

panorama

inforegio

32

Winter 2009/2010



EU-Regionalpolitik vermitteln

und Erfolge sprechen lassen

EDITORIAL

Dirk Ahner

3

ÜBERBLICK

4-8

Regionalpolitik geht alle an

9-12

INTERVIEWS

Diana Chepishева – Eva Martinez Orosa – Giedrius Surplys – Patrizia Lenzarini

13-15

VOR ORT

Portugiesischer Radiosender informiert über Programme – Stadterneuerung einmal anders in Gent und Flandern – Polen: Wettbewerbe sorgen für die richtige Werbung

16-17

ALLGEMEINES

Fahrradtour durch Toulouser Zentrum lässt aufatmen

18

FEHLERBEHANDLUNG

Informationsanforderungen einhalten

19

GEMEINSAME BASIS

Jedes Wort zählt

20

INFORMIEREN SIE SICH AUSFÜHRLICHER

21

REGIONALE ANGELEGENHEITEN

Die Zukunft der Kohäsionspolitik

22-23

IN UNSEREN PROJEKTEN

Musikpark Mannheim – Centre for NanoHealth, Swansea

24-26

NETWORKING

Open Days 2009 – EU-Vertretungen äußern sich zum Thema Kommunikation

27

TERMINE

28

VERLEIHEN SIE IHRER STIMME GEHÖR

Fotos (Seiten):

Titelseite: Verwaltungsbehörde der östlichen Niederlande

Seiten 6, 7, 9, 12, 18, 19, 21, 24-25, 26: © Europäische Kommission

Seiten 5, 10 © Betina Skovbro

Seite 9: © Diana Chepishева

Seite 10: © Steve Troes

Seite 11: © Neringa Orlaitė

Seite 12: © Patrizia Lenzarini

Seite 13: © Radio noticias

Seite 14: © Stad Gent – Dienst Voorlichting

Seite 15: © Polnisches Ministerium für Regionalentwicklung

Seiten 16-17: © Istockphoto

Seite 22: © Musikpark Mannheim GmbH

Seite 23: © The Centre for NanoHealth

Diese Zeitschrift wird in Deutsch, Englisch und Französisch auf Recyclingpapier gedruckt und liegt unter folgender Adresse in 21 Amtssprachen der Europäischen Union vor:

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_de.htm

Die Beiträge in dieser Veröffentlichung geben die Ansichten der Verfasser und nicht notwendigerweise die Meinungen der Europäischen Kommission wider.



Kommunikation: Jedes Wort zählt

Projekte, die durch Regionalpolitik finanziert werden, haben bereits in ganz Europa zu erheblichen Verbesserungen der Lebensqualität geführt. Beispiele sind Maßnahmen für sauberes Trinkwasser, neue Verkehrsverbindungen, sanierte Bergbaustandorte, neue Arbeitsplätze und vieles mehr. Dabei verbirgt sich hinter jedem Projekt eine Geschichte: So schaffen große Infrastrukturinvestitionen Arbeitsplätze für Gemeinschaften, während Unterstützung für innovative KMU begabten jungen Menschen ermöglicht, in der Heimat zu bleiben, anstatt ihr Geld in der Fremde verdienen zu müssen. Oder man denke an eine verbesserte Abwasserreinigung, die lokale Gewässer aufwertet. Das sind nur einige wenige der Aktivitäten, die durch die Regionalpolitik unterstützt werden. Das Geld, das von der EU in die Programme fließt, hat ein klares Ziel: mehr Lebensqualität für die Menschen, die in diesen Regionen leben. Eine effiziente Darstellung der Aktivitäten der Regionalpolitik nach außen ist dabei genauso wichtig wie eine effiziente Finanzkontrolle. Denn hierdurch hat der Steuerzahler Gewissheit, dass ein Drittel des EU-Haushalts einer angemessenen und wirksamen Verwendung zugeführt wird.

Dennoch bleibt ein Widerspruch: Warum nur sind die Programme so selten Gegenstand einer Berichterstattung, obwohl so viele davon profitieren? Die Gründe dafür sind vielfältig. Zum einen hält die Presse die Finanzierung von Regionalpolitik nicht für berichtenswert und zum anderen neigen die Regionen dazu, die Bedeutung des EU-Kontexts und entsprechender Beiträge zu unterschätzen. Und schließlich verfügen auch nicht alle für Kommunikation zuständigen Mitarbeiter über angemessenes Wissen, Hilfsmittel oder Zeit für eine angemessene Dokumentation.

Bleibt die Frage, was getan werden kann. Gewiss besteht weitestgehend Einigkeit darüber, dass die menschliche Dimension bei der Berichterstattung zur EU-Regionalpolitik eine Schlüsselrolle spielen muss. Doch das ist nicht immer umsetzbar. Dessen ungeachtet zeigt das Beispiel einiger Regionen, dass die Schilderung wahrer Begebenheiten das Medieninteresse an Regionalpolitik erhöhen kann. Das Inform-Netzwerk von Kommunikationsbeauftragten, nebst seinen halbjährlichen Konferenzen und der Website, bietet einen guten Rahmen, um die Erfahrungen anderer mit verschiedenen Kommunikationsmitteln weiterzugeben und von ihnen zu lernen. Dabei kann sich jeder das Know-how des Inform-Netzwerks zu Nutze machen, um berichtenswerte regionalpolitische Inhalte besser zu verbreiten.

In dieser Ausgabe von Panorama wird erörtert, warum eine effiziente Kommunikation so dringend erforderlich ist und was andere tun. Zudem werden Journalisten zu ihren Motiven zum Schreiben befragt.

Die Zeiten, in denen der Gang an die Öffentlichkeit mehr oder weniger dem Zufall überlassen und als nachrangige Angelegenheit betrachtet wurde, sollten ein für alle Mal vorbei sein. Lassen Sie uns nunmehr einen Gang höher schalten und die Erfolgsgeschichte dieser Politik endlich einem breiten Publikum bekannt machen. Wir alle wissen, wie wertvoll unsere Politik ist. Gerade deswegen muss uns klar sein, dass wir nur dann mehr Unterstützung erhalten können, wenn die Erfolge dieser Maßnahmen transparenter werden.

Dirk Ahner

Generaldirektor, Europäische Kommission
Generaldirektion Regionalpolitik

” Die Zeiten, in denen der Gang an die Öffentlichkeit mehr oder weniger dem Zufall überlassen und als nachrangige Angelegenheit betrachtet wurde, sollten ein für alle Mal vorbei sein. “

REGIONALPOLITIK GEHT ALLE AN

Trotz großen Finanzvolumens, ehrgeiziger Programme und groß angelegter Projekte ist die europäische Regionalpolitik als einer der Schwerpunktbereiche der Europäischen Union noch bei Weitem nicht so bekannt, wie sie eigentlich sein sollte. In dieser Ausgabe von Panorama sollen die Relevanz von Kommunikation und die Verordnungen untersucht werden, die eine Darstellung in der Öffentlichkeit vorschreiben. Weitere Schwerpunkte betreffen die Vorgehensweise bei der Verbreitung von Informationen sowie Beispiele erfolgreicher Aktivitäten, die dank Kreativität auch ohne umfangreiche Finanzmittel auskommen.

Was getan werden muss

Aufgrund der Bestimmungen zur Verwaltung von Programmen, die regionalpolitische EU-Mittel erhalten, sind die zuständigen Behörden verpflichtet, ihre Aktivitäten in der Öffentlichkeit darzustellen.

In der Regel bestehen die zwei gängigsten Methoden zur allgemeinen Bekanntmachung darin, enge Kontakte zu den Medien zu pflegen und das Internet effizient zu nutzen. Allerdings unterliegen die Verwaltungsstellen auch der Verpflichtung, potentielle Mittelempfänger in ihre Zielgruppe miteinzubeziehen. Ebenso sind eine oder mehrere der folgenden Einrichtungen zu involvieren:

- nationale, regionale und lokale Behörden;
- Arbeitgeber- und Berufsverbände;
- Wirtschafts- und Sozialpartner;
- Nichtregierungsorganisationen;
- Wirtschaftsverbände;
- Auskunftsstellen;
- Bildungseinrichtungen.

Dabei ist jedes Jahr mindestens eine umfangreiche Informationskampagne durchzuführen, in deren Rahmen beispielsweise die Leistungen des Programms vorgestellt werden. Dies kann in Form einer neuen Website, einer Konferenz oder eines Tags der offenen Tür erfolgen. Und ab dem 9. Mai muss für eine Woche außen am Gebäude der Verwaltungsstelle die EU-Flagge gehisst werden. Grundlegendes Ziel dabei ist, besser über die EU-Regionalpolitik in den Regionen aufzuklären und darzulegen, dass die Projekte eine Verbesserung der Lebensqualität der Bürger bewirken.

Wenn Sie ein mit regionalpolitischen Mitteln gefördertes Programm durchführen, müssen Sie beachten, dass der jährliche Implementierungsbericht 2010 (muss bis zum 30. Juni 2011 in Brüssel vorliegen) erstmals ein separates Kapitel aufweisen muss, aus dem die Ergebnisse der von den Verwaltungsstellen bis dato

durchgeführten Informations- und Publizitätsmaßnahmen hervorgehen. Diese Auflage soll sicherstellen, dass die Verwaltungsbehörden untersuchen, ob die am Anfang des Programmzeitraums festgelegten Kommunikationsprioritäten noch immer von Relevanz sind und die Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele angemessen waren. So ist gewährleistet, dass die Ziele und Hilfsmittel laut Kommunikationsplan gegebenenfalls Gegenstand einer Überarbeitung sind.

„Diese Praxis sollte nicht als bürokratisches Hindernis, sondern eher als Chance für jedes Programm betrachtet werden, die Kommunikationsaktivitäten präzise auf den Bedarf abzustimmen, der bei der Programmimplementierung über 2-3 Jahre ermittelt wurde“, betont Raphaël Goulet, Leiter des Referats Kommunikation und Information der Generaldirektion Regionalpolitik (GD Regio).

Warum sind Ergebnisse so wichtig?

Etwa ein Drittel des gesamten EU-Haushalts fließt in regionalpolitische Fördermittel. Angesichts eines solchen Volumens ist dieser Sachverhalt stets Gegenstand von Debatten. Der regionalen Zwecken zugeführte Anteil bedarf einer Rechtfertigung. Hierbei ist unzweifelhaft darüber Auskunft zu geben, wie sinnvoll das Geld verwendet und welcher Erfolg bei der Implementierung der Programme erzielt wird.

Auch in dieser Hinsicht geht es um Transparenz, denn die Zuweisung von Fördermitteln muss nachweislich auf realistische und korrekte Weise erfolgen.

Da die Verwaltung und Zuweisung der Gelder größtenteils nationalen und regionalen Behörden und nicht der GD Regio obliegt, müssen die Verwaltungsstellen auch Urheber der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen sein.

„Die Mitgliedstaaten haben die Verordnung deswegen verabschiedet, weil sich praktisch nur so gewährleisten lässt, dass alle über die Verwendung der jeweiligen Finanzmittel berichten“, erläutert Annabelle Maupas, Presse-Referentin bei GD Regio.

Da die Verwaltungsstellen zur Kommunikation verpflichtet sind, ermöglicht die Strukturfondsverordnung den Regionen, ihren Erfolg bei der Durchführung des Programms sowie ihre Maßnahmen für die einzelnen Bürgerinnen und Bürger darzulegen.

Vor diesem Hintergrund hat die GD Regio sicherzustellen, dass die Verordnungen über die Verwendung der Strukturfonds eingehalten werden. Zudem muss sie den Verwaltungsstellen dabei helfen, ihren Verpflichtungen nachzukommen.



Weiß die Öffentlichkeit Bescheid?

Anfang 2008 wurde eine Eurobarometer-Blitzumfrage durchgeführt, die sich mit der öffentlichen Wahrnehmung der EU-Förderung von Regionalpolitik befasste und den Nutzen einer engen Zusammenarbeit zwischen Kommunikationsbeauftragten und den Medien unterstrich. Dabei wurden 27 000 zufällig ausgewählte Bürgerinnen und Bürger im Alter von mindestens 15 Jahren aus allen 27 EU-Mitgliedstaaten befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass sich eine bessere Fokussierung von Kommunikation auszahlt.

Die Hälfte (49%) der Befragten wussten darüber Bescheid, dass die EU ihre Stadt bzw. Region unterstützte. Mehr als zwei Drittel dieser Befragten, die von der EU-Förderung wussten, waren zudem der Auffassung, die Unterstützung habe positive Auswirkungen (70%). Nur jeder Fünfte erklärte, keinen positiven Nutzen der EU-Regionalpolitik erkennen zu können (22%). Schließlich war die Bevölkerung der 12 neuen Mitgliedstaaten über EU-Fördermaßnahmen besser informiert (60% gegenüber 47% in den 15 alten Mitgliedstaaten).

Transparenz gewährleisten – Liste der Empfänger

Ein wesentliches Element der Kommunikationsauflagen für den Programmplanungszeitraum 2007-2013 ist die Liste der Empfänger. Diese ist Bestandteil der Transparenzinitiative, der zufolge die Verwaltungsstellen verpflichtet sind, sämtliche Strukturfondsempfänger nebst den zugewiesenen Summen und den Namen der unterstützten Operationen auszuweisen. Mit Ausnahme einiger Programme im Rahmen der „Europäischen territorialen Zusammenarbeit“ werden sämtliche Programme dieser Verpflichtung gerecht. Die Generaldirektion Regionalpolitik appelliert in diesem Zusammenhang an alle Beteiligten, die Transparenz zu erhöhen und hat zu diesem Zweck eine interaktive Karte auf ihrer Website veröffentlicht, aus der alle Empfänger der EU-Kohäsionspolitik ersichtlich sind. Eine Grundvoraussetzung für Transparenz besteht darin, die Veröffentlichung der Empfänger mit dem Kontrollsystem des jeweiligen Programms zu verknüpfen, indem ein voll integriertes Verwaltungs- und Kommunikationssystem geschaffen wird.

Im Zusammenhang mit dem Inform-Netzwerk regionalpolitischer Kommunikationsexperten fordert die GD Regio alle Regionen weiterhin auf, über die Mindestvorschriften hinauszugehen und die Liste der Empfänger in ein umfassendes Kommunikationsinstrument zu integrieren. Dies kann beispielsweise durch mehrsprachige Informationen auf nationalen oder regionalen Websites bzw. durch Websites erfolgen, die in Suchmaschinen erfasst sind und digitale Karten mit den Projektstandorten enthalten.

