

Kommunikationsplan

Anlage 1: Übersicht über den Kommunikationsplan und die Informations- und Publizitätsmaßnahmen

Ziel	Zielgruppe Begünstigte, potenziell Begünstigte, Fachpublikum	Instrumente	Evaluierungsinstrumente
Information des Begleitausschusses	Mitglieder des Begleitausschusses	Jahresberichte	
Information über die Fördermöglichkeiten des ESF, Transparentmachung der angewandten Maßnahmen, Information über den Durchführungsstand des OP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ potenziell Begünstigte ▪ Begünstigte ▪ Fachpublikum ▪ nationale und lokale Behörden ▪ Akteure der Raumordnungs-, Arbeitsmarkt- und Bildungspolitik ▪ Wirtschafts- und Berufsorganisationen ▪ Berufsverbände, Wirtschaftsverbände ▪ Sozialpartner 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veröffentlichung und Bekanntmachung des Operationellen Programms und der Fördermöglichkeiten des ESF ▪ Kontinuierliche Information über den Durchführungsstand des Operationellen Programms während des gesamten Programmplanungszeitraums – über Presseartikel, Pressekonferenzen, Veröffentlichung der Ergebnisse ▪ Durchführung von Informationsmaßnahmen für die Verwaltung, Begleitung und Evaluierung des Programms ▪ Verwendung des <u>Corporate Designs</u> seitens der Begünstigten; das Corporate Design ist in allen veröffentlichten Informationsmaterialien und/oder auch in den Printmedien zu verwenden ▪ Veröffentlichung, Information über die Ausschreibungen und die systemwirksamen Maßnahmen ▪ Am 18. Juni 2007 fand in Bozen die erste 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der gedruckten und Zahl der angeforderten Exemplare, ggf. Zahl der Zugriffe über die Internetseite ▪ Zahl der organisierten Veranstaltungen, Zahl der Teilnehmer an den Veranstaltungen, Zahl der Web-Nutzer, Zahl der Artikel, Mitteilungen, Zahl der Abschlusspublikationen und der versandten Exemplare ▪ Überprüfung der Wirksamkeit der

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nichtregierungsorganisationen ▪ Unternehmen ▪ Forschungszentren ▪ Schulen ▪ Bildungsstätten ▪ Berufsausbildungszentren und -stätten ▪ Multiplikatoren 	<p>offizielle Veranstaltung statt, bei der das Operationelle Programm Ziel 2 präsentiert wurde</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Am 18. März 2008 soll das Auftaktseminar des Operationellen Programms Ziel 2 stattfinden ▪ Jährliche Informationsveranstaltungen zum ESF ▪ Kongresse ▪ Seminare ▪ Informationsmaterial zum ESF ▪ Faltblätter und/oder Broschüren zum ESF <p>Jahres- und Zwischenberichte über die Durchführung des Programms</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erstellung von Leitfäden über die Verfahren zur Inanspruchnahme der Finanzhilfen ▪ Leitfäden für die Verwaltung der vom ESF kofinanzierten Maßnahmen. Die Leitfäden werden auf der Internetseite der Autonomen Provinz Bozen abrufbar sein: www.provinz.bz.it/esf ▪ Einstellung in die Internetseite von allen Bestimmungen, die die potenziell Begünstigten bei der Einreichung der Anträge zu beachten haben sowie der angewandten Auswahlkriterien ▪ Ständige <u>Aktualisierung der Internetseite</u> www.provinz.bz.it/esf ▪ Veröffentlichung der <u>Liste der Begünstigten</u> auf der Internetseite www.provinz.bz.it/esf einschließlich der Bezeichnung der Projekte und Angabe der für ihre Realisierung bereitgestellten öffentlichen Gelder ▪ Regelmäßige Veröffentlichung von <u>Fachbroschüren</u> und/oder <u>Presseartikeln</u> über die vom ESF kofinanzierten Projekte und über den laufenden Fortgang der Realisierung des ESF-Programms 	<p>Verwendung des Corporate Designs mittels Fragebögen oder anderen geeigneten Mitteln</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Anfragen, Zahl der Anträge <p>Zahl der Teilnehmer an der Veranstaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Teilnehmer an der Veranstaltung ▪ Zahl der erstellten Materialien <p>Zahl der Berichte, Zahl und Angabe der Personen, an die sie verschickt wurden</p> <p>Informationen über den Bekanntheitsgrad und die Transparenz des ESF mit Hilfe von Fragebögen, Befragungen oder anderen geeigneten Mitteln</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Anfragen, Befragungen,
--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none">▪ <u>Informationen über die Ausschreibungen</u> durch Veröffentlichung im Amtsblatt der Region oder in der Gazzetta Ufficiale, über Pressekonferenzen, Zeitungsartikel, Internetseite	Fragebögen oder andere geeignete Mittel zur Überprüfung der Klarheit und Wirksamkeit dieser Instrumente <ul style="list-style-type: none">▪ Zahl der Anfragen, Befragungen, Fragebögen oder andere geeignete Mittel zur Überprüfung der Klarheit und Wirksamkeit dieser Instrumente▪ Zahl der Interessierten, die die Internetseite besucht haben, Befragungen, Fragebögen oder andere geeignete Mittel zur Überprüfung der Klarheit und Wirksamkeit dieser Instrumente▪ Zahl der erstellten und verschickten Exemplare, Zahl der verfassten Artikel▪ Zahl der Ausschreibungen, Zahl der Medien, in denen sie veröffentlicht wurden, Zahl der Anfragen
--	--	---	---

