



EUROPÄISCHE UNION

**Kommunikationsplan zum Operationellen Programm des Bundes für den
Europäischen Sozialfonds**

**Förderperiode 2007-2013
CCI: 2007DE05UPO001**



Stand 25 . Juli 2008

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG	2
1. AUSGANGSLAGE	2
2. ZIELE	4
2.1. BEKANNTMACHUNG DES ESF IN DEUTSCHLAND	4
2.2. SICHERSTELLEN VON TRANSPARENZ	4
2.3. VERBESSERUNG DER KONFORMITÄT	4
3. ZIELGRUPPEN	5
ZIELGRUPPE 1: ALLGEMEINE ÖFFENTLICHKEIT	5
ZIELGRUPPE 2: POTENZIELLE NUTZER, BEGÜNSTIGTE, FACHÖFFENTLICHKEIT UND MULTIPLIKATOREN	5
ZIELGRUPPE 3: BETEILIGTE STELLEN	5
4. STRATEGIE	6
5. INSTRUMENTE UND MAßNAHMEN	8
6. DIE AKTIVITÄTEN DER BETEILIGTEN BUNDESRESSORTS	13
7. MONITORING UND EVALUIERUNG	16
8. BUDGET	19
9. VERANTWORTLICHE STELLE	19
ANLAGEN	20
ANLAGE 1: FORSA-UMFRAGE	20
ANLAGE 2: ANZEIGENKAMPAGNE	21
ANLAGE 3: ESF-FLYER	24
ANLAGE 4: PROGRAMMFLYER-BIWAQ	26
ANLAGE 5: INDIKATIVER ZEIPLAN FÜR DIE ÜMSETZUNG	28

Einleitung

Artikel 69 der Verordnung (EG) Nr. 1083/2006 fordert die Verwaltungsbehörden auf, über Vorhaben und kofinanzierte Programme zu informieren. Hierbei soll die Rolle der Gemeinschaft betont und Transparenz zu Fördermöglichkeiten gewährleistet werden. Zu diesem Zweck werden die Verwaltungsbehörden in den Artikeln 2 und 3 der Verordnung 1828/2006 (EG) aufgefordert, spätestens vier Monate nach Genehmigung des Operationellen Programms einen Kommunikationsplan zu erstellen. Dieser Verpflichtung ist das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) als ESF-Verwaltungsbehörde des Bundes mit der Einstellung des Kommunikationsplans in das SFC2007 am 17. April 2008 nachgekommen. Mit Schreiben vom 26.05.2008 hat die Kommission daraufhin ihre Anmerkungen zum Kommunikationsplan des Bundes übermittelt. Das vorliegende Dokument stellt eine überarbeitete Version des Kommunikationsplans dar, in den die Anmerkungen der Kommission größtmöglich aufgenommen worden sind.

1. Ausgangslage

In der deutschen Öffentlichkeit ist die Meinung weit verbreitet, dass die Europäische Union zu bürokratisch sei und den Mitgliedstaaten ihre Politik aufzudrängen versuche. Diese Einschätzung hängt auch damit zusammen, dass die konkrete Unterstützung durch Europa beispielsweise durch die Strukturfonds den meisten nicht bekannt ist.

Dies trifft auch auf den Europäischen Sozialfonds (ESF) zu, wie eine von der ESF-Verwaltungsbehörde im März 2008 in Auftrag gegebene repräsentative Umfrage der Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH (forsa) gezeigt hat. In dieser Erhebung wurden 2.502 Personen aus dem gesamten Bundesgebiet zu ihren Kenntnissen über den Europäischen Sozialfonds befragt (siehe Anlage 1). Die relevanten Ergebnisse werden im Folgenden kurz zusammenfassend dargestellt.

30% der Befragten geben an, dass sie schon einmal vom Europäischen Sozialfonds gehört haben. Allerdings weiß mehr als die Hälfte dieser Personen nicht, was der ESF konkret tut. Von den Personen, die zu wissen meinen, was der ESF tut, geben 14% an, der ESF sei für den Ausgleich zwischen armen und reichen Ländern bzw. Regionen in der Europäischen Union zuständig. 13% geben an, der ESF würde soziale Projekte fördern. Nur 6% vermuten, dass der ESF Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes fördert.