Das Europäische Parlament misst Transparenzfragen besondere Bedeutung bei. So kommt eine jüngst durchgeführte Studie mit dem Titel „The Data Transparency Initiative and its Impact on Cohesion Policy“ (Die Datentransparenzinitiative und ihre Auswirkungen auf die Kohäsionspolitik) zu dem Schluss, dass Daten zu den Empfängern im Allgemeinen problemlos abrufbar sind. Dennoch werden einige Empfehlungen ausgesprochen, die auf bewährten Praktiken in einigen Mitgliedstaaten beruhen. Diese würden benutzerfreundlichere Informationen wie Kontaktangaben in Bezug auf die Empfänger implizieren. Ebenso könnten Zusammenfassungen genehmigter Projekte sowie der jeweilige Tätigkeitsbereich und die Art der erhaltenen Förderung Erwähnung finden.

Das Musterbeispiel einer Website, die praktisch alle oben genannten Merkmale aufweist, wurde im Dezember 2009 bei der Zusammenkunft des Inform-Netzwerks vorgestellt: So stellt die ungarische Website www.ropter.nfu.hu nicht nur ein Online-Informations- und Kommunikationstool, sondern gleichzeitig ein integriertes Management-Tool dar. Zudem wurde ein einheitliches IT-System geschaffen, das alle relevanten Informationen und Verfahren zur Programmverwaltung (z. B. Förderanträge) – mit vollständiger Zugänglichkeit aus dem Internet – enthält.

Obschon nicht alle Programme in der Lage sein mögen, dieses Verfahren zu übernehmen, ist die Website ein überzeugendes Beispiel, das andere EU-Regionen zur Nachahmung inspirieren sollte.



GD Regio hilft Ihnen bei der Erfüllung von Auflagen

So notwendig die Verordnungen auch sein mögen, könnten sie doch als Hindernis betrachtet werden. Von daher fordert die GD Regio die Regionen auf, wirksame Kommunikationsverfahren insbesondere über das Inform-Netzwerk zu verbreiten.

Inform oder machen Sie mehr aus Ihrem Erfolg

Alle Verwaltungsbehörden haben die GD Regio darüber informiert, welche Mitarbeiter für die Informations- und Publizitätsmaßnahmen der einzelnen operationellen Programme zuständig sind. Zudem haben die Mitgliedstaaten für sämtliche operationellen Programme eines Landes eine einzige Anlaufstelle eingerichtet. Diese Kommunikationsbeauftragten kommen bei Networking-Events, darunter die halbjährlichen von der GD Regio veranstalteten Konferenzen des Inform-Netzwerks, zu Gesprächen zusammen.

Im Rahmen dieser Veranstaltungen tauschen die Kommunikationsbeauftragten für Regionalpolitik aller 27 Mitgliedstaaten Erfahrungen aus und lernen voneinander. Nutzer können dabei auf der speziellen Website innovative Ideen sowie ein Support-Forum für Problemlösungen und Tools finden, um das Profil ihrer Erfolge aufzuwerten. Auf der Website selbst sind die Informations-Tools verfügbar, auf die die Verwaltungsstellen stolz sind: „Das Inform-Netzwerk und die dazugehörige Website sind so dynamisch, wie die Mitglieder des Netzwerks selbst dies beabsichtigt haben. Für die Kommunikationsbeauftragten ergibt sich so eine Möglichkeit zum Austausch bewährter Praktiken. Die GD Regio möchte den Programmen jedoch keine Vorschriften machen, welche Kommunikationsstrategie in einer bestimmten Region erforderlich ist. Diese Entscheidung fällt auf regionaler Ebene. Doch dank Inform

zeigen wir Beispiele interessanter Kommunikationsmittel auf, die andere Programme erfolgreich für die Förderung ihrer Projekte eingesetzt haben“, erläutert Peter Fischer, der bei der GD Regio für Fragen zur Transparenz und Publizität zuständig ist.

Obschon Hinweis- und Erinnerungstafeln Pflicht sind, verfügen Kommunikationsbeauftragte über kreativen Freiraum. Gegenstand der Website sind Konzepte, Aktivitäten und allgemein öffentlichkeitswirksame Werbeveranstaltungen. Was in einem Land funktioniert, könnte auf ein anderes übertragen werden.

Unter einer Rubrik der Website sind Aktivitäten gemäß den Medien kategorisiert, die sie verwenden. Veröffentlichungen umfassen nicht nur Beispiele bewährter Praktiken, sondern auch Leitlinien zur richtigen Kommunikation von Strukturfondsmaßnahmen. Nutzer erhalten so praktische Ratschläge und Hinweise auf potentielle Erfolge. In einer weiteren Rubrik werden die innovativsten Kommunikationsereignisse in der EU aufgelistet.

In den Verordnungen wird eine Bewertung gefordert – doch was heißt das? Auch hierzu enthält die Website des Inform-Netzwerks eine Reihe von Dokumenten, aus denen hervorgeht, wie auf Journalisten abzielende Aktivitäten sowie Ereignisse oder Websites bewertet werden. Insgesamt gibt es neun Papiere, die in deutscher, englischer, spanischer, französischer, italienischer und portugiesischer Sprache vorliegen.

Übrigens entstand Inform aus dem Strukturfonds-Informationsteam (SFIT), das 2002 auf Ersuchen der Kommunikationsbeauftragten ins Leben gerufen wurde. Ende 2006 bestand es aus etwa 100 Mitgliedern aus allen 25 Mitgliedstaaten und war insgesamt achtmal zusammengetreten. Ende 2009 zählte es über 350 Mitglieder. Für 2010 hegt die GD Regio die Absicht, die Verflechtung zwischen den Kommunikationsbeauftragten der Verwaltungsbehörden und den Kommissionsvertretungen in den Hauptstädten der Mitgliedstaaten zu stärken, um das Bewusstsein für die EU-Regionalpolitik in den regionalen Medien zu schärfen.

„Straßenaufklärung“ in den Niederlanden

Anhand von Filmen, Demonstrationen und Interviews mit Theaterstücken und Musik berichteten 20 Projektmanager, wie sich EU-Fördermittel auf ihre Aktivitäten auswirken. Diese Erfahrungen machten sie in den östlichen Niederlanden publik und unterstrichen dabei, dass europäische Gelder wichtig sind und tragfähige Ideen auch entsprechende Förderung erfahren.

Luxemburg setzt auf Interaktivität

Demographischer Wandel ist für viele nicht mehr als ein Schlagwort. Doch Ende September 2008 gab es in Luxemburg die Möglichkeit, dieses Thema in einer interaktiven Straßenausstellung in lebendiger Weise kennen zu lernen. Als einer der Schwerpunktbereiche des INTERREG IVB Nordwesteuropa-Programms standen die Problematik selbst und die Finanzierung im Mittelpunkt. Zudem fanden Konferenzen, Musical- und Theateraufführungen und sogar ein Speed-Dating statt.

Insgesamt verfassten über 400 Menschen Berichte und Stellungnahmen, die sie mit bunten Bändern an einen Baum banden. Obschon die Themen EU-Förderung und Überalterung der Bevölkerung nicht gerade Anlässe für Straßenpartys darstellen, unterstrichen die Kreativität und der Einfallsreichtum der Kommunikations-
experten, dass man sein Anliegen auch ohne viel finanziellen Aufwand übermitteln kann.

Einige Denkanstöße

Bei jüngsten Treffen von Kommunikationsexperten wurden folgende innovative Ansätze entwickelt, um Informationen zu verbreiten:

- Wanderausstellung mit riesigen Touchscreen-Computern, die über das EFRE-Programm 2000-2006 informieren. Erfolgreicher Vorstoß von Italien.
- Zusammenarbeit mit Sekundarschulen in der Region, wobei die Schüler mit Videokameras selbst dokumentieren konnten, wie sich die Kohäsionspolitik auswirkt („vorher“ und „nachher“). Diese Initiative erhielt in Italien eine Auszeichnung als vorbildliches Verfahren.
- „Watershow“ am Europatag: Um die litauische Bevölkerung besser über den Klimawandel aufzuklären, fuhr ein „Ökoboote“ einen Monat lang über die größten Flüsse des Landes. Die Mission endete am 9. Mai zeitgleich mit dem Beginn des Europatag-Festivals. Der Skipper verfasste während dieser Tour ein Blog, in dem er sich mit den klimawandelbedingten Problemen befasste und verschiedene EU-finanzierte Projekte kommentierte, die entlang der Strecke lagen. Ein besonders erfolgreicher Aspekt waren hierbei die Synergien, die mit allen in die Organisation dieses Events involvierten Partnern entwickelt wurden.
- Landesweit ausgestrahltes EU-Jugendquiz zur EU-Mitgliedschaft Estlands, mit Teilnahme von 150 Schulen. Erfolgreiche Integration europäischer Themen in den Lehrplan und Vermittlung von Informationen auf unterhaltsame Weise.
- In Österreich wurden Videoclips und Podcasts zusammengestellt, in denen sich die Projektempfänger zu den Erfolgen des Projekts äußern.

Optimale Nutzung des verfügbaren Instrumentariums

Gemäß dem European Communication Monitor, einer der größten länderübergreifenden europäischen Umfragen zu strategischer Kommunikation, werden Online-Kommunikation und interaktive Websites mit Video- und Audioinhalten für die Öffentlichkeitsarbeit in den nächsten Jahren immer wichtiger werden. In **Brandenburg** hat die Verwaltungsbehörde diesen Trend richtig erkannt und eine publikumswirksame interaktive Website ins Netz gestellt. Diese eigenwillige und informative Website ist insofern eine Neuheit, als Besucher Komponenten aussuchen und verschieben sowie grundlegende Informationen zum EFRE und der Rolle der EU erhalten können.

Zudem verweist die Website auf eine in 160 Brandenburger Schulen gezeigte richtungsweisende Technologie – das „Kubikfoto“. Besucher können eine dreidimensionale Welt erkunden, in der Hunderte von Einzelbildern zu einer Collage mit Flash-Animation zusammengefügt werden können.

Durch die Auswahl verschiedener Bilder, die abstrakte Prozesse konkreter erscheinen lassen, stößt der Nutzer auf verschiedene Menschen, die sich mit EFRE-Sachverhalten befassen, darunter der Leiter der Verwaltungsbehörde, Projektpartner oder ein für die Bewertung der EFRE-Anträge zuständiger Sachbearbeiter. Auf diese Weise vermittelt die Website eine personalifizierte Vorstellung von der EU-Förderung. Die Nutzer erhalten dabei eine Beschreibung der alltäglichen Aufgaben dieser Mitarbeiter sowie eine klare Vorstellung dessen, was beim Vergabeprozess eigentlich passiert.

Sonstige Rubriken der Website www.entdecke-efre.de umfassen eine interaktive „Hall of Fame“, in der bewährte Praktiken dargelegt sind. Zudem können Projekte Informationen hochladen und sich selbst präsentieren, sodass die Informationen in beide Richtungen fließen, d. h. von der Website zum Nutzer und umgekehrt.

Martin Müller, einer der Kommunikationsbeauftragten der Verwaltungsbehörde, erläutert einen der wichtigsten Beweggründe zur Schaffung dieser Website: „Unsere Seite richtet sich an internetkundige Nutzer, die das Web in ihrer Freizeit zu Unterhaltungs- und Informationszwecken nutzen. Entsprechend haben wir Audio-, Video- sowie einige Textinhalte und interaktive Fotos hinzugefügt, um komplexe Sachverhalte in lebendiger Weise zu vermitteln. Durch die Ausschöpfung aller Möglichkeiten des Web wecken wir das Interesse der Nutzer und deren Entdeckungsfreudigkeit. Die Statistiken zeigen, dass das wunderbar funktioniert.“

Das von Wien aus verwaltete Programm **Central Europe** umfasst acht EU-Länder und fünf Grenzregionen der Ukraine und finanziert zahlreiche Projekte. Um den Empfängern bei der Kommunikation mit Presse und Öffentlichkeit zu helfen, wurde ein professionelles Kommunikationsunternehmen hinzugezogen, das ein zweitägiges Seminar zu den praktischen Aspekten von Öffentlichkeitsarbeit abhalten sollte.

In diesem Rahmen nahmen über 70 Teilnehmer (in erster Linie führende Partner und Kommunikationsbeauftragte bereits genehmigter Projekte) an Workshops teil, in denen sie lernten, Pressemitteilungen zu schreiben, Werbeereignisse zeitlich abzustimmen und die richtige Aufmerksamkeit zu erwecken. Markus Stradner, Leiter der Kommunikationsabteilung des Gemeinsamen Technischen Sekretariats, erläuterte, dass das Feedback äußerst positiv war: „Einige Menschen hatten bereits ein Projekt durchgeführt und von daher mehr Erfahrung als die, die gerade erst anfangen. Doch wir fanden das richtige Gleichgewicht und konnten jedem etwas vermitteln.“

Zu den Beteiligten gehörte auch Carsten Debes, der in keiner Weise am Nutzen zweifelt. Er ist ein führender Partner im Ressourcen-Projekt, das ehemalige Bergbaustandorte zu neuem Leben erwecken soll. „Unter anderem haben wir ein Rollenspiel durchgeführt, in dessen Rahmen wir einen Journalisten kontaktieren mussten. Die Kommunikationsexperten haben uns dabei zugesehen und signalisiert, wenn wir einen Fehler machten. Ich setze das damals Gelernte inzwischen regelmäßig bei meiner Arbeit ein.“ Debes ist von der Effektivität dieses Lernprozesses derart überzeugt, dass er im Anschluss sämtliche in das Projekt involvierten Partner zu einer In-house-Schulung einlud. „Das Beste bei solchen Schulungen besteht darin, dass man das Gelernte weitergeben kann“, so Debes zum Abschluss.

RegioStars: Herausragende Leistungen auszeichnen

Als Bestandteil der jährlichen Konferenz „Regions for Economic Change“ ist der RegioStars-Wettbewerb stets eines der Highlights. Ziel der Auszeichnungen war, „den Bekanntheitsgrad nachahmenswerter Praktiken zu erhöhen, den Erfahrungsaustausch zu fördern und innovativen Denksätzen ein Forum zu bieten“. Nunmehr liegt der Schwerpunkt jedoch auf Information und Kommunikation.

2009 ging der Preis für einen Radio- oder Fernsehspot, in dem die Vorteile der Kohäsionspolitik zum Ausdruck kommen, an Griechenland. Der siegreiche Beitrag trug den Titel „Kennen Sie ... ESPA?“ und überzeugte durch Originalität und Humor.

In der Kategorie **Information und Kommunikation** im Rahmen der **RegioStars 2010** gingen 39 gültige Beiträge für Regionalpolitik-Websites ein. Der Gewinner wird seinen RegioStar-Preis am 20. Mai 2010 bei der „Regions for Economic Change“-Konferenz erhalten. Da das Niveau des Wettbewerbs äußerst hoch ist, fällt der unabhängigen Expertenjury die Entscheidung schwer.

DIANA CHEPISHEVA

Brüsseler Korrespondentin des Nationalen Bulgarischen Rundfunks



Diana Chepishева beobachtet die Auswirkungen der EU-Mitgliedschaft ihres Landes seit Beginn des Beitrittsprozesses und erhielt für ihre Arbeit den Robert Schuman-Preis der Kommission für Radiojournalismus.

