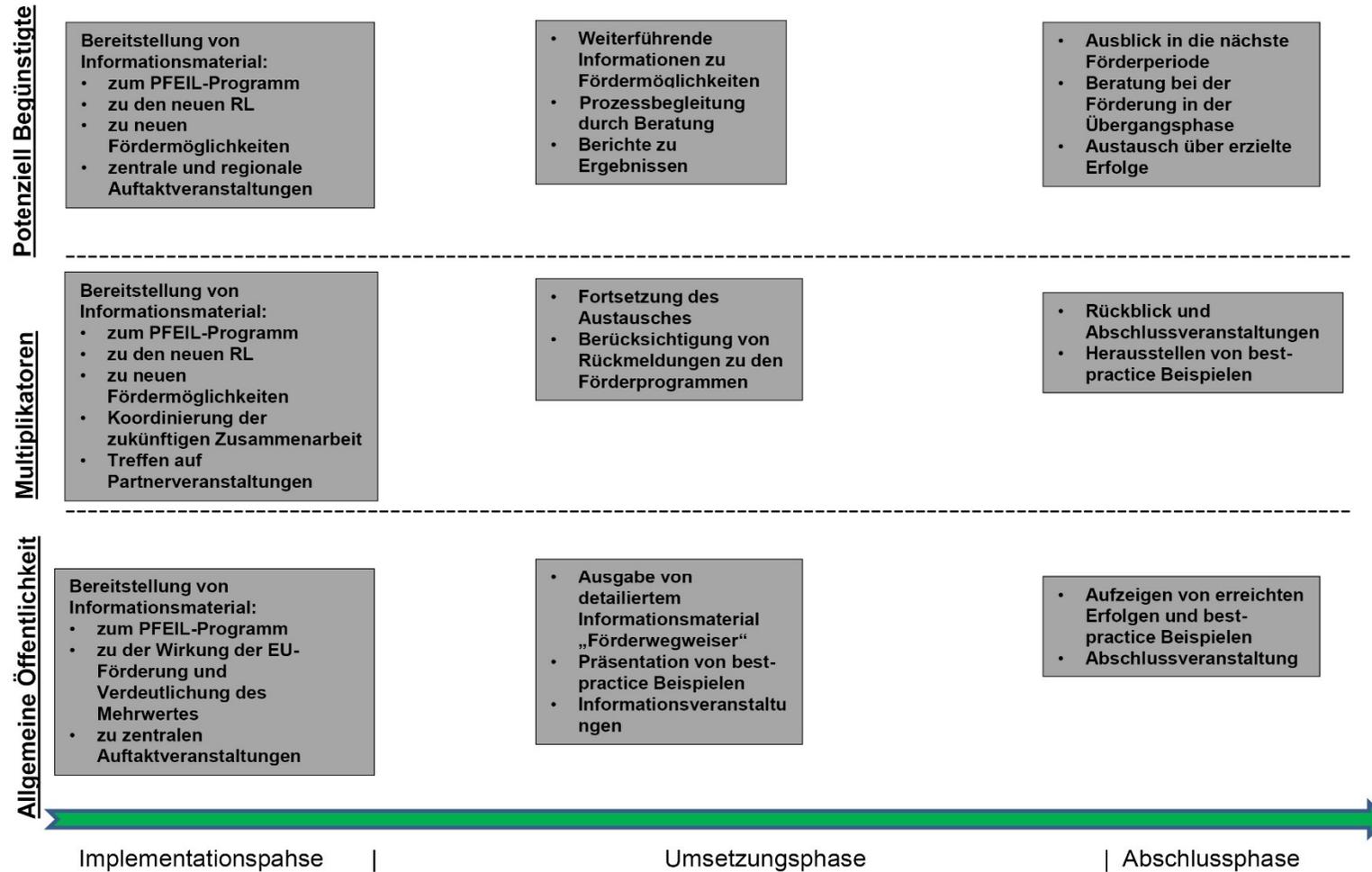
Für das Jahr 2016 sind zum jetzigen Zeitpunkt die folgenden Maßnahmen vorgesehen:

- Erstellung eines Förderwegweisers in bürgernaher Sprache
- Überarbeitung und Ausbau der ELER-Website zum PFEIL-Programm unter www.eler.niedersachsen.de
- Weiterentwicklung einer fondsübergreifenden Website www.europa-fuer-niedersachsen.de

- Pressemitteilungen zu Durchführungsschritten und Ergebnissen im Zusammenhang mit dem PFEIL-Programm
- Flyer für ELER-Maßnahmen
- Erläuterungstafeln zur Einhaltung der EU Vorgaben zur Publizität
- Werbemittel
- Begleitausschusssitzungen zur Unterrichtung der Multiplikatoren
- Ausrichtung einer Wirtschafts- und Sozialpartner-Veranstaltung
Weitere Informationsveranstaltungen/ Workshops/ Seminare–

Anhang 1 – Phasen der Umsetzung von Maßnahmen

Phasen Informations- und PR-Strategie



Informations- und PR-Strategie

für das ELER-Entwicklungsprogramm
der Länder Niedersachsen und Bremen

Impressum:

Niedersächsisches Ministerium
für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
ELER Verwaltungsbehörde
Calenberger Strasse 2
30169 Hannover

Tel.: (0511) 120-0
E-Mail: eler@ml.niedersachsen.de

November 2015