Ziel	Zielgruppe Breite Öffentlichkeit	Instrumente	Evaluierungsinstrumente
<p>Kontinuierliche und umfassende Information über die Rolle, die die Europäische Union im Bereich der regionalen Strukturpolitik im Rahmen des ESF in der Autonomen Provinz Bozen spielt sowie über die Möglichkeiten, die das Instrument ESF bietet</p>	<p>Breite Öffentlichkeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Am 18. Juni 2007 fand in Bozen die erste offizielle Veranstaltung statt, bei der das Operationelle Programm präsentiert wurde ▪ Hissen der Europaflagge vor dem Sitz der Verwaltungsbehörde während der Europäischen Woche wurde für die Dauer einer Woche (ab dem 9. Mai) ▪ Verwendung des Corporate Designs für alle Kommunikationen im Rahmen des ESF-Programms ▪ Verwendung des Slogans "Mettiamo a fuoco il tuo futuro" /wir erweitern ihren Horizont" und des Corporate Designs mit dem Emblem Europas, des Mitgliedstaates und der Autonomen Provinz Bozen sowie dem ESF-Emblem in allen PR-Aktionen ▪ Informationen zum Europäischen Sozialfonds und zu den von diesem wichtigen Instrument gebotenen Möglichkeiten mit Angaben zur Realisierung der Projekte über: <ul style="list-style-type: none"> ○ Pressemeldungen, TV, Rundfunk, Internetseite www.provinz.bz.it/esf; <p>Aushang von Plakaten und Postern an der breiten Öffentlichkeit" zugänglichen Orten, in Bahnhöfen, an Bus- und Seilbahnstationen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Teilnehmer an der Veranstaltung ▪ Befragung oder anderes geeignetes Instrument zur Feststellung des Bekanntheitsgrades der Rolle der Europäischen Union in der Öffentlichkeit

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation von ausgewählten und genehmigten Erfolgsprojekten, z.B. in Broschüren, CD-ROM, auf der Internetseite www.provinz.bz.it/esf. Die Ergebnisse oder die Informationen über die Realisierung können über Broschüren, Presseartikel, Pressekonferenzen, CD-ROM, anderes Multimedia-Material etc. verbreitet werden. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der erstellten Exemplare und Mitteilungen, Zahl der realisierten Radio-/TV-Spots mit Angabe der Zahl der Nutzer etc. ▪ Zahl der Besucher der Internetseite ▪ Zahl der Plakate ▪ Zahl der vorgestellten Projekte und Zahl des zu jedem Projekt erstellten und verteilten Materials
--	--	---	---

Ziel	Zielgruppe An den Maßnahmen Teilnehmende	Instrumente	Evaluierungsinstrumente
Informationen über die Fördermöglichkeiten des ESF in Bezug auf Berufsbildungskurse/-projekte	Junge Diplominhaber (Matura, Universitätsdiplom) – <u>Alter</u> : ca. 18-26 Jahre – <u>Bildungsniveau</u> : mittelhoch/hoch	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informationsbroschüre ▪ Internetseite ▪ Kinospot ▪ Radiospot und/oder Radiosendungen ▪ TV-Spot und/oder TV-Sendungen ▪ Plakate/Poster ▪ Zeitungsartikel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der verschickten Exemplare ▪ Zahl der Besucher der Internetseite ▪ Zahl der Sendungen oder gesendeten Spots und Einschaltquote