Was meinen Sie: Ist die allgemeine Öffentlichkeit in Ihrem Land bzw. Ihrer Region an europäischer Regionalpolitik interessiert und gut darüber informiert? Falls nicht – warum nicht?

Regionalpolitik spielt in Bulgarien, dem ärmsten EU-Mitgliedsland, eine wichtige Rolle. Doch bis die Menschen verstehen, wie diese Politik funktioniert, muss noch einiges getan werden. Aufgrund von Unregelmäßigkeiten und Betrugsfällen wurden riesige Summen eingefroren. Gleichzeitig gelang es den bulgarischen Behörden nicht, für die operationellen Programme angemessene Compliance-Bewertungen einzureichen. Zudem bleiben mehr als 6 Mrd. € an bewilligten Mitteln außer Reichweite.

Infolgedessen setzt die allgemeine Öffentlichkeit diesen Zustand einem nationalen Versagen gleich, anstatt sich für das strategische Konzept europäischer Regionalpolitik zu interessieren. „Die EU will uns viel Geld geben, damit wir aufholen können, aber wir erfüllen die Voraussetzungen dafür nicht.“ Das war einer der Hauptgründe, aus denen die vorige Regierung abgesetzt wurde. Dann kam eine neue Regierung, die den Korruptionsfällen ein Ende setzen und die ordnungsgemäße Verwaltung von EU-Geldern sicherstellen wollte. Die alles entscheidende Frage ist nun, ob wir die Kurve noch kriegen werden, um das Geld letztlich zu erhalten. Dann werden wir so abstrakte Begriffe wie „Kohäsion“ auch endlich verstehen, indem wir sehen, was da wirklich passiert.

Was macht eine Geschichte über Regionalfonds eigentlich interessant?

Die eigentliche Strategie zum Abbau der Ungleichgewichte in einer 27 Länder umfassenden Union ist in Mittel- und Osteuropa ein heißes Eisen. Meine Erfahrung zeigt mir, dass praktische Beispiele und Erfolgsgeschichten die besten Erklärungen liefern. Sie beweisen, dass „Förderung von Wachstum und Beschäftigung“ keine leeren Worte sind. Selbst in Bulgarien gibt es unzählige Beispiele dafür, wie EU-Gelder etwas bewirken.

Welche Geschichten über EU-Regionalpolitik würden Sie Ihrer Zielgruppe gerne unterbreiten?

Ich habe genug von Geschichten über blockierte Zahlungen und will lieber davon berichten, wie Gelder in das Land gepumpt werden, es ist doch alles nur eine Frage der richtigen Governance.

Dann nämlich können wir uns auf die wesentlichen Sachverhalte konzentrieren, darunter die Frage, wie EU-Finanzmittel voll genutzt werden können. Oder denken Sie an die Förderung von erneuerbaren Energien und Alternativen, um unabhängiger von Russland zu werden. Ebenfalls wichtig ist, wie uns Regionalpolitik dabei unterstützen kann, „ökologisch“ zu denken und kohlenstoffarme

Technologien einzusetzen – selbstverständlich unter Schaffung von Arbeitsplätzen. Und was bedeuten diese Innovationen für die EU und KMU? Die Liste ist lang. Ab hier kommen viele Bulgaren nicht mehr mit, aber ich denke doch, dass man da Abhilfe schaffen kann.

„Selbst in Bulgarien gibt es unzählige Beispiele dafür, wie EU-Gelder etwas bewirken.“



EVA MARTINEZ OROSA

Kommunikationsbeauftragte für das INTERREG IV Nordwesteuropa-Programm



Was meinen Sie: Ist die allgemeine Öffentlichkeit in Ihrem Land bzw. Ihrer Region an europäischer Regionalpolitik interessiert und gut darüber informiert? Falls nicht – warum nicht?

Ich kann hier nur aus Sicht der „Kooperationszone“ sprechen, die von meinem Programm für Nordwesteuropa abgedeckt wird. Diese betrifft 19% der gesamten EU-27-Landfläche und 179 Millionen Menschen. Gemessen an der Zahl der Projektanträge, die wir erhalten, können wir sagen, dass die Bevölkerung Nordwesteuropas über die europäische Regionalpolitik und deren Mittel im Allgemeinen recht gut Bescheid weiß. Allerdings gibt es noch viel zu tun. Das Wissen über die Gelder ist nach unserer Einschätzung noch zu oberflächlich. Das liegt zum Teil an der hohen Zahl von Programmen, die auf vergleichbare Sachverhalte in sich überschneidenden Kategorien abzielen. Das macht es für die meisten Menschen schwierig, Umfang und Prioritäten der einzelnen Programme zu verstehen und gleichzeitig zu wissen, inwieweit sich die Politiken in ihnen niederschlagen.

Was macht eine Geschichte über Regionalfonds eigentlich interessant?

Die einfachsten Geschichten über Regionalfonds sind diejenigen, die von den finanzierten Projekten berichten. Die Menschen fühlen sich hiervon angesprochen, weil die Storys eine menschliche Dimension aufweisen und aufzeigen, wie sich der Alltag aller verbessert. Im Übrigen haben die im Rahmen des Nordwesteuropa-Programms finanzierten Projekte einen Vorteil: Es handelt sich nämlich um konkrete Maßnahmen, die von den Bürgern direkt wahrnehmbar sind. In unserem Fall stechen sie auch deswegen hervor, weil sie das Ergebnis internationaler Bemühungen sind, die Regionen in Randlage ermöglichen, zusammen an der Erzielung gemeinsamer Erfolge zu arbeiten. In unserem Jargon nennen wir so etwas „transnational“. Ein Kollege von mir hat das einst mit einer Gruppe von Köchen verglichen, die allesamt eine Zutat zu einem gemeinsam zubereiteten Gericht

„Die Menschen fühlen sich durch die Projekte angesprochen, weil sie eine menschliche Dimension aufweisen und zur Verbesserung des Alltags aller beitragen.“

beisteuern. Übrigens ist der internationale Charakter das, was am schwersten verständlich und vermittelbar ist – und das betrifft auch die beiderseitige Kommunikation mit den Medien.

Was ist die größte Herausforderung bei der Vermittlung eines Programms wie INTERREG Nordwesteuropa?

Das schwierigste ist, dem Programm eine Identität zu verleihen und es von den anderen INTERREG-Programmen zu unterscheiden. Wenn die Medien über unsere Projekte informieren, erwähnen sie in der Regel, dass sie mit EFRE-Geldern kofinanziert wurden. Der Name des Programms geht dabei aber manchmal unter.



GIEDRIUS SURPLYS

Informationsbeauftragter des ENPI CBC-Programms Lettland-Litauen-Belarus



Zwischen 2005 und 2009 arbeitete Giedrius Surplys als Informationsbeauftragter für das Nachbarschaftsprogramm INTERREG IIIA/TACIS für Litauen, Polen und die Region Kaliningrad sowie das ETC CBC-Programm Litauen-Polen.

Was meinen Sie: Ist die allgemeine Öffentlichkeit in Ihrem Land bzw. Ihrer Region an europäischer Regionalpolitik interessiert und gut darüber informiert? Falls nicht – warum nicht?

In der ehemaligen UdSSR gab es einen Witz über einen Mann, der ganz schnell ganz viel Gewicht abgenommen hat. Dazu erklärte er: „Ich schalte meinen Fernseher an und sehe Breschnew. Und im Radio höre ich Breschnew. Jetzt traue ich mich nicht mehr, meinen Kühlschrank aufzumachen.“ Ich fürchte, mit der Kommunikation über EU-Angelegenheiten verhält es sich langsam ähnlich.

In jeder litauischen Tageszeitung finden Sie jede Menge Artikel über „Verordnung XY“ und die EU-Flagge – und das ganze in äußerst trockener Sprache. Wenn das so weitergeht, wird EU-Kommunikation bald nichts weiter als Propaganda sein und bei der Zielgruppe möglicherweise den gegenteiligen Effekt erzielen.

Also habe ich mich entschlossen, unter 117 Menschen eine kleine elektronische Umfrage zur EU-Kommunikation in Litauen durchzuführen. Zu meiner Überraschung hat sich dabei gezeigt, dass einige Litauer von der EU noch nicht übersättigt sind. Die meisten der Befragten erklärten, keinen Überfluss an EU-orientierten Informationen festzustellen und Artikel mit der „EU-Flagge“ keineswegs als Propaganda zu betrachten.

Dass mein Pessimismus fehl am Platze war, freut mich. Aber ich fürchte doch, dass dieselbe Umfrage in anderen EU-Ländern oder früher oder später auch in Litauen andere Ergebnisse bringen könnte.

„Außerdem habe ich doch wirklich das Gefühl, dass ich selbst von den Regionalfonds profitieren könnte. Also bin ich interessiert und begeistert.“

Was macht eine Geschichte über Regionalfonds eigentlich interessant?

Die sind interessant, weil es da um mein Leben und mein Umfeld geht. Sie helfen mir dabei, mich als echter Europäer zu fühlen. Außerdem habe ich doch wirklich das Gefühl, dass ich selbst von den Regionalfonds profitieren könnte. Also bin ich interessiert und begeistert. Im Übrigen profitiert jeder in der EU.

Ich selbst habe bei grenzübergreifenden Kooperations- und Nachbarschaftsprogrammen mitgearbeitet, in deren Rahmen Grenzregionen verschiedener Länder gemeinsam Projekte implementiert haben. Das ist eine wunderbare Gelegenheit, um Brücken zu schlagen und eine interessante Story zu machen.

Vor allem immer dann, wenn die Beziehungen auf höchster politischer Ebene nicht so gut sind. Ich persönlich beschränke mich in solchen Situationen lieber auf einfache Dinge als schwierige Balanceakte zu vollziehen. Auch wenn das weniger poetisch anmutet, ist es doch konkret und ebnet den Weg für hochrangige Freundschaften.

Könnte man die Kommunikation zu EU-Politiken als neues Tätigkeitsfeld bezeichnen?

Für „Europromo“ (d.h. EU-Förderung) zeichnen in erster Linie fachfremde Kommunikationsbeauftragte verantwortlich, die in der Regel einen Verwaltungshintergrund besitzen. Bedenkt man die riesigen Mengen an Fachinformationen, die wir in unserem Job brauchen, wäre ein reiner Kommunikationsfachmann nicht unbedingt besser qualifiziert.

Wenn Europromo ein separates Aufgabengebiet wäre, würde uns dies nach meiner Einschätzung helfen, unsere Aktivitäten zu koordinieren und zu unserer Entwicklung beitragen – und zwar durch theoretische und praktische Mittel. Und natürlich würde uns eine Überarbeitung des EPSO-Auswahlverfahrens, in dessen Rahmen zunächst ein umfangreicher Test zu absolvieren und erst im Anschluss der Lebenslauf einzureichen ist, besser qualifizierte Arbeitskräfte verschaffen.



PATRIZIA LENZARINI

Auslandskorrespondentin für die italienische Nachrichtenagentur ANSA



Was meinen Sie: Ist die allgemeine Öffentlichkeit in Ihrem Land bzw. Ihrer Region an europäischer Regionalpolitik interessiert und gut darüber informiert? Falls nicht – warum nicht?

Die allgemeine Öffentlichkeit in Italien möchte sehr gut darüber Bescheid wissen, was Europa mithilfe der Regionalpolitik für sie tut. Aufgrund dieses öffentlichen Interesses ist die italienische Presse – und das betrifft insbesondere regionale Zeitungen, die in Italien aufgrund ihrer Größe und Auflage von Bedeutung sind – äußerst empfänglich für alle Brüsseler Informationen über die Verwaltung der europäischen Regionalfonds. Doch ihr Interesse beschränkt sich keineswegs hierauf. Darüber hinaus möchten sie wissen, wie die Projekte nach Abschluss die Lebensqualität jener verbessern, die davon profitieren sollen.

Was macht eine Geschichte über Regionalfonds eigentlich interessant?

Eine „Story“ wird immer dann interessant, wenn die Öffentlichkeit hierdurch erfahren kann, ob die Investitionen in neue Technologien für ihre Städte mithilfe von EFRE-Geldern erfolgen, das Projekt plangemäß abgeschlossen wird oder bzw. warum Verzögerungen auftreten. Und natürlich will man auch wissen, ob die Gelder sinnvoll ausgegeben oder teilweise verschwendet wurden.

Nach Abschluss des Projekts interessieren sich die Menschen dafür, wie viele Arbeitsplätze es schaffen wird. Wichtig ist in erster Linie, ob sich das Projekt ausgezahlt hat.

Wie kann man den Bürgerinnen und Bürgern in den abgelegensten und ärmsten Städten Italiens klarmachen, dass Europa und die Regionalpolitik sie nicht vergessen haben?

Die EU-Regionalpolitik erfüllt alle Voraussetzungen, um zur angesehensten und beliebtesten Politik in der allgemeinen Öffentlichkeit zu werden. Doch damit das auch so wird, muss die Europäische Kommission „maßgeschneiderte“ Informationen zur Verfügung stellen.

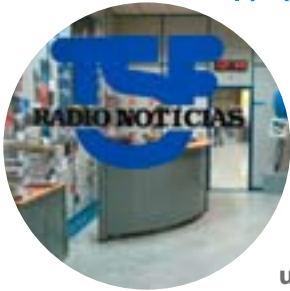
Ich bin seit über 20 Jahren akkreditierte Journalistin und fand es immer schwierig, Projekte, die mit EU-Mitteln finanziert werden, korrekt zu vermitteln. Das liegt nicht an mangelndem Willen, sondern daran, dass die Kommunikation zur Regionalpolitik auf einer einzigen Einheit beruht, obschon es unzählige davon gibt. Die Lösung sollte in länderspezifischen Informationseinheiten bestehen, die Journalisten in Brüssel darüber Auskunft geben können, in welchem Maße kleine Projekte die Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger in den ärmsten und abgelegensten Städten Italiens verbessern können. Sollte ein bestimmtes Projekt nicht implementiert werden, sind die Gründe hierzu darzulegen.

„ Nach Abschluss des Projekts interessieren sich die Menschen dafür, wie viele Arbeitsplätze es schaffen wird. “



PORTUGIESISCHER RADIOSENDER

INFORMIERT ÜBER PROGRAMME



In dieser Panorama-Ausgabe wird untersucht, wie drei Länder die Verpflichtung erfüllen, über den Erfolg regionaler Fördermittel für ihre Bürgerinnen und Bürger zu berichten.

Für den Zeitraum 2007-2013 wird Portugal 21,5 Mrd. € an regionalen Fördermitteln erhalten. Damit lassen sich zahlreiche Projekte unterstützen, die die Lebensqualität vieler Menschen verbessern können. Wie so häufig stellt sich nun die Frage, wie man diese Menschen über den Verwendungszweck der Hilfsgelder informieren kann. Vor diesem Hintergrund kamen die portugiesischen Kommunikationsbeauftragten im Netzwerk des Nationalen strategischen Rahmenplans (NSRF) auf die Idee, Förderprogramme in Radiosendungen zu erklären.

„Objective 2013“ ist eine dreiminütige täglich ausgestrahlte Radiosendung, die samstags zusätzlich in einer Wochenzusammenfassung präsentiert wird. Dabei dient fast die gesamte Sendezeit der Beschreibung von Projekten.

Auf derselben Wellenlänge

Dass die portugiesischen Kommunikationsexperten ausgerechnet an eine Radiosendung dachten, liegt daran, dass die Vermittlung regionaler Förderung nach ihrer Auffassung eines neuen Mediums bedurfte. Denn die bisherigen Kommunikationsformen greifen einfach auf zu viel Jargon und Kauderwelsch zurück, das der Durchschnittsbürger nicht mehr versteht. Zudem ging es darum, ein weit verbreitetes Medium umfassend zu nutzen.

Das Radioprogramm „Objektive 2013“ ist Bestandteil einer Initiative zur Verbesserung der Kommunikation mit der Öffentlichkeit, indem eine packende und alltagsnahe Sprache verwandt wird.

Die Wahl für die Ausstrahlung der Programme fiel auf den Sender TSF. Dieser Entscheidung war eine Ausschreibung vorausgegangen, in deren Rahmen Sender mit landesweiter Verbreitung und hohen Einschaltquoten vorgemerkt wurden.

Innerhalb drei Minuten erläutert der Journalist das Projekt und verweist auf das operationelle Programm sowie den Förderfonds. Dabei werden auch die Empfänger zitiert, was die Relevanz des Projekts unterstreichen soll. Im Einzelnen äußern sich die Empfänger zu den mittel- und langfristigen Erwartungen sowie zur Art und Weise, in der ihnen regionale Fördermittel geholfen haben. In bestimmten Fällen erteilen sie den Zuhörern sogar Ratschläge zur Antragstellung.

Wer die wöchentliche Sendung verpasst, kann sich auf der Website des Radiosenders eine Aufzeichnung anhören.

Die Aufmerksamkeit der Zuhörer wird durch Erlebnisberichte Betroffener erweckt. Und hiervon gibt es in Portugal sehr viele, zumal

Standpunkt der Medien

Für den Leiter der Radiostation, Paulo Baldaia, stellt die Partnerschaft mit der NSRF-Beobachtungsstelle eine wichtige Plattform dar, um den Hörern neue und nützliche Informationen zu vermitteln. „Wir sind als privater Radiosender dennoch der Auffassung, dass unsere Inhalte einer gemeinwirtschaftlichen Verpflichtung Rechnung tragen müssen. Der NSRF stellt die Unterstützung der EU für die Modernisierung und Entwicklung des Landes dar. Die Öffentlichkeit muss wissen, was im Lande geschieht und getan wird. Gleichzeitig muss man alle darüber informieren, wer von den Strukturfonds profitieren könnte.“

das Land seine Strukturfondsmittel verwendet, um Kompetenzen zu verbessern, nachhaltiges Wachstum zu fördern, soziale Kohäsion zu gewährleisten sowie die Entwicklung des Landes und der Städte zu fördern und die Governance zu verbessern. Um solche Menschen zu finden, bedarf es keiner großen Anstrengungen.

Das Erfolgsrezept

Die Sendungen, die pro Monat durchschnittlich 2,2 Mio. Hörer verzeichnen, konzentrieren sich Woche für Woche auf verschiedene operationelle Programme, von denen es in Portugal 14 gibt. Gegenstand sind jedoch nicht nur die Programme selbst, sondern auch Besuche in den Regionen. „Das Ganze ist eine ziemliche Herausforderung, was die Logistik und die in diese Initiative involvierten Menschen angeht, denn die NSRF-Behörden müssen recht proaktiv zu Werke gehen: Ein auf ein Jahr angelegtes tägliches Programm ist inhaltlich betrachtet ziemlich anspruchsvoll“, stellt die Koordinatorin der Kommunikationsabteilung bei der NSRF-Beobachtungsstelle, Elisabete Quintas, klar.

Obschon die Struktur des Radioprojekts eindeutig definiert ist, misst Quintas der Unabhängigkeit des Radiosenders große Bedeutung bei. Ursprünglich wurde eine Partnerschaft angeregt, wobei die Kommunikationsbeauftragten der Fonds nicht den Wunsch äußerten, den Inhalt von Programmen vor der Ausstrahlung festzulegen oder zu überprüfen. „Die Journalisten können strukturfondsgestützte Projekte vorschlagen, die sie für relevant halten. Dabei lassen wir ihnen freie Hand, was die Auswahl einer guten Story angeht“, erläutert Quintas.

Für die Radiostation ist das interessant, weil sie hierdurch ein Leitmotiv erhält, anhand dessen sie sich mit dem Leben ihrer Hörer auseinandersetzen kann.

„Dies ist von Bedeutung“, unterstreicht die Journalistin Cláudia Timóteo, die zum vierköpfigen Projektteam gehört. „Wir machen den Menschen klar, dass sie sich ihren Traum durch die Finanzierung ihres Projekts verwirklichen können. Zudem erfahren sie so auf unmissverständliche Weise, woher das Geld kommt und wohin es geht.“

Im Übrigen ist sie sich sicher, den richtigen Riecher für berichtenswerte Storys zu haben. „Es ist schon ein Privileg, über so viele Projekte und Initiativen Bescheid zu wissen, die in meinem Land wirklich etwas zum Positiven verändern können.“

STADTERNEUERUNG EINMAL ANDERS

IN GENT UND FLANDERN

Die EFRE-Abteilung der Regierung der belgischen Region Flandern stellt sicher, bei allen Regionalveranstaltungen zur EU-Förderung deutlich präsent zu sein. Dabei wird permanent nach dem optimalen Kommunikationsverfahren gesucht und die Messung der Wirksamkeit von Maßnahmen einer konstanten Bewertung unterzogen.

Liliane Stinissen, Kommunikationsbeauftragte der EFRE-Abteilung der Flämischen Regierung, ist sich sicher, dass „man die Zielgruppe sehr genau kennen muss, wenn man sein Anliegen in der richtigen Weise vermitteln will“. Viele Möglichkeiten im Bereich Regionalentwicklung setzen voraus, dass Unternehmen und Organisationen wissen, was sie in Anspruch nehmen können. In diesem Zusammenhang ist es wichtiger, Informationen in zuverlässiger und regelmäßiger Weise über Seminare, Networking-Ereignisse und Broschüren oder Dokumente (entweder in gedruckter Form oder online) zu verbreiten, als auf neue Kommunikationsansätze zu bauen.

Die Ressourcen werden sorgfältig auf eine bekannte Zielgruppe abgestimmt, wobei sich die entstandenen Kontaktnetzwerke im Laufe der Zeit auszahlen, weil sie Basisinformationen weiter verbreiten. Um diese intensiven Bemühungen zu unterstützen, zeigt die Flämische Regierung anhand von Beispielen auf, wie Unternehmen profitieren und die Gesamtwirtschaft dank EU-Kofinanzierung weiter wachsen kann. Als beispielsweise die Investitionen in das Expo Centre in Kortrijk abgeschlossen waren und die Buchungen lokaler Hotels anstiegen, war der ideale Zeitpunkt gekommen, um den Beitrag von EU-Fördermitteln aufzuzeigen.

Während bei Unternehmen die Art der Vermittlung genau festgelegt ist, gestaltet sich die Aufgabe in Bezug auf die allgemeine Öffentlichkeit komplexer. Die Flämische Regierung nutzt sämtliche Möglichkeiten zur Darstellung und kombiniert die große Menge an Sachinformationen mit einfallreichen Methoden, um Menschen unabhängig von Alter und Umständen zu überzeugen. Bei speziellen Ereignissen wie in Gent bietet sich die Möglichkeit, Investitionsprojekte aus erster Hand kennen zu lernen. So kann man bei einem Besuch eine spezielle Ausstellung besichtigen, in der erklärt wird, wie EU-Fördermittel bei speziellen Investitionsarten eine Verbesserung bewirken. Geht es beispielsweise um Teenager, sind die Informationen eigens auf diese Zielgruppe zugeschnitten und umfassen Interviews und interaktive Spiele, die zum Nachdenken anregen sollen.

Die Messung der tatsächlichen Wirkung derartiger Publizitätsmaßnahmen gestaltet sich stets schwierig. Doch über Online-Umfragen und lokale Medien lassen sich inzwischen präzisere Angaben in Erfahrung bringen. Derzeit besteht auf der

Website der Flämischen Regierung die Möglichkeit, an Umfragen teilzunehmen. Allerdings sind künftig persönliche Befragungen vorgesehen, sodass die Menschen sicher sein können, dass ihre Einschätzungen Beachtung finden.

Forum in Gent

Die europäische Kofinanzierung ist bei der Erneuerung und innovativen Entwicklung der Stadt Gent nicht mehr wegzudenken. „Die lokalen Bürgerinnen und Bürger müssen immer darüber Bescheid wissen, dass der Wohlstand ihrer Stadt teilweise auf die EU-Mitgliedschaft zurückzuführen ist“, erklärt Kathleen Tavernier, Beamtin der Stadtverwaltung Gent.

Am 8. Mai 2009 veranstalteten die Stadtverwaltung und die Provinz Ostflandern gemeinsam den Europe Day. Dabei handelte es sich um eine Reihe von Ereignissen, in deren Rahmen zu erfahren war, wie die EU lokalen Bürgern, jungen Menschen und Unternehmen zugutekommt. Als Veranstaltungsort diente das Rabot-Viertel, ein einst heruntergekommener Stadtteil mit einem großen Anteil an Zuwanderern. Europa erblühte dabei vor den eigenen Augen, zumal die europäische Flagge in einer kollektiven Bepflanzungsaktion vollständig mit Blumenzwiebeln nachgebildet wurde.

Ein besonderer Schwerpunkt lag auf den Wohngebieten Rabot und Blaisantvest. In dieser Hinsicht soll ein seit 2003 laufendes langfristiges Sanierungsprogramm dem Viertel seine soziale Identität zurückgeben, das Wirtschaftspotenzial aufwerten und eine nachhaltige Wohnungswirtschaft ermöglichen.

Durch die innovative Verwendung von Zeit und Chancenpotenzial entstand an einem früheren Industriestandort in Rabot-Blaisantvest zudem ein provisorisches Gemeinschaftszentrum. Obschon an diesem Standort der Bau neuer Wohnungen geplant ist, haben sich zwischenzeitlich soziale und künstlerische Gruppierungen angesiedelt und die EU-Kofinanzierung in sinnvoller Weise zur Gründung von „De Site“ verwandt. Dieses Areal dient als Zentrum für verschiedene Gemeinschaften, verfügt über Gartengrundstücke für Anwohner und Raum für zahlreiche kulturelle Veranstaltungen.

Im Oktober veranstalteten die Stadt Gent und die Flämische Regierung gemeinsam ein Ereignis, um für die Wohnbauinitiative „Leben in der Stadt“ zu werben. Die Anwohner konnten dabei aus erster Hand erfahren, wie die Stadt ihre Vergangenheit dank der Unterstützung der EU in eine goldene Zukunft verwandelt. So bestand bei Bootstouren die Möglichkeit, die Sanierung der Docks sowie andere Standorte aufzuzeigen, die Gegenstand einer nachhaltigen Wohnungswirtschaft sind. Und schließlich konnte man sich auch ein Bild davon machen, wie Infrastrukturinvestitionen die Wettbewerbsstellung der Stadt in Flandern stärken.



POLEN: WETTBEWERBE SORGEN FÜR DIE RICHTIGE WERBUNG

Wie die für Regionalentwicklung vergebenen Gelder verteilt werden, kann Anlass für Kontroversen geben. Ebenfalls strittig ist, wie und für welche Projektform die Summen bestmöglich verwendet werden. Doch in einem sind sich alle einig: Die Aufwertung des eigenen Landes ist eine gute Sache! Genau diese einhellige Zustimmung macht sich das polnische Ministerium für Regionalentwicklung zunutze, um Regionalförderung im ganzen Land bekannter zu machen.

Wie bei Wettbewerben üblich werden auch im Rahmen des nunmehr in der dritten Auflage stattfindenden Wettstreits „Polen wird schöner“ Preise an die Gewinner der verschiedenen Kategorien vergeben. Dass die Auszeichnungen eine Art kostenlose Werbung für die siegreichen Projekte darstellen, macht diese EU-Werbekampagne besonders reizvoll. Da alle Preise mit der Tourismusbranche zusammenhängen, ergibt sich ein ganz erheblicher Werbeeffekt. Von Bedeutung ist aber nicht nur die Aufwertung der eigenen Attraktion, sondern auch, dass hierbei klargestellt wird, dass der Löwenanteil der Gelder aus dem Topf für Regionalförderung stammt.

Anna Sulińska-Wójcik, Referatsleiterin der Abteilung Information, Förderung und Schulung, bemerkt hierzu lächelnd: „Wir denken schon, dass das eine ziemlich clevere Methode darstellt.“

Nährboden für gute Ideen

Der Wettbewerb „Polen wird schöner“ ist ein Beispiel eines zuschussfinanzierten Projekts, das die Abteilung im Rahmen ihrer Kommunikationsstrategie für europäische Fördergelder durchführt. So werden jährlich 20 Projekte identifiziert, die die Involvierung der EU in Polen flankieren: EU-Gelder sind Gegenstand einer Öffentlichkeitsarbeit mit Erklärungen für eine möglichst breite Zielgruppe. Den Anstoß für die Schaffung eines jährlichen Wettbewerbs gab ein ausgewähltes Projekt, bei dem ein Führer für die bedeutendsten Touristenattraktionen des Landes zusammengestellt werden sollte.

Sulińska-Wójcik bemerkt hierzu: „Als wir die Idee hatten, wussten wir, dass sie großartig war. Entsprechend wollten wir der Öffentlichkeit zeigen, was EU-Gelder wirklich bewirken. Touristische Projekte sind äußerst auffällig, stehen stets im Blickpunkt und sind attraktiv. So wollten wir mit dem Wettbewerb beweisen, dass die Gelder etwas Konkretes schaffen.“

Wie die Medien miteinbezogen werden

Sobald die Teilnehmer involviert sind, wird die lokale Presse informiert, wobei die Projekte bereits einen Vorgeschmack auf die Art von Werbung

bekommen, die sie bei einem Sieg erwarten können. „Wenn wir die Liste der Kandidaten versenden, sind wir häufig Gegenstand von Pressemeldungen. Die Presse ist überhaupt sehr interessiert. Die lokalen Medien setzen sich dann massiv für ihre Lieblingsprojekte ein, sodass der Wettbewerb sofort für Schlagzeilen sorgt“, so Sulińska-Wójcik weiter.

Und an berichtenswerten Attraktionen mangelt es wahrlich nicht, denn diese reichen von einer stillgelegten Textilfabrik im postindustriellen Łódź, die in eine nunmehr berühmte Kunstgalerie umgebaut wird, bis zu einem interaktiven Wissenschaftspark in Kraków. „Wir wussten, dass der Wettbewerb interessante Projekte aufzeigen würde. Doch die Vielfalt der Anträge hat uns echt überrascht“, fügt die Event-Spezialistin Edyta Meczyńska hinzu.

Der eigentliche Nutzen durch die Teilnahme kommt durch die Medienberichterstattung zustande. Noch effektiver ist natürlich ein Sieg beim Wettbewerb. Die Projektförderung schloss auch einen regelmäßigen Beitrag im Rahmen einer beliebten morgendlichen Fernsehsendung ein, die am Wochenende ausgestrahlt und von einer bekannten Persönlichkeit moderiert wurde. Dabei besuchte der Moderator die einzelnen Gewinner, beschränkte sich jedoch nicht auf die Präsentation des Projekts, sondern erläuterte auch die Rolle der EU-Fördermaßnahmen.

Unterstützend hinzu kommen strategisch günstig positionierte Werbeanzeigen in Zeitschriften für Flugreisende – nebst einer attraktiven und hochmodernen Ausstellung, die am Flughafen zu bestaunen ist.

Und die Gewinner sind ...

Bei der ersten Preisverleihung vergab der Minister für Regionalentwicklung die Auszeichnungen. Da viele der Gewinner aus kleinen Städten und Dörfern stammten, war diese Anerkennung besonders wertvoll. „Nicht wenige Sieger waren zu Tränen gerührt“, erinnert sich Magdalena Dziubek-Grudzinska, die leitende Experte für internationale Zusammenarbeit.

Bleibt die Frage, ob es nicht schwierig ist, hochrangige Politiker für eine derartige Veranstaltung zu gewinnen. „Ja“, räumt sie ein, erklärt aber gleichzeitig, der Abend sei so geplant worden, dass er zeitlich mit einem hochrangigen Forum in der Nähe zusammenfalle. „Da wir wussten, dass die Politiker nur einen Steinwurf entfernt waren, haben wir unser Event zeitlich sorgfältig geplant, was sich letztlich auszahlte, denn sie kamen tatsächlich.“

Diese intelligente Planung ist charakteristisch für das gesamte Projekt. Sulińska-Wójcik bringt es auf den Punkt: „Wir reden nicht über Geld, denn Geld ist schließlich abstrakt und impliziert hohe Summen, die sich die Menschen nicht vorstellen können. So etwas ist unpersönlich.

Doch wenn wir den Menschen sagen, dass Polen dank europäischer Gelder schöner wird, sehen sie sich um und bemerken dann, dass es stimmt.“



FAHRRADTOUR DURCH TOULOUSER ZENTRUM LÄSST AUFATMEN

Die Toulouser Bürgerinnen und Bürger sind derzeit auf dem besten Wege, nachhaltige Verkehrsarten in ihren Alltag zu integrieren. Dank des von Vélô Toulouse angebotenen Mietfahrradsystems lässt sich die Stadt problemlos mit dem Fahrrad erkunden. Zudem dehnt sich das von der EU geförderte Radwegnetzwerk in der gesamten Garonne-Region immer weiter aus. Als Toulouse im Mai an der einwöchigen Regionalveranstaltung „Fête de l'Europe“ in der Region Midi-Pyrénées teilnahm, stieß eine City-Radtour, die der lokalen Bevölkerung den Nutzen von EU-Geldern aufzeigen sollte, rasch auf Interesse.

Entsprechend waren die Organisatoren an diesem Tag sehr beeindruckt, dass sich fast 200 Menschen, darunter einige Journalisten, aber mehrheitlich neugierige Einheimische, auf zu dieser Tour machten. Die 15 km lange Route führte zu 12 verschiedenen Investitionsprojekten im Stadtzentrum, die zum Teil von den EU-Fonds für regionale Entwicklung finanziert wurden. Demgemäß vermittelte die Tour eine äußerst konkrete Vorstellung davon, wie EU-Mittel in Zusammenarbeit mit regionalen Behörden zur Umsetzung der verschiedensten Projekte eingesetzt werden.

2009 erhielt die „Balade à Vélo“ in Toulouse (Bestandteil der Fête de l'Europe):

- 4 500 € an EFRE-Geldern
- Hinzu kamen Sachspenden teilnehmender Organisationen.

Auf regionaler Ebene erhielten französische Regierungsbeamte Anregungen für das französische Netzwerk für regionale Entwicklung. Zudem stieß das Konzept durch das Inform-Netzwerk der Kommunikationsbeauftragten für EU-Regionalpolitik auch im übrigen Frankreich und der gesamten EU auf Interesse. Die Kombination eines fantasievollen, mit minimalem finanziellem Aufwand betriebenen Ereignisses, das europäische Projekte für regionale Entwicklung förderte, fand allgemeine Zustimmung. Lokale Gruppen waren direkt in das Projekt involviert, wobei das gesamte Ereignis eine originelle Art darstellte, um der Bevölkerung die Auswirkungen von EU-Förderung nahezubringen.

Die Fahrradtour selbst war ein Beispiel für die effektive Nutzung von Geldern. So flossen EU-Ressourcen in die Erstellung einer bunten und informativen Karte der Route, die Informationen zu den besuchten Standorten und Weblinks für weiterführende Informationen umfasste. Vor der Tour wurden in der ganzen Stadt 5 000 Karten verteilt, die einen aufschlussreichen Überblick über den eigentlichen Tag verschafften.

Kleine Ursache, große Wirkung

Neue Chancen nehmen Gestalt an

Den Dingen auf den Grund gehen

Die Radtour durch Toulouse untermauerte, dass man sich auf einfache und unkomplizierte Weise über EU-Regionalförderung informieren kann. Das Ganze passte hervorragend zum positiven Image der Toulouser Radfahrkultur und stellte gleichzeitig eine faszinierende Art dar, den Menschen die Erfolge von EU-Investitionen vor Augen zu führen. Teilnehmer und Zuschauer hatten so die Möglichkeit, eine ungezwungene Freizeitveranstaltung zu genießen und gleichzeitig eine Vorstellung vom EU-Beitrag zur Regionalentwicklung in Toulouse zu erhalten.

Nach der AZF-Katastrophe folgten weitere Projekte, darunter auch die Sanierung und Modernisierung einer Sekundarschule. Sonstige Pläne betrafen die teilweise Aufwertung der Innenstadt mit Community Art-Projekten und ästhetischen Verbesserungen. Andere wiederum implizierten den Bau neuer Einrichtungen für die Bürgerinnen und Bürger (wie Kinderbetreuungsstätten).

Alle teilnehmenden Journalisten erhielten Informationen aus erster Hand und hatten zudem die Möglichkeit, die lokale Bevölkerung zu befragen. Das Medienecho vor und nach der Veranstaltung war äußerst positiv und sorgte zweifelsohne für den Abbau von Vorurteilen gegenüber der EU. Zahlreiche Menschen erklärten, dass das Ereignis der Höhepunkt der gesamten Fête de l'Europe-Woche gewesen sei, und wünschten sich, das gleiche Konzept in einem anderen Kontext zu erleben.

Eine Station der Tour war das Krebsforschungszentrum Cancéropôle, wobei die einzigartige Möglichkeit bestand, diese hochmoderne Einrichtung, die nach der verheerenden Explosion der AZF-Raffinerie 2001 gebaut wurde, von innen zu bestaunen. Dies war zweifelsohne das spektakulärste im Rahmen der Tour besichtigte Projekt. Das Zentrum weckt naturgemäß ein großes Interesse und gilt als große lokale Attraktion, deren Besuch ein besonderes Erlebnis war.

Dass das Event so erfolgreich war, war auf das Engagement und die Energie der beteiligten lokalen Vereinigungen zurückzuführen. Die ursprüngliche Idee stammte von der proeuropäischen französischen Gruppierung Faisons L'Europe, die auch die Federführung bei der Umsetzung übernahm. Von dieser Organisation und der Association Toulouse Vélo kamen zahlreiche Freiwillige, um zu praktischen Aspekten wie Verwaltung und Sicherheit beizutragen. Im Übrigen waren es auch diese Vereinigungen, die in Zusammenarbeit mit den regionalen Behörden der Midi-Pyrénées-Region die Werbetrommel für die Veranstaltung rührten, um die lokale Bevölkerung von der Idee zu überzeugen und aufzuzeigen, wie alle daran beteiligt werden können.

INFORMATIONSANFORDERUNGEN

EINHALTEN



Wie lässt sich der Platz für die vorgeschriebenen EU-bezogenen Informationen (Art. 9 der Verordnung (EG) Nr. 1828/2006 der Kommission) auf einer Hinweis- oder Erläuterungstafel berechnen?

Es sei darauf hingewiesen, dass die Vorschriften für Empfänger hinsichtlich der Informationen, die auf permanenten Erläuterungstafeln anzubringen sind, geringfügig von den Vorschriften für Hinweistafeln abweichen.

Gleichwohl ist auf beiden das Emblem der Europäischen Union, ein Verweis auf den betroffenen Fonds sowie ein Hinweis auf den gemeinschaftlichen Mehrwert anzubringen.

Bei Hinweistafeln müssen die unter Art. 9 genannten Informationen mindestens 25 % des verfügbaren Platzes einnehmen; handelt es sich um Erläuterungstafeln, müssen die unter Art. 9 aufgeführten Angaben nebst Informationen zu Typ und Bezeichnung des Vorhabens mindestens 25 % des Platzes einnehmen.

Auf welche technische Hilfe habe ich Anrecht, wenn ich Konferenzen und Seminare organisiere (bzw. daran teilnehme), in deren Rahmen operationelle Programme gefördert werden?

Technische Hilfe soll die allgemeine Verwaltung und Implementierung von Programmen vereinfachen. Entsprechend müssen die damit verbundenen Aktivitäten eindeutig mit dem Aktionsbereich des operationellen Programms zusammenhängen. In Verbindung mit Publizitäts- und Informationsmaßnahmen kann technische Hilfe für das Programm beispielsweise die Finanzierung für die Kommunikation von Aktivitäten umfassen, die im Rahmen des Programms unterstützt werden können.

Jeder Kommunikationsplan muss ein indikatives Budget enthalten (Art. 2 Buchstabe c der Verordnung der Kommission 1828/2006). Können derartige Budgets für die internen Kosten der Verwaltungsbehörden, darunter kommunikationsbezogene Mitarbeiterschulungen oder Löhne und Gehälter für Kommunikationsbeauftragte, verwandt werden?

Im Gegensatz zum Zeitraum 2000-2006 gibt es in Bezug auf die Ausgaben für technische Hilfe keine speziellen Zuschussfähigkeitsregeln. Unter der Voraussetzung, dass die in der Verordnung für den jeweiligen Fonds enthaltenen Regeln eingehalten werden, wird die Förderfähigkeit technischer Hilfe auf nationaler Ebene festgelegt. Sofern es also gemäß den nationalen Bestimmungen gestattet ist, kann die technische Hilfe des jeweiligen Programms Schulungsmaßnahmen für Personal oder Mitarbeiter

kofinanzieren, die die operationellen Programme durchführen. Gleichwohl ist nachzuweisen, dass derartige Ausgaben für die Implementierung der Aktivitäten laut Kommunikationsplan erforderlich sind.

Gemäß Art. 8 der Verordnung (EG) Nr. 1828/2006 der Kommission ist am Standort des Vorhabens ein Hinweisschild aufzustellen. Was jedoch ist zu tun, sofern ein Vorhaben mehrere Standorte umfasst? Impliziert beispielsweise der Bau von 12 Brücken auch 12 verschiedene Standorte?

Ziel der Informations- und Publizitätsbestimmungen ist, EU-unterstützten Projekten eine ausreichende Sichtbarkeit zu verleihen, damit die Bürger besser verstehen, welchen Beitrag Kohäsionspolitik zu ihrer Lebensqualität leistet. Entsprechend ist Art. 8 so auszulegen, dass seine Bestimmungen (Art. 8.3) möglichst weitreichende Gültigkeit haben: „Der Begünstigte stellt am Standort eines Vorhabens, das folgende Bedingungen erfüllt, während seiner Durchführung ein Hinweisschild auf:

- a) der öffentliche Gesamtbeitrag zum Vorhaben beträgt mehr als 500 000 €;
- b) das Vorhaben betrifft die Finanzierung von Infrastruktur oder von Baumaßnahmen.“

Folglich ist an jedem Standort ein Hinweisschild anzubringen, sofern sich die 12 Brücken an verschiedenen Orten befinden und zu ihrem Bau separate Baustellen angelegt wurden, und zwar ungeachtet dessen, ob die 12 Brücken als „ein“ oder „12“ Vorhaben definiert sind.

Ab wann müssen sich potentielle Empfänger allgemein betrachtet an die Publizitätsvorschriften halten? Gilt das ab der Unterzeichnung einer Kofinanzierungsvereinbarung? Was geschieht, sofern im Rahmen des Projekts bereits vorab (jedoch nach dem 1. Januar 2007) Informations- und Publizitätsmaterial ausgearbeitet wurde und diese Kosten als förderfähig anerkannt werden sollen? Und wie sieht es aus, wenn eine Verwaltungsbehörde bereits Werbematerial zu einem Projekt veröffentlicht hat, während sie die Einreichung eines Projektantrags beabsichtigt?

Empfänger sind erst dann zur Einhaltung der Publizitätsregeln verpflichtet, nachdem das Projekt zur Kofinanzierung ausgewählt und mit der zuständigen Behörde eine Kofinanzierungsvereinbarung unterzeichnet wurde. Für eine Beteiligung der Fonds kommen nur Ausgaben in Betracht, die zwischen dem Tag der Vorlage der operationellen Programme bei der Kommission oder dem 1. Januar 2007 – je nachdem, welches der frühere Termin ist – und dem 31. Dezember 2015 tatsächlich getätigt wurden (Art. 56 der allgemeinen Verordnung). Ausgaben für Werbematerial vor diesem Datum und/oder solche, die gegen die Publizitätsvorschriften der Verordnungen verstoßen, gelten nicht als förderfähig.

Panorama betrachtet Regionalpolitik im Kontext und untersucht, wie andere Menschen und Organisationen Regionalpolitik vermitteln.

JEDES WORT ZÄHLT

Wer in die Förderung und Implementierung von Politiken für Regionalentwicklung involviert ist, hat ein Interesse daran, dass die Art und Weise, in der die EU-Kofinanzierung die Lebensqualität von Menschen und Gemeinschaften verbessert, stets nach dem gleichen Prinzip vermittelt wird. Dabei gilt es sicherzustellen, dass sich die eigene Organisation direkt an die Gruppen wendet, mit denen sie zusammenarbeitet. Im Folgenden schildern zwei verschiedene Einrichtungen, wie sie dies bewerkstelligen.

Dienst für Bürger: Europe Direct

Um die Funktionsweise von Europa zu verstehen, muss man nicht nach Brüssel kommen. Der Dienst Europe Direct und seine Mitarbeiter in den einzelnen Niederlassungen in der EU können weitaus mehr Fragen beantworten, als man sich vorstellt.

Dabei sind die Europe Direct-Mitarbeiter bemüht, eine umfassende Nutzung regionalpolitischer EU-Mittel in ihren Regionen in den Vordergrund zu rücken. Damit potenziell förderfähige Unternehmen und Vereinigungen auch wirklich einen Antrag stellen und den Prozess bis zum Abschluss durchziehen, setzen sie zahlreiche Mittel ein. Gleichzeitig stehen sie permanent mit ihren Kollegen in anderen Regionen in Verbindung, um zusammenzuarbeiten und die neuesten Ideen auszutauschen. Wann immer die Möglichkeit besteht, Menschen vor Augen zu führen, wie EU-Gelder den Alltag aufwerten, sind die Mitarbeiter von Europe Direct vor Ort, informieren zu den neuesten Projektentwicklungen und rühren kräftig die Werbetrommel.

Beispielsweise sind die Büros in Frankreich über eine Arbeitsgruppe miteinander verbunden. In diesem Rahmen nehmen Kommissionsbedienstete der GD REGIO, Beschäftigung und Landwirtschaft regelmäßig an ihren Sitzungen teil, um Wege zu erörtern, wie die Nutzung der Gelder auf regionaler Ebene bestmöglich dargestellt werden kann. Dass sich die Kommission direkt beteiligt, wertet das Profil von Europe Direct auf und verstärkt die Zusammenarbeit zwischen Brüssel und den Mitgliedstaaten.

Die Europe Direct-Mitarbeiter wissen um die Wirkung fantasievoller Kommunikation und organisieren nicht selten Informationssitzungen für Journalisten oder Wirtschaftsforen, um über Förderanträge aufzuklären. Aber auch regelmäßige E-Mail-Newsletter und zahlreiche Aktivitäten „hinter den Kulissen“ zielen darauf ab, Finanzhilfen bestmöglich einzusetzen.

ESF-Informationsbeauftragte – Aufwertung des Profils von Beschäftigung und Schulung

Über den Europäischen Sozialfonds fließen Jahr für Jahr ungeheure Summen an EU-Geldern in Beschäftigungs- und Schulungsinitiativen. Entsprechend besteht die oberste Priorität des **Informellen Netzwerks der ESF-Informationsbeauftragten** (INIO) darin, die Informationen unter potentiellen Empfängern zu verbreiten.

Da diese Beauftragten in der gesamten EU verstreut sind, verfügen sie über ein Kollegennetzwerk in ganz Europa. Das ermöglicht die Weitergabe von Erfolgen und den gegenseitigen Ideenaustausch. Das INIO-Netzwerk steht unter der Federführung der Kommission und unterstreicht, in welchem Maße ein gutes Politikmanagement auf aktive Partnerschaften angewiesen ist. Das Netzwerk erweitert dabei den allgemeinen Auftrag zur Bereitstellung qualitativ hochwertiger Informationen und der Öffentlichkeitsarbeit um eine weitere Dimension. Zudem flankiert es ihr eigenes Know-how und hilft, den richtigen Personen die passenden Chancen zu vermitteln.

Mit einem derartigen Netzwerk sind sämtliche Formen des Austausches und der Kooperation möglich. Konferenzen in einem bestimmten Land können dabei auf namhafte Referenten aus anderen EU-Regionen zurückgreifen. Auf persönlicher Ebene gewährleisten Kontakte zwischen Mitarbeitern einen regelmäßigen Informationsfluss und stellen ein bewährtes Verfahren zur Weitergabe guter Ideen dar.

Eine besonders personenbezogene Öffentlichkeitsarbeit verkörpert eine Reihe von Video-Interviews mit Menschen, die über die ESF-Website der Kommission abrufbar sind. In diesen kurzen Interviews mit 54 Befragten, die auch in Buchform vorliegen, werden deren umfangreiche Umschulungsmaßnahmen geschildert, um den variablen Anforderungen des jeweiligen Arbeitsmarkts gerecht zu werden. Dabei handelt es sich um wahre Begebenheiten von Menschen, die an Schulungen teilgenommen haben, die von der EU kofinanziert wurden. Ohne die Kommunikationsbeauftragten vor Ort, die diese Geschichten einem breiteren Publikum nahebringen, wäre das nicht möglich.





Links zur EU-Regionalpolitik und Kommunikation

RegioStars 2009

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_09_en.cfm?nmenu=4#f

RegioStars 2010

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_en.cfm?nmenu=4#2010

Open Days 2009 (Europäische Woche der Regionen und Städte)

http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2009/index.cfm

Europe Direct

http://ec.europa.eu/europedirect/index_en.htm

European Citizen Action Service

<http://www.ecas.org/>

Wahrnehmung der EU-Regionalpolitik durch die Bürger (Flash Eurobarometer Serie 234)

http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_234_en.pdf

http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_234_sum_en.pdf

Links zur Europäischen Kommission

Homepage der Generaldirektion Regionalpolitik

http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.htm

Inform-Netzwerk der GD Regio

http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_en.cfm

Verordnung (EG) Nr. 1083/2006 (Allgemeine Verordnung)

[http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/general/ce_1083\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/general/ce_1083(2006)_en.pdf)

Verordnung (EG) Nr. 1828/2006 (Durchführungsverordnung)

[http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fsfc/ce_1828\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fsfc/ce_1828(2006)_en.pdf)

Verordnung (EG) Nr. 1081/2006 (ESF-Verordnung)

[http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fse/ce_1081\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/fse/ce_1081(2006)_en.pdf)

Links zu Projekten/Organisationen in dieser Ausgabe

„Kennen Sie ESPA?“, Griechenland – RegioStars 2009, siegreicher Videoclip

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/doc/movie/greek_national.wmv

Swansea University Centre for NanoHealth

<http://www.swan.ac.uk/nanohealth/>

Musikpark Mannheim

<http://www.musikpark-mannheim.de/web09/>

Verwaltungsbehörde Brandenburg

www.entdecke-efre.de

Canceropôle Toulouse

<http://www.canceropole-toulouse.com/>

Programm Central Europe (2007-13) – Co-operating for success

<http://www.central2013.eu/>

Genter Europatag

www.gent.be

Toulouser Europatag

<http://www.europe-en-midipyrenees.eu/web/Europe/1210-fete-de-l-europe.php/>

Europe Direct

http://ec.europa.eu/europedirect/visit_us/index_de.htm

ECAS

<http://www.ecas.org/>

Ausschuss der Regionen

<http://www.cor.europa.eu/pages/HomeTemplate.aspx/>

Der EFRE in Gent, Belgien

<http://www.gent.be/EFRO>

Polen wird schöner

<http://www.polskapieknieje.pascal.pl/>

Networking-Organisationen für Regionalpolitik

<http://www.interreg4c.eu/>

<http://www.espon.eu/>

<http://urbact.eu/>

<http://www.ct-eu.net/>

Sonstige weiterführende Links

Jährliche Umfrage zu Zukunftstrends in Kommunikationsmanagement und Öffentlichkeitsarbeit (PR)

www.communicationmonitor.eu

Link zu wichtigen Websites für die nächste Ausgabe

Bewertungen für den Programmplanungszeitraum 2000-06

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/rado2_en.htm

Bewertungen für den Programmplanungszeitraum 2007-13

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/rado_en.htm

DISKUSSIONEN ZUR KOHÄSIONSPOLITIK NACH 2013 ANGELAUFEN

Um die Kommission bei der Ausarbeitung der Kohäsionspolitik nach 2013 zu unterstützen, wurde eine neue informelle Beratergruppe mit Experten aus den Mitgliedstaaten ins Leben gerufen – die Hochrangige Gruppe zur zukünftigen Kohäsionspolitik. In diesem Artikel wird der Auftrag des Gremiums dargelegt und vor dem Hintergrund der Debatte zur künftigen Politik betrachtet.

Der Reflexionsprozess zur neuen Kohäsionspolitik begann 2007 mit der Verabschiedung des vierten Kommissionsberichts. Gegenstand waren eine Reihe von Fragen für eine öffentliche Konsultation, die insbesondere mit den Herausforderungen für die Regionen in den nächsten Jahren zusammenhingen. Die Ergebnisse dieser öffentlichen Konsultation wurden im fünften Fortschrittsbericht zum wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt zusammengefasst (Juni 2008). In einem nächsten Schritt folgte das Grünbuch zum territorialen Zusammenhalt (Oktober 2008). Dessen Ergebnisse flossen in den sechsten Fortschrittsbericht zum wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt ein.

Die voraussichtlichen Auswirkungen der vier größten Herausforderungen, mit denen die Regionen bis 2020 konfrontiert sind – d.h. Globalisierung, demographischer Wandel, Klimawandel und Energie –, wurden im November 2008 in einem Arbeitsdokument thematisiert.

Im April 2009 legte Fabrizio Barca den unabhängigen Expertenbericht „Fahrplan für eine reformierte Kohäsionspolitik“ (An Agenda for a Reformed Cohesion Policy) vor, in dem die gegenwärtige Lage analysiert und Empfehlungen für die Zukunft ausgesprochen wurden.

Neben der Präsentation eines Reflexionspapiers durch die frühere Kommissarin Danuta Hübner beim informellen Ministertreffen im April 2009 in Mariánské Lázně wurde die Hochrangige Gruppe geschaffen, die als informelle Plattform dienen soll, um die wichtigsten Komponenten der künftigen Kohäsionspolitik zwischen der Kommission und den Mitgliedstaaten zu erörtern.

Katarína Mathernová, stellvertretende Generaldirektorin der DG Regio, erklärt hierzu: „Die Hochrangige Gruppe gibt sowohl der Kommission als auch den Mitgliedstaaten die Möglichkeit, Fragen von gegenseitigem Interesse zu vertiefen, die die künftige Kohäsionspolitik betreffen.“ Dabei betont sie die Vorteile dieser Gruppe: „Wir sind hierdurch in der Lage, über die künftige politische Ausrichtung zu diskutieren und uns mit Kollegen auszutauschen, die bei der Implementierung der Kohäsionspolitik über vergleichbare Erfahrungen verfügen. Da wir jedoch nicht befugt sind, über das Budget zu sprechen – dies ist schließlich den

offiziellen Strukturen vorbehalten –, liegt der Schwerpunkt unserer Arbeit auf Inhalt und Umsetzung der Politik.“

Gegenwärtig ist geplant, mindestens vier Sitzungen pro Jahr abzuhalten. Bis dato fanden zwei Sitzungen statt. Bei der letzten Zusammenkunft im Dezember ging es um die beiden folgenden Hauptthemen: Zum einen legte Kommissar Samecki sein „Orientierungspapier über die künftige Kohäsionspolitik“ vor, und zum anderen erörterten die Mitglieder der Hochrangigen Gruppe die strategische Ausrichtung zwischen der künftigen EU 2020-Strategie (derzeit läuft eine öffentliche Konsultation) und der Rolle, die die Kohäsionspolitik bei der Lösung der wichtigsten Fragen spielen kann. Die nächste Sitzung ist für Anfang 2010 anberaunt.



Unser regelmäßiges Update ... In jeder Ausgabe skizziert Panorama die Entwicklung von zwei Projekten aus Sicht der Projektverwalter. Wir befassen uns mit den Höhen und Tiefen von EFRE-geförderten Projekten nach dem Motto: die Probleme erkennen und Lösungen gemeinsam nutzen.

PROJEKT

1

IM MUSIKPARK MANNHEIM

Musikpark, Mannheim – ein Projekt, das Start-up-KMU im Musiksektor beim Einstieg ins Musikgeschäft unterstützt. Die 4 300 m² des Musikparks bieten Platz für einen Choreografie- und Auftrittsräum, Workshops, mehrere Tonstudios, ein Fernsehstudio sowie einen hochmodernen Konferenzraum für die Aushandlung der so wichtigen ersten Gage.

Fakten und Zahlen

Der Musikpark erhält im Rahmen von Ziel II Finanzmittel von knapp über 5 Mio. €. Die auf 15 Jahre angelegten Zahlungen begannen 2004.

Audit im Musikpark

Niemand macht es gerne, aber erspart bleibt es niemandem – die Rede ist von einer Kontrolle im Rahmen der Förderung. Wie alle Verwalter geförderter Projekte wissen, umfasst ein solches Verfahren viel Papierkram und Arbeitsaufwand, wenn die Bücher offen gelegt werden müssen.

Im Musikpark jedoch freut sich Projektmanager Christian Sommer darüber, dass es vorbei ist und gut verlief. „Uns wurde gesagt, dass die offiziellen EU-Prüfer in dieser Region im August noch einmal zurückkommen würden. So mussten wir die ganzen Unterlagen drei Wochen später zum Rathaus bringen, und das war ganz schön viel.“

Die Prüfung befasste sich mit der ersten Projektphase, in der EFRE-Gelder in die Errichtung des Gebäudes flossen, das jetzt den Musikpark beherbergt. In der Woche vor dem Fristende durchforsteten Sommer und seine Mitarbeiter Ausdrucke von technischen Einzelheiten, Plänen, Rechnungen und der gesamten Kommunikation zwischen Auftragnehmern, Architekten und dem Musikpark. „Leider sind viele der damaligen Mitarbeiter inzwischen weggegangen und nicht länger vertraglich an uns gebunden. Von daher mussten wir diese erst ausfindig machen und darum bitten, anwesend zu sein“, erklärt Sommer. Und das war nicht gerade einfach, denn da sie nicht länger dort beschäftigt waren, unterlagen sie auch keinerlei Verpflichtungen mehr. Doch schlussendlich erschienen alle, sodass das ganze Prozedere Mitte September abgeschlossen war. „Wir warten zwar noch auf einen schriftlichen Bescheid, doch mir wurde bereits gesagt, dass alles o.k. ist“, so Sommer weiter.

Da das Land Baden-Württemberg und die Stadt Mannheim für ihre strikte Einhaltung der Bestimmungen zu EFRE-geförderten Projekten bekannt sind, hatte Sommer eigentlich nie richtige Zweifel. „Aber es war ein riesiges Bauprojekt, und da kann es immer strittige Details geben“, räumt er ein.

Erfolg macht mehr Platz erforderlich

Während die Prüfer möglicherweise schon wieder mit ganz anderen Projekten

beschäftigt sind, hat Sommer mit anderen Sorgen zu kämpfen. Mit der Gründung des Musikparks sollte ein Sprungbrett für Fachleute bzw. kleine Start-up-Unternehmen geschaffen werden, um ihnen den Einstieg ins Musikgeschäft zu erleichtern. Vier Jahre später sind einige von ihnen jedoch so groß herausgekommen, dass die flächenmäßigen Dimensionen der Einrichtungen nicht mehr ausreichen. Demgemäß ist unbedingt dafür Sorge zu tragen, dass der Musikpark nicht Opfer seines eigenen Erfolgs wird.

„Manche Unternehmen haben es wirklich geschafft – so haben wir ein KMU für Eventmanagement, das inzwischen Kunden in ganz Europa hat. Dabei machen sie uns aber klar, dass sie sich eine andere Bleibe suchen, wenn wir ihnen nicht mehr Raum zur Verfügung stellen“, macht Sommer deutlich. Und gerade einen Wegzug möchte Sommer auf jeden Fall vermeiden. „Unternehmen, die mit uns groß geworden sind, wenden sich bei der Vergabe von Aufträgen an Unternehmen im selben Umfeld.“ Entsprechend befürchtet er, dass damit Schluss sein wird, wenn die erfolgreicherer KMU gehen und Verträge und Kontakte mitnehmen.

Um diese Unternehmen bei der Stange zu halten, werden im nächsten Quartal intensive Verhandlungen zwischen der Stadt Mannheim und dem Musikpark stattfinden.

Ruhm gibt es nicht nur bei Musikern

Der unbestrittene Erfolg des Musikparks und dessen Schwesterprojekts, der PopAkademie, findet in den Medien große Beachtung. Angesichts der zahlreichen Artikel in der Musikpresse, der Financial Times und den unterschiedlichsten Medien weiß Sommer mit Journalisten umzugehen. „Ich weiß, dass man die Hand, die einen füttert, pflegen muss“, bemerkt er dazu. Über die Synergie zwischen Kommunen sowie staatlicher und EU-Förderung diskutiert er gerne. Doch auch wenn Sommer die ein oder andere Information gerne in den Medien sähe, ist nie auszuschließen, dass sich die Journalisten in dieser Hinsicht anders entscheiden. „Der Trick besteht darin, den Journalisten die Information schmackhaft zu machen. Die Öffentlichkeit muss wissen, auf welche Weise Projekte wie meines möglich gemacht werden.“



Die Zahlungen richtig abstimmen

Wenn ein Projekt über mehrere Finanzierungsquellen verfügt, spricht dies für dessen Erfolgchancen und die Qualität der Anwendungen. Tim Claypole, unser üblicher Ansprechpartner im CNH und Leiter des Zentrums, freut sich über die intelligenten Synergien, die sich zwischen den Projekten, in die er involviert ist, entwickeln und bemerkt hierzu: „Finanzierungen sind bei weitem nützlicher und weitreichender, wenn das Geld aus verschiedenen Quellen in einheitlicher Weise genutzt wird.“ Und er fährt fort: „Bis alles richtig eingespielt ist, dauert es immer eine Zeit lang.“

Doch Erfolg verpflichtet bekanntlich. Dass er über jede Stunde, die er für sieben verschiedene Projekte aufwendet, Rechenschaft ablegen muss, missfällt ihm etwas. Hinzu kommt, dass die Projekte unterschiedlich finanziert werden und jeweils Gegenstand eines separaten Zeitnachweises sein müssen. „Wenn man mit vollem Eifer bei der Sache ist, ist es nicht so einfach, die Stunden zu notieren. Denn wenn man einen Vortrag hält, ist es ja auch schwierig, über den tatsächlichen Aufwand – man denke an die Anreize – genau Buch zu führen, oder? Stellen Sie sich das nur mal vor: separate Spreadsheets für sieben Projekte, die teilweise mit bis zu vier verschiedenen Quellen finanziert werden.“

Doch abgesehen von dem Papierkrieg freut sich Claypole, dass das neue Gebäude des Zentrums, unterstützt durch regionalpolitische Gelder und den National Health Service Trust, auf dem Gelände der Universität und des Nationalen Gesundheitsdienstes gebaut wird. „Das neue Gebäude für Biowissenschaften wird sowohl die klinischen Studien als auch neue Start-ups beherbergen und damit zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen.“

Im Vereinigten Königreich gibt es insgesamt vier Kompetenzzentren für Kunststoffelextronik: Cambridge, Manchester und Sedgefield sowie das CNH. Claypole schwärmt schon jetzt vom künftigen Austausch zwischen diesen nationalen Fachleuten.

Die Medizin von morgen entwickeln

Claypoles Aktivitäten am CNH liegen irgendwo zwischen klinischen Studien und der Förderung von KMU. Derzeit arbeitet sein Team an der Entwicklung maßgeschneiderter biomedizinischer Produkte für die Industrie.

In Wales gibt es bekanntlich mehr Schafe als genug, wobei diese Tiere die nützliche Eigenschaft besitzen, selbst den Verlust größerer Mengen Blut problemlos verkraften zu können. Entsprechend eignen sie sich bestens für die Züchtung von Antikörpern. Nachdem den Schafen ein Virus injiziert wird, produzieren sie Antikörper, die später aus ihrem Blut isoliert werden. Anschließend werden die Antikörper dem strengen Druckprozess unterzogen, der herausfinden soll, ob sie den physikalischen Anforderungen einer Anwendung unter Druck gewachsen sind. „Falls ja, können wir sie auf Papier oder einen anderen Träger drucken und so einen Sensor erhalten“, erläutert Claypole.

Erste potentielle Anwendungen könnte es für Progesteron-Sensoren für Fruchtbarkeitszyklen und Schwangerschaftstests geben. „Wenn das funktioniert, werden wir der Industrie eine Alternative bieten

Durch eine Synergie aus Hochschulwelt, Privatsektor und dem Nationalen Gesundheitsdienst (National Health Service) möchte das CNH Nanotechnologie für die Diagnose von Krankheiten und die Ermittlung der richtigen Behandlung nutzen.

Fakten und Zahlen

Das Zentrum für Nanogesundheit soll im Rahmen des Ziels „Konvergenz“ knapp über 21 Mio. € erhalten. Die auf 5 Jahre angelegten Zahlungen begannen 2009.

können, die weitaus günstiger ist als die bislang verfügbaren Lösungen.“ Und das ist nur der Anfang, denn es werden sich noch weitere Möglichkeiten zur Anwendung der Technologie abzeichnen.

Im Übrigen beschäftigt sich sein Team auch mit dem Druck von Gelatine (Bio-Polymere) für dreidimensionale Strukturen, auf denen Zellen zum Wachstum angeregt werden können. Durch Drucken können regelmäßige Formen erzeugt werden, wobei die kalibrierten und programmierten Maschinen die Linien mit hoher Präzision und im mikroskopischen Maßstab reproduzieren können. Die als Gerüst bezeichnete Oberfläche der Struktur ist dann so rau, dass dort Zellen wachsen und sich festsetzen können. Anwendungen sind beispielsweise bei der Wundheilung und der Stammzellenzüchtung möglich.

„Die unterschiedlichen Aktivitäten am CNH werden durch verschiedene Finanzierungsquellen unterstützt, und das ist entscheidend für die Nachhaltigkeit der Projekte“, stellt Claypole klar.



OPEN DAYS 2009: GLOBALE VERÄNDERUNGEN – EUROPÄISCHE ANTWORTEN

Über 7 000 Menschen aus ganz Europa und darüber hinaus kamen im Rahmen der siebten jährlichen Brüsseler Open Days-Konferenz zusammen, um über Nachhaltigkeit, Klimawandel, Wachstum, grenzüberschreitende Zusammenarbeit und die künftige Marschrichtung für Kohäsionspolitik zu diskutieren. Wer vom 5.-8. Oktober nicht dabei sein konnte, hatte Gelegenheit, themenbezogenen Aktivitäten beizuwohnen, die in der gesamten EU unter dem Motto „Europa in unseren Regionen/ Städten“ stattfanden.

Kommunikation: Ein Segen für die Welt

Etwa 1 000 Menschen nahmen an der Eröffnungssitzung teil, die mit Reden des Präsidenten der Europäischen Kommission, José Manuel Barroso, und des Kommissars für Regionalpolitik, Paweł Samecki, begann und eine Podiumsdiskussion zum Thema „Globale Veränderungen – europäische Antworten“ beinhaltete.

Nach der Begrüßung der Teilnehmer stellte Kommissar Samecki die Open Days als Forum vor, in dem Erfahrungen ausgetauscht und die optimale Vorgehensweise zur Entwicklung der Regionen erörtert werden können. Das Stichwort Erfahrung ist dieses Jahr von besonderer Bedeutung, denn seit den letzten Open Days wurde die Welt von Turbulenzen an den Finanzmärkten erschüttert. Der Kommissar bemerkte hierzu: „Wir waren mit einer globalen Finanz- und Wirtschaftskrise konfrontiert, der wir jedoch mit dem europäischen Konjunkturprogramm und weiteren Maßnahmen auf nationaler und regionaler Ebene entgegentraten.“

Kommissionspräsident Barroso betonte, dass alte Politikmodelle angesichts der beiden Herausforderungen Klimawandel und Wirtschaftskrise nicht mehr effizient genug seien. Demgemäß sei das Thema der diesjährigen Open Days zur rechten Zeit gekommen. „Neue Fragen bedürfen neuer Antworten“, erklärte er dazu. Dabei begrüßte er die Zustimmung Irlands zum Vertrag von Lissabon in diesem Monat und forderte eine Partnerschaft für den Fortschritt: „Ich bin davon überzeugt, dass wir das Europa, von dem wir alle träumen, nur mit einer Partnerschaft erreichen können.“

In den folgenden drei Tagen diskutierten, debattierten und untersuchten die Delegierten u. a. die folgenden Themen:

Innovation als Möglichkeit zur Wiederankurbelung von Wachstum in Regionen und Städten

Strategien, Programme und Projekte auf regionaler Ebene können zu Innovationen in den unterschiedlichsten Branchen führen, darunter Tourismus bis hin zum kreativen Sektor. Während der Open Days fanden 54 Seminare zu diesem Thema statt, in denen es u. a. um Gesundheit, Mikrokredite und Beschäftigung sowie die Rolle des öffentlichen Sektors in Bezug auf Innovation ging.

Zentrale Themen bei den Open Days

- Wachstum wiederherstellen: Innovation in den europäischen Regionen und Städten
- Die Regionen und der Klimawandel: Europas Weg zur nachhaltigen Regionalentwicklung
- Territoriale Kooperation: grenzüberschreitend zusammenarbeiten
- Ergebnisse erreichen und in die Zukunft blicken: Bewertung der EU-Kohäsionspolitik und künftige Aussichten

Klimawandel: Erörterung regionaler Lösungen im Vorfeld der Kopenhagener Konferenz

Die Darstellung bewährter Verfahren, die bei regionalen Lösungen zur Bekämpfung des Klimawandels zum Einsatz kommen, war Gegenstand von 19 Seminaren. Diese befassten sich mit den Themen kohlenstoffarme Wirtschaft, Nutzung erneuerbarer Energien sowie Möglichkeiten zur Finanzierung energieeffizienter Maßnahmen über die Kohäsionspolitik. Zu den Diskussionsthemen in diesen Seminaren zählten u. a. die territoriale Kohäsion und die integrierte Bewirtschaftung von Küstengebieten sowie die Frage, wie eine Stadt ihre Emissionen erfassen kann. Schließlich ging es ebenfalls um die Rolle von Genossenschaftsbanken bei der Finanzierung ökologischer Innovationen.

Grenzüberschreitende und interregionale Zusammenarbeit

Unter Verweis auf das Paradebeispiel für einen europäischen und internationalen Austausch zur territorialen Zusammenarbeit – die Rede ist von der jüngst verabschiedeten EU-Strategie für die Ostseeregion – unterstrich dieses Thema, welche hohe Bedeutung dem Ideenaustausch bei der Ausarbeitung von Politiken zukommt. Gesundheit sowie das Potenzial von Makroregionen zur künftigen Umsetzung von Politik waren neben dem Europäischen Verbund für territoriale Zusammenarbeit (EVTZ) und anderen themenverwandten Teilbereichen Gegenstand von 29 Seminaren.

Was war bislang und was wird sein?

Die Bewertung der Kohäsionspolitik und die Ausgestaltung der künftigen Programme sowie die Bewertung der Programme für 2000-2006 sind inzwischen abgeschlossen. Dies war die Diskussionsgrundlage von insgesamt 22 Seminaren, wobei das bislang Gelernte sowie die Frage im Mittelpunkt stand, wie die wichtigsten Erkenntnisse im Bewertungsprozess die künftige Politik bestmöglich beeinflussen können. Zu den Aktivitäten im Rahmen des Themas zählten ein Brainstorming zur Zukunft der Kohäsionspolitik, ein Forum der Zivilgesellschaft zu Partnerschaftsprinzipien und Praktiken, das Programm ESPON 2013 und dessen erste Ergebnisse sowie eine Podiumsdiskussion zur regionalpolitischen Kooperation zwischen der EU und Brasilien.

Bei der Schlussveranstaltung traf Kommissar Samecki den Nerv der Teilnehmer: „Ich bin der Meinung, dass eine Diskussion im großen Rahmen die Perspektiven politischer Entscheidungsträger erweitern und ihre Fähigkeit verbessern kann, die Politik bestmöglich auszugestalten und zu implementieren.“ Wie der Erfolg der Open Days belegt, stand er mit dieser Auffassung eindeutig nicht alleine da.



RegioNetwork 2020 – neues interaktives Diskussionsforum

Um das Networking zwischen den Regionen zu fördern und ihnen die Möglichkeit zum Ideenaustausch per Mausclick zu verschaffen, entwickelt die GD Regio derzeit ein Networking-Tool, das mit den heutigen sozialen Internet-Netzwerken vergleichbar ist.

Diese dynamische Plattform wird die Schaffung neuer Netzwerke unterstützten und den Regionen ermöglichen, Informationen zu den jüngsten Politikentwicklungen weiterzugeben. Zudem können die Nutzer ihr eigenes Profil erstellen und automatische Updates erhalten.

Neu im Jahr 2009

Die diesjährige Veranstaltung beinhaltete einige amüsante Premieren:

Demonstration kohäsionspolitischer Projekte

Auf einer Bühne vor dem Brüsseler Kommissionssitz im Berlaymont-Gebäude wurden eine Reihe von Projekten vorgestellt, die von der europäischen Kohäsionspolitik kofinanziert werden. So waren einige äußerst interessante Vorhaben Gegenstand von musikalischer, tänzerischer und künstlerischer Unterhaltung, unter Beteiligung von Kindern aus verschiedenen europäischen Regionen. Der Erfolg

bei der Präsentation einiger Projekte wird 2010 wiederholt werden, wenn die Regionen aus ganz Europa dazu eingeladen sind, „ihre Projekte nach Brüssel zu bringen“ oder diese bei den zahlreichen lokalen Open Days-Veranstaltungen in der gesamten EU vorzustellen.

Open Days-Universität

Neben den gewohnten Aktivitäten im Rahmen der Hauptevents gehörte zu den Open Days 2009 erstmals eine Art Universität. In diesem Kreis traten renommierte Akademiker und Forscher in Vorträgen und Gremien in Erscheinung, die auf Anregung von Partnern und Regionen zustande kamen.

„ Die europäischen Städte müssen eine wichtige Rolle spielen, weil sie fast 80% der Emissionen verursachen. Sie müssen für die Implementierung neuer Maßnahmen gerüstet sein, wobei ich ein wenig die Befürchtung habe, dass sie dies nicht in ausreichendem Maße sind. Um besser vorbereitet zu sein, benötigen sie noch etwas mehr Zeit, einige Ressourcen und etwas mehr Know-how.

Jirina Jilkova, Institut für Wirtschafts- und Umweltpolitik, Prag

„ Das langfristige Ziel von Kohäsionspolitik ist die Förderung von Entwicklung in ganz Europa. Zudem muss sie sicherstellen, dass selbst hinterherhinkende Regionen ihr Potenzial entfalten und die ihnen zur Verfügung stehenden Chancen nutzen können.

Dirk Ahner, Generaldirektor für Regionalpolitik, Europäische Kommission

„ Der Wettbewerb dort ist äußerst hart, also müssen wir wirklich unser Bestes tun, um unsere Ressourcen effizienter zu nutzen. Wir müssen den Menschen vertrauen, dass sie Ideen haben. Ebenso müssen wir an die Innovationsfähigkeit kleiner Unternehmen glauben, gleichzeitig jedoch ein innovationsfreundliches Umfeld schaffen. Ich denke, dass wir auf diese Weise mit der gegenwärtigen Wirtschaftskrise fertig werden.

Maud Olofsson, Ministerin für Unternehmen und Energie, Vize-Ministerpräsidentin und Repräsentantin der schwedischen Präsidentschaft

„ Diese Politik muss ortsorientiert und nicht sektorbezogen sein, sondern regional oder lokal. Grundlage müssen Investitionen sein, die das öffentliche Wohl aufwerten. Zudem müssen verschiedene Akteure auf verschiedenen Governance-Ebenen zusammengebracht werden.

Mario Pezzini, OECD

„ Die Strategie für die Ostseeregion ist nach meiner Auffassung weitestgehend eine Antwort auf die Globalisierung. Hierbei geht es darum, Herausforderungen und Chancen durch die Globalisierung zu nutzen, indem beispielsweise unsere Zusammenarbeit verbessert sowie junge Unternehmer und Universitäten in den Regionen vernetzt werden.“

Cecilia Malmström, schwedische Europaministerin

Zitate:

VERBREITUNG DER INFORMATIONEN ÜBER EU-VERTRETUNGEN

Damit Netzwerke funktionieren, benötigen sie einen Informationsfluss. In dieser Panorama-Ausgabe äußern sich drei EU-Vertretungen zu den Informationen, die an sie weitergeleitet werden, sowie zu ihrer Funktion in der Wissenskette.

Die Einschätzung der Vertretung in Rom

Interessierte Bürger mithilfe von Kommunikationsnetzwerken wie Europe Direct über europäische Politiken zu informieren, ist für Roland Prenen, der in der EU-Vertretung in Rom arbeitet, Routine. Schließlich greift er seit vielen Jahren auf Netzwerke zurück, um Menschen Politik nahezubringen.

Wie in zahlreichen anderen Ländern ist auch in Italien die Effizienz von Kommunikation regional unterschiedlich. Dabei betont er, dass es nicht die Aufgabe von Europe Direct sei, den Regionen die Probleme im Zusammenhang mit ihren Kommunikationsstrategien aufzuzeigen. Gleichwohl sind die Büros von Europe Direct auf die Qualität der Informationen angewiesen, die von den Generaldirektionen, darunter auch die GD Regio, kommen. „Wenn diese Informationen verständlich, transparent und mundgerecht sind, sind selbst schlecht organisierte Regionen in der Lage, sie zu verbreiten“, macht er deutlich.

„Wir brauchen keine komplexen Mechanismen, um Fachtexte an den Mann zu bringen. Einfache Informationen zirkulieren am besten über simple Netzwerke“, so Prenen weiter.

Wie man die Netzwerke effizient nutzt und das geographische Potenzial von Europe Direct ausschöpft, liegt damit laut der EU-Vertretung in Rom auf der Hand: Zunächst müssen die Informationen absehbar und vor allem frei von Jargon und Fachchinesisch sein. „Begriffe wie Ziel I und Ziel II sind für die meisten Menschen



böhmische Dörfer“, erklärt Prenen. „Wir vor Ort müssen den Menschen auf der Straße – von denen man ja nicht weiß, ob sie studiert haben oder etwas von Europa verstehen – klare und relevante Informationen bieten.“

Die Einschätzung aus dem Vereinigten Königreich

Als Leiterin der britischen Netzwerke in London weiß Elizabeth Holt, dass ein Informationsfluss gute Beziehungen zwischen den einzelnen Partnern voraussetzt. Um einfache und überschaubare Kommunikationswege sicherzustellen, gründete sie das britische Kommunikationsnetzwerk für Strukturfonds. „Wir sind weniger an der Mittelverwaltung interessiert, sondern vielmehr an der menschlichen Dimension hinter den Geldern“, erklärt sie.

Um die Öffentlichkeit stärker zu sensibilisieren und deutlich zu machen, dass europäische Gelder lokale Gemeinschaften aufwerten, hat sie mehr als 30 Menschen zusammengetrommelt, die nationale, regionale und lokale EU-finanzierte Projekte bekannt machen. Zudem hat sie ein spezielles Intranet eingerichtet, in dem die Mitglieder erörtern können, warum bestimmte Werbeaktivitäten durchschlagenden Erfolg haben, wohingegen andere scheitern. Darüber hinaus trägt das Intranet dazu bei, medieneignete lokale Persönlichkeiten zu finden, die sich zu Wort melden möchten.

Holt weiß, dass der Erfolg auch vom richtigen Timing abhängt – wer die größtmögliche Wirkung erzielen möchte, muss die Informationen genau zum richtigen Zeitpunkt verbreiten. Entsprechend nutzen die Partner auch das Intranet, um auf bevorstehende berichtenswerte Ereignisse hinzuweisen.

„Das Vereinigte Königreich ist in der EU, also muss die EU auch im Vereinigten Königreich Flagge zeigen; doch das ist bei den Menschen noch nicht angekommen“, so Holt zum Abschluss. Angesichts der Bemühungen der dortigen Vertretung dürfte sich das wohl bald ändern.

Standpunkt der EU-Vertretung in Nordirland (Bestandteil der Vertretung im Vereinigten Königreich)

Die mit regionalpolitischen EU-Mitteln kofinanzierten Projekte sind ein Grundpfeiler der Beziehungen zwischen Nordirland und Europa. Gemessen an nordirischen Standards sind die Summen riesig (2,2 Mrd. € für den Zeitraum 2000-2006 und 1,1 Mrd. € für 2007-2013). Doch welchen Beitrag Europa für lokale Unternehmen, den Arbeitsmarkt und die Unterstützung der Zivilgesellschaft leistet, kann leicht untergehen.

Maurice Maxwell, Leiter der EU-Repräsentation in Nordirland, erläutert die Maßnahmen, die nach seiner Einschätzung zu einer besseren Aufklärung der Öffentlichkeit erforderlich sind:

„Die Vertretungen müssen permanent über die wichtigsten Entwicklungen in den Programmen informiert werden. Das betrifft

insbesondere medienrelevante Ereignisse. Dies lässt sich durch Networking mit den Kollegen von der Kommission erreichen, die für die Mittelverwaltung zuständig sind, vor allem aber mit den verschiedenen Presse- und Kommunikationsbeauftragten der Verwaltungsbehörden. Zudem ist es nützlich, in bestimmten Überwachungsausschüssen präsent zu sein und sich an Kommunikationsnetzwerken wie Inform oder dem britischen Kommunikationsnetzwerk für Strukturfonds (*UK Structural Funds Communication Network*) zu beteiligen. Denn gerade dort kann die Zusammenarbeit zwischen den Verwaltungsbehörden, den Vertretungen der Kommission und der GD Regio intensiviert werden.“

TERMINE 2010	VERANSTALTUNG	ORT
19. Februar	Informelles Ministertreffen zur Kohäsionspolitik http://www.eu2010.es/	Madrid (ES)
22.-24. Februar	Europäischer Gipfel der Lokalregierungen (<i>Local Government in network for a new Europe</i>) http://www.europeansummit2010.eu/	Barcelona (ES)
12. März	Territorialer Zusammenhalt: Inwieweit soll die Politik intervenieren?	Brüssel (BE)
15.-18. März	Hochrangiges Treffen zur Innovation, organisiert von der GD Forschung in Zusammenarbeit mit der GD Regionalpolitik http://www.eu2010.es/	Granada (ES)
16.-18. März	Informelles Ministertreffen zur territorialen Zusammenarbeit http://www.eu2010.es/	Málaga (ES)
19. April (noch zu bestätigen)	Kohäsionspolitik 2000-2006: Was wurde erreicht?	Brüssel (BE)
19.-21. Mai	6. Europäische Konferenz zukunftsbeständiger Städte und Gemeinden in Europa http://www.dunkerque2010.org/	Dunkerque (FR)
20.-21. Mai	Konferenz „Regions for Economic Change“ und Verleihung der RegioStars Awards 2010	Brüssel (BE)
24.-26. Mai	Konferenz zum Thema „Regionale Reaktionen und globale Veränderungen: Akteure, Institutionen und Organisationen“ (http://www.regional-studies-assoc.ac.uk/)	Pecs (HU)
27. - 28. Mai	Forum zu Regionen in äußerster Randlage	Brüssel (BE)
4. Juni	Konferenz zur Integration der Roma: Von der Datenerfassung und -auswertung zur faktengestützten Politik	Brüssel (BE)
9. Juni	Konferenz zur EU-Strategie für die Donauregion	Wien (AT)
21.-22. Juni	Informelles Ministertreffen zur Wohnungswirtschaft und Stadtentwicklung http://www.eu2010.es/	Toledo (ES)
4.-7. Oktober:	Open Days – 8. Europäische Woche der Regionen und Städte – „Ziel 2020: Wettbewerbsfähigkeit, Zusammenarbeit und Kohäsion für alle Regionen“	Brüssel (BE)

Themen für die Open Days 2010 bekannt gegeben

Die Open Days 2010 werden etwa 100 Veranstaltungen für ca. 6 000 Teilnehmer umfassen, darunter Seminare, Workshops, Debatten, Ausstellungen sowie Networking-Foren. Unter dem Motto „Ziel 2020: Wettbewerbsfähigkeit, Zusammenarbeit und Kohäsion für alle Regionen“ werden sich die 8. Open Days auf drei Hauptthemen konzentrieren: Wettbewerbsfähigkeit, Zusammenarbeit und Kohäsion. Zudem werden bewährte Verfahren kohäsionspolitischer Programme aus ganz Europa aufgezeigt:

- Schwerpunkte der Seminare zur „Wettbewerbsfähigkeit“ werden Innovation, regionale Entwicklung und ökologisches Wirtschaftswachstum sein. Des Weiteren wird es um die Ergebnisse von Regionen gehen, die vom Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ im Rahmen der EU-Programme zur Kohäsionspolitik unterstützt werden.
- Zum Thema „Zusammenarbeit“ werden Debatten zur territorialen und grenzübergreifenden Zusammenarbeit stattfinden; weiterhin werden der Europäische Verbund für territoriale Zusammenarbeit (EVTZ) und Makroregionen die jüngsten Entwicklungen darstellen und den Austausch zwischen allen Beteiligten fördern.
- Im Rahmen des Themas „Kohäsion“ wird in Diskussionen die Frage erörtert, in welchem Ausmaß Konvergenz in den europäischen Regionen vorhanden und wie territoriale Kohäsion zu definieren ist. Schließlich wird es auch um integrierte Ansätze für Politiken gehen, die auf lokaler Ebene relevant sind.

Wenn Sie zum Programm der Open Days 2010 beitragen und ein Event-Partner werden möchten, finden Sie auf der OPEN DAYS-Website weitere Informationen zur Bewerbung:

http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2010/index.cfm

Sonstige Hinweise zu diesen Veranstaltungen enthält auch die Rubrik „Agenda“ auf unserer Inforegio-Website:
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/agenda/index_de.cfm

VERLEIHEN SIE IHRER STIMME GEHÖR

Panorama begrüßt Ihre Bemerkungen und Fragen. Wir sind gespannt darauf, von Ihnen zu hören. Berichten Sie uns über Ihre Erfahrungen.

Nachfolgend die nächsten Panorama-Ausgaben:

Panorama 33 (Frühling 2010) „Bewertung der Kohäsionspolitik 2000-2006“.

Panorama 34 (Sommer 2010) „Integrierte Entwicklung“. Schwerpunkt dieser Ausgabe werden Stadtentwicklung, Verflechtungen zwischen Stadt und Land sowie die Frage sein, wie ein integrierter Ansatz bestmöglich zur Förderung lokaler und regionaler Wirtschaftsentwicklung eingesetzt werden kann. Darüber hinaus werden die Ergebnisse der Umfrage „Lebensqualität in Städten“ sowie eine spezielle Rubrik zu den EU-Regionen in äußerster Randlage enthalten sein.

Panorama 35 (Herbst 2010) „Armut und soziale Ausgrenzung bekämpfen“. 2010 ist das Europäische Jahr zur Bekämpfung von Armut und sozialer Ausgrenzung. In der Ausgabe wird untersucht, wie die Kohäsionspolitik den verschiedensten Herausforderungen, darunter soziale Ausgrenzung, Armut in Städten und benachteiligte Gemeinschaften (z. B. die Roma), entgegentritt.

Zögern Sie also nicht, sich zu äußern. Setzen Sie sich unter nachstehender Adresse mit uns in Verbindung, um Fragen zu stellen oder Ihre Ansicht zu diesem oder jedem anderen regionalpolitischen Thema mitzuteilen:

regio-panorama@ec.europa.eu

KN-LR-09-032-DE-C

ISSN 1608-3881

© Europäischen Union, 2009

Die Wiedergabe mit Quellenangabe ist vorbehaltlich anderslautender Bestimmungen gestattet.

Europäische Kommission, Generaldirektion Regionalpolitik
Referat B.1 – Kommunikation,
Information und Beziehungen zu den Drittländern
Raphaël Goulet
Avenue de Tervueren 41, B-1040 Brüssel
Fax : (32-2) 29-66003
E-Mail: regio-info@ec.europa.eu
Internet: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_de.htm



■ Amt für Veröffentlichungen