Die Kenntnisse über den ESF sind dabei stark von der Bildung und dem Berufsstand geprägt, während das Geschlecht kaum eine Rolle spielt. So haben 38% der Personen mit Abitur oder Studium vom ESF gehört, während die Rate unter den Personen mit

mittlerem Abschluss nur bei 30% und bei Personen mit Hauptschulabschluss nur bei 19% liegt. Zudem ist das Wissen über den ESF unter den Selbständigen überdurchschnittlich verbreitet: 44% der Selbständigen haben schon vom ESF gehört und 20% glauben zu wissen, was der ESF tut. Dieses Ergebnis zeigt, dass in einem Schwerpunktbereich der ESF-Förderung - der Unterstützung von Existenzgründerinnen und Existenzgründern - gute Kenntnisse über den ESF vorhanden sind.

Als Informationsquelle nennen die Personen, die schon etwas vom ESF gehört haben, hauptsächlich Berichte im Fernsehen (43%) und aus der Zeitung (40%). Andere Medien spielen hier eine untergeordnete Rolle. Insbesondere dem Internet kommt bisher keine große Bedeutung zu: Nur 7% haben Ihre Informationen aus dem Netz.

Erhebliche Unterschiede hinsichtlich der Bekanntheit des ESF gibt es auch zwischen Ost- und Westdeutschland. In den neuen Bundesländern (ehemals Ziel-1-Gebiet) geben 40% der Befragten an, etwas vom ESF gehört zu haben und 20% glauben zu wissen, was der ESF tut. In Westdeutschland (ehemals Ziel-3-Gebiet) ist der ESF dagegen weniger bekannt. Hier haben nur 27% vom ESF gehört und lediglich 11% haben nähere Kenntnisse. Dieses Ergebnis könnte darauf zurückgeführt werden, dass im Ziel-1-Gebiet deutlich mehr ESF-Mittel zur Verfügung standen und damit eine intensivere Förderung möglich war.

Besonders schwach ausgeprägt ist die Verknüpfung des ESF mit einem bestimmten Bild oder Zeichen. Nur 16% der derjenigen, die angaben, schon einmal vom ESF gehört zu haben, konnten hier ein Symbol nennen. Am häufigsten genannt werden die Fahne der Europäischen Union (9%) und das EU/EURO-Symbol (8%).

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Vertrautheit mit dem Europäischen Sozialfonds in Deutschland der Steigerung bedarf, wie sich auch aus einer Eurobarometer-Studie aus dem Jahr 2006 (Spezial 261 "Europäische Beschäftigungs- und Sozialpolitik") ergibt, derzufolge der Kenntnisstand über den ESF in Deutschland 31% betrug. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für die Kommunikationsstrategie des Bundes für den Förderzeitraum 2007-2013, die in den folgenden Kapiteln ausgeführt wird. Des weiteren dienen die Ergebnisse der Umfrage als Basiswert für die regelmäßige Evaluierung der Kommunikationsstrategie (siehe Kapitel 7 Monitoring und Evaluierung).

2. Ziele

Die ESF-Verwaltungsbehörde strebt an, den Europäischen Sozialfonds in der neuen Förderperiode bekannter zu machen und die Verwendung der Mittel sowie die Fördermöglichkeiten und –bedingungen möglichst transparent zu gestalten. Darüber hinaus soll die Konformität mit den ESF-Verordnungen bei der Umsetzung des ESF durch die zwischengeschalteten Stellen verbessert werden.

2.1. Bekanntmachung des ESF in Deutschland

Aufgrund des derzeit vorherrschenden unzureichenden Bekanntheitsgrades des ESF in Deutschland (30%) wird die Kommunikationsstrategie des Bundes in erster Linie darauf gerichtet sein, den ESF in Deutschland präsenter zu machen und auf den europäischen Mehrwert hinzuweisen. Den Menschen in Deutschland soll durch die Vermittlung und Darstellung des ESF bewusst gemacht werden, dass die EU sie auf ganz konkrete Weise bei der Suche nach Arbeit und die Anpassung an eine sich verändernde Arbeitswelt unterstützt. Hierbei soll das "soziale Gesicht" Europas und Deutschlands deutlich und für den ESF grundsätzliche Aufmerksamkeit geschaffen werden. Eine der kommenden Herausforderungen wird es aufgrund der geringen Kenntnisse über die Aufgaben des ESF auch sein, seinen Bezug zum Arbeitsmarkt und der Europäischen Beschäftigungsstrategie deutlicher herauszustellen.

2.2. Sicherstellen von Transparenz

Die Kommunikationsstrategie wird zweitens darauf gerichtet sein, eine größtmögliche Transparenz über die Fördermöglichkeiten und die Verwendung der öffentlichen Mittel herzustellen. Potenziell Begünstigte sollen so die Möglichkeit bekommen, sich umfassend über die Aktivitäten des ESF zu informieren. Die ESF-Verwaltungsbehörde stellt daher mit ihrer Kommunikationsstrategie sicher, dass Informationen zu Fördermöglichkeiten und -mitteln allgemein verfügbar sind.

2.3. Verbesserung der Konformität

Darüber hinaus soll drittens mit der Kommunikationsstrategie auch das Wissen über die spezifischen Anforderungen des Bundes und der Europäischen Kommission bei der Umsetzung des ESF durch die zwischengeschalteten Stellen verbessert werden. Dies gilt auch für die ESF-Begünstigten, die über Rechte und Pflichten durch die ESF-Förderung (Beispiel: Aufnahme in das Verzeichnis der Begünstigten) informiert werden müssen.

3. Zielgruppen

Die ESF-Verwaltungsbehörde strebt für die neue Förderperiode eine möglichst differenzierte Ansprache der verschiedenen Zielgruppen an. Das bedeutet, dass die Kommunikationsmaßnahmen die jeweils spezifische Zielgruppe in den Blick nehmen sollen. Aus der Kommunikationsstrategie des Bundes lassen sich drei Zielgruppen ableiten:

Zielgruppe 1: Allgemeine Öffentlichkeit

Die allgemeine Öffentlichkeit besteht aus den Bürgerinnen und Bürgern im gesamten Bundesgebiet. Da das Wissen über den Europäischen Sozialfonds in dieser Zielgruppe noch nicht sehr verbreitet ist, sollten hier allgemeine Informationen zum Europäischen Sozialfonds bereit gestellt werden. Die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes wird sich daher für diese Zielgruppe darauf konzentrieren, die Mitfinanzierung des ESF sichtbar zu machen und den Europäischen Mehrwert zu betonen.

Zielgruppe 2: Potenzielle Nutzer, Begünstigte, Fachöffentlichkeit und Multiplikatoren

Die unter diese Zielgruppe fallenden Wohlfahrtsverbände, Sozialpartner, Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Projektträger, Fachpresse, Journalisten und Politiker sind an Fachinformationen zum ESF interessiert. Sie sollen daher ausführlich über die Förderprogramme und –bedingungen des Bundesprogramms informiert werden.

Zielgruppe 3: Beteiligte Stellen

Die Verwaltungsbehörden des Bundes und die zwischengeschalteten Stellen bedürfen detaillierter Informationen über die ordnungskonforme Umsetzung der von ihnen verwalteten Programme. Diese Informationen werden vom BMAS in Form von allgemeinen Fördergrundsätzen und eines Leitfadens zu den Publizitätsanforderungen bereitgestellt. Die Mitglieder des Begleitausschusses werden darüber hinaus regelmäßig über den Stand der Umsetzung des Bundesprogramms informiert.

4. Strategie

Mit der neuen Kommunikationsstrategie des Bundes soll ein Mehrwert gegenüber der Förderperiode 2000-2006 erzielt werden.

Eine Analyse des Ist-Zustandes führt zu folgenden Erkenntnissen, die die Grundlage der Kommunikationsstrategie des Bundes für die Förderperiode 2007-2013 bilden:

- Die Erfahrungen der letzten Förderperiode haben gezeigt, dass insgesamt zu wenig Menschen mit der Öffentlichkeitsarbeit des Bundes zum ESF erreicht worden sind. Bisherige Maßnahmen sollen daher weitergeführt, aber um neue Instrumente ergänzt werden, die geeignet sind, einen höheren Bekanntheitsgrad des ESF in Deutschland herzustellen.
- Auch das Aufgabenspektrum des ESF ist nach den Ergebnissen der Umfrage für die Menschen nicht ganz eindeutig. Mit der neuen Kommunikationsstrategie soll daher insbesondere die Rolle der Gemeinschaft für den Aufbau eines sozialen Europas betont werden.
- Die Ergebnisse der Umfrage zeigen zudem, dass eine Verknüpfung des ESF mit einem bestimmten Bild oder Logo bisher kaum vorhanden ist. In der neuen Kommunikationsstrategie des Bundes wird es daher auch darum gehen, die Menschen in Form von Bildern und mit einem immer wiederkehrenden Logo anzusprechen.

Erfolgversprechend ist ein Ansatz, der auf mehreren Ebenen ansetzt und dabei die verschiedenen Zielgruppen im Blick hat. Dazu ist ein Bündel von Maßnahmen erforderlich, deren Spektrum von Werbeaktionen bis hin zu gezielten Informationskampagnen für einzelne Förderprogramme reicht. Die konkreten Maßnahmen werden im Kapitel 5 ausgeführt.

Insgesamt wird ein integrierter Ansatz angestrebt, d.h. die Kommunikationsmaßnahmen werden Bestandteil der Programmimplementierung sein. Diesem Ansatz liegt die Vorstellung zu Grunde, dass der Erfolg der Interventionen zu einem großen Teil auf der Bekanntheit und dem positiven Image des ESF beruht. Anknüpfend an die Erfahrungen aus der Förderperiode 2000-2006 wird daher bei der Umsetzung der Programme den Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit ein hoher Stellenwert eingeräumt.

Als neue Maßnahme der Kommunikationsstrategie 2007-2013 wird zu Beginn der Förderperiode eine Werbekampagne gestartet, um die öffentliche Aufmerksamkeit auf den ESF zu lenken. Hierzu werden insbesondere die finanziellen Mittel, die Europa durch den ESF in Deutschland bereitstellt, einer breiten Öffentlichkeit kommuniziert. Vor dem

Hintergrund des unzureichenden Bekanntheitsgrades des ESF muss eine dazugehörige Werbekampagne zunächst eine hohe Aufmerksamkeit für sich erzeugen, sprich auffällig sein. Thema und Absender allein dürften bei der Öffentlichkeit nicht ein automatisches Interesse hervorrufen, da aufgrund der geringen Bekanntheit keine Werbekommunikation dazu erwartet oder gesucht wird. Mit dem Slogan "Brüssel hat was für uns übrig: 9 Milliarden Euro" soll diese Aufmerksamkeit erzeugt werden.

In einer zweiten Kampagnenphase soll dann mit Hilfe einer stärker inhaltlich orientierten Anzeigenkampagne die Bedeutung des Europäischen Sozialfonds für die Bürgerinnen und Bürger vermittelt werden. Dabei soll deutlich werden, dass Europa nicht abstrakt ist, sondern die Menschen vielmehr ganz konkret mit dem Europäischen Sozialfonds bei ihren Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen unterstützt. Die Slogans "Europa öffnet Grenzen. Und berät ihre Metzgerei." sowie "Europa vereint Nationen. Und fördert seinen Computerkurs." machen diesen Zusammenhang sehr gut deutlich. Nach der allgemeinen Bekanntheit soll der ESF damit in die Ziele eines vereinten Europas eingebettet und mit einem positiven Image verknüpft werden.

Zur optischen Ansprache der drei Zielgruppen ist darüber hinaus ein Corporate Design mit einem ESF-Bundeslogo entwickelt worden. Das neue Logo soll dem ESF in Deutschland in der neuen Förderperiode ein 'Gesicht' geben, das bei allen Publizitäts- und Werbemaßnahmen gut sichtbar ist und sich daher bei den Menschen einprägt. Auf allen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen werden daher das ESF-Bundeslogo, die EU-Fahne mit dem Hinweis auf die Europäische Union sowie das Logo der mitfinanzierenden Stelle abgebildet sein.

Die Komplexität des Bundesprogramms und die Vielzahl der an der Umsetzung beteiligten zwischengeschalteten Stellen bringt es mit sich, dass allgemeine oder gezielte Informationen zum Europäischen Sozialfonds für die Bürgerinnen und Bürger häufig schwer zu finden sind. Um diesem Zustand Abhilfe zu verschaffen, hat der Bund für die Förderperiode 2007-2013 ein neues Webportal für den Europäischen Sozialfonds aufgebaut. Die Webseiten bündeln die Informationen aller an der Umsetzung des ESF-Bundesprogramms beteiligten Stellen und bieten vielfältige Informationen für alle drei Zielgruppen. Mit Flyern und Broschüren zum Bundesprogramm und zu den einzelnen Programmen werden darüber hinaus konkrete Informationen für die potenziell Begünstigten bereitgestellt.

Wie diese kurze Beschreibung zeigt, wird mit den Publizitäts- und Informationsmaßnahmen eine reflexive zielgruppenorientierte Strategie verfolgt. Die spezifischen Maßnahmen sind auf die dargestellten Ziele und die drei Zielgruppen

ausgerichtet. Das Informationsmedium und der Informationsgehalt werden dabei an die entsprechende Zielgruppe angepasst. Wichtig ist zudem, dass die eingesetzten Instrumente hinsichtlich der Zielerreichung regelmäßig ausgewertet werden. Wird das angestrebte Ziel nicht erreicht, werden Instrumente und Maßnahmen neu ausgerichtet. Eine entsprechende Liste von Output- und Ergebnisindikatoren findet sich in Kapitel 7.

Zu beachten ist bei der Umsetzung der Strategie die Besonderheit der ESF-Intervention in Deutschland. In der neuen Förderperiode gibt es neben dem Operationellen Programm des Bundes 17 Operationelle Programme der Länder, die jeweils einen eigenen Kommunikationsplan haben. Zur Abstimmung sind daher regelmäßige Treffen mit den Ländern vorgesehen.

Eine Einbeziehung der Sozialpartner und Nichtregierungsorganisationen in die Umsetzung des Kommunikationsplans wird über den Begleitausschuss des Bundes erfolgen, der sich am 12. März 2008 neu konstituiert hat. Die ESF-Verwaltungsbehörde informiert den Begleitausschuss regelmäßig über den Kommunikationsplan und seinen Durchführungsstand. Dies beinhaltet eine detaillierte Darstellung der durchgeführten Maßnahmen sowie der eingesetzten Kommunikationsmittel.

5. Instrumente und Maßnahmen

Aus den bisherigen Ausführungen lassen sich Instrumente und Maßnahmen ableiten, die für die Kommunikationsstrategie des Bundes besonders geeignet sind. Eine Übersicht über die geplante zeitliche Umsetzung finden Sie in Anhang 5. Die Maßnahmen sollen nun im Einzelnen dargestellt werden.

Anzeigenkampagne

Die ESF-Verwaltungsbehörde hat im Juni 2008 eine Anzeigenkampagne in populären Massenmedien (Boulevard-Zeitungen und TV-Zeitschriften) durchgeführt. Die Anzeigenkampagne präsentiert den ESF in Deutschland unter Einbeziehung der Bund- und Länder-Förderung und betont den europäischen Mehrwert. Mit dem Slogan "Brüssel hat was für uns übrig: 9 Milliarden Euro" soll deutlich gemacht werden, dass Europa nicht nur bürokratisch und weit weg ist, sondern sich für unser Land und die Menschen, die hier leben, interessiert (siehe Anlage 2). Die Kampagne richtet sich an die allgemeine Öffentlichkeit und dort vor allem an die bildungsfernen Schichten, die in der Leserschaft der Massenmedien besonders vertreten sind und deren Europaskepsis in der Regel besonders hoch ist.

Vor dem Hintergrund der Zielgruppe muss eine Werbekampagne nicht nur (wie im Kapitel 4 Strategie beschrieben) aufmerksamkeitsstark sein, sondern unsere Botschaften an die

Zielgruppe verständlich, einfach, einprägsam und auf das Wesentliche reduziert kommunizieren. So kann die gewonnene Aufmerksamkeit optimal zur Vermittlung der Inhalte genutzt werden.

Ziel: Bekanntmachung des ESF in Deutschland

Zielgruppe: allgemeine Öffentlichkeit

Kampagnenphase II

Die Bekanntmachung des ESF wird darüber hinaus durch eine stärker inhaltlich orientierte zweite Kampagne unterstützt. Mit der Schaltung von Anzeigen in überregionalen Tageszeitungen und Meinungsbildungsmedien, wie Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Die Welt, Stern, Spiegel, Focus und Das Parlament soll der europäische Mehrwert verdeutlicht und die Präsenz des ESF erhöht werden. Die Kampagne will mit dem Vorurteil aufräumen, dass offene Grenzen, freier Handel und der Euro den Menschen in Deutschland nichts bringen. Europa soll von seiner sozialen Seite gezeigt werden. Mit einer großen, emotionalen und aufmerksamkeitsstarken Bildwelt wird deutlich gemacht, was der einzelne Mensch in Deutschland dank des Europäischen Sozialfonds von Europa hat. Im Großen und im Kleinen. Dementsprechend enthält jedes Bildmotiv, welches für die großen und bekannten europäischen Errungenschaften steht, eine visuelle und inhaltliche Geschichte, die für den ESF steht und die menschliche Komponente zum „großen Europa“ klar und aufmerksamkeitsstark hinzuaddiert (siehe Anlage 2).

Ziel: Bekanntmachung des ESF in Deutschland

Zielgruppe: allgemeine Öffentlichkeit

Corporate Design

Besonders schwach ausgeprägt ist bisher die Verknüpfung des ESF mit einem bestimmten Bild oder Zeichen (16% derjenigen, die schon mal vom ESF gehört haben). Um die Sichtbarkeit des ESF zu erhöhen und dem ESF in Deutschland ein Gesicht zu geben, hat die ESF-Verwaltungsbehörde daher in Zusammenarbeit mit einer externen Agentur ein ESF-Bundeslogo für die neue Förderperiode entwickelt. Es soll zukünftig in allen Informations- und Publizitätsmaßnahmen des Bundes für den ESF Verwendung finden.

Das ESF-Bundeslogo stellt einen vierfarbigen Fächer dar, der sowohl die Nationalfarben der Bundesrepublik Deutschland als auch die Farben der EU-Fahne aufgreift. Die Farbenlehre des Bildes wird durch den Text "Europäischer Sozialfonds für Deutschland" verstärkt. Damit wird die Grundaussage kommuniziert: Europa tut mit dem ESF etwas für Deutschland. Diese Grundaussage visualisiert der Fächer durch seine Dynamik, die von der EU (blauer



Fächerteil) ausgehend auf Deutschland übergeht (goldener, roter, schwarzer Fächerteil) und damit die EU und Deutschland deutlich miteinander verbindet. Die Sichtbarkeit des ESF soll noch durch ein einheitliches Corporate Design für alle Informations- und Publizitätsmaßnahmen verstärkt werden.

Ziel: Bekanntmachung des ESF in Deutschland

Zielgruppen: alle Zielgruppen

Internet

Das ESF-Internetportal des Bundes wird zukünftig das zentrale Kommunikationsmedium auf Bundesebene. Am 15. April 2008 wurde dazu im Rahmen der ESF-Auftaktkonferenz der Startschuss gegeben. Zu erreichen ist das Internetportal unter www.esf.de. Dieses Portal bündelt alle Informationen zum ESF-Bundesprogramm aus den beteiligten