			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Plakate ▪ Zahl der eingeschriebenen Personen und Zahl der Kursbesucher (generell) ▪ ggf. Fragebögen und/oder Befragungen darüber, wie sie Kenntnis vom ESF und vom Kurs erlangt haben ▪ Bekanntheitsgrad der Rolle Europas mit Hilfe von Befragungen, Fragebögen oder anderen geeigneten Mitteln
Die Langzeitarbeitslosen sind eine Zielgruppe, die mit den üblichen Informations- und Publizitätsinstrumenten schwer erreichbar ist. Diese Zielgruppe muss davon überzeugt werden, dass "Bildung sich auszahlt"	Langzeitarbeitslose, Migranten, Personen, die ihren Arbeitsplatz verloren haben	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plakate ▪ Broschüren ▪ Internetseite ▪ Zeitungsartikel ▪ Persönliches Anschreiben ▪ Arbeitsbörse 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Plakate ▪ Zahl der Broschüren ▪ Zahl der Nutzer der Internetseite ▪ Zahl der veröffentlichten Artikel ▪ Zahl der verschickten Schreiben ▪ Zahl der eingeschriebenen Personen und der Teilnehmer an Ausbildungskursen
Eingliederung in die Arbeitswelt von Frauen, die - zumeist aus familiären Gründen - ihre Erwerbstätigkeit aufgegeben haben	Frauen, die wieder erwerbstätig sein wollen – Alter: ca. 35+	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Radiospot und/oder TV-Spot oder TV-Sendung ▪ Zeitungsartikel ▪ Internetseite ▪ Kinospot ▪ Plakate/Poster ▪ Arbeitsbörse 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Spots und Einschaltquote ▪ Zahl der Artikel und Auflage der Zeitung ▪ Zahl der Besucher der Internetseite ▪ Zahl der Plakate

<p>Information der von sozialer Ausgrenzung und Armut betroffenen Personen über die Fördermöglichkeiten des ESF</p>	<p>Benachteiligte Personen wie körperlich und psychisch Behinderte, Suchtkranke, Straftatlassene, sozial Ausgegrenzte</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontakte zu den Zentren für soziale Betreuung, Quästuren ▪ Einbindung der Sachbearbeiter in das Informationsnetz, über das diese Personen angesprochen werden können ▪ Plakate/Poster 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Kontakte ▪ Zahl der in Ausbildungskursen eingeschriebenen Personen ▪ Zahl der Plakate/Poster
<p>Die Ausländer sollen überzeugt werden, dass sich Bildung auszahlt</p>	<p>Ausländer (aus Nicht-EU-Ländern), Bürger der neuen EU-Länder</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plakate/Poster ▪ Radiospots ▪ Zeitungsartikel ▪ TV-Spots und/oder TV-Sendungen ▪ Kinospots 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Plakate/Poster ▪ Zahl der Radio-, TV- und Kinospots und Einschaltquoten
<p>Berufliche Wiedereingliederung von Menschen im reifen Alter, die nach dem 50. Lebensjahr aus dem Arbeitsmarkt ausscheiden. Kommunikation der Wichtigkeit von Weiterbildung und lebenslangem Lernen</p>	<p>Ältere Personen – Arbeitnehmer über 50</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persönliche Anschreiben ▪ TV-Spots ▪ Zeitungsartikel ▪ Internetseite ▪ Plakate/Poster ▪ Arbeitsbörse 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der verschickten Anschreiben ▪ Zahl der Spots und Einschaltquote ▪ Zahl der Zeitungsartikel ▪ Zahl der Besucher der Webseite ▪ Zahl der Plakate/Poster ▪ Zahl der in Berufsbildungskursen eingeschriebenen Personen

Kommunikation der Wichtigkeit von Weiterbildung und lebenslangem Lernen	Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Radio- und/oder TV-Spots ▪ Plakate/Poster ▪ Internetseite ▪ Zeitungsartikel ▪ Broschüre 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahl der Spots und Einschaltquote ▪ Zahl der Plakate/Poster ▪ Zahl der Zeitungsartikel ▪ Zahl der Besucher der Webseite ▪ Zahl der in Berufsausbildungskursen eingeschriebenen Personen
---	------------------------------------	---	---

Bozen, 3. Juni 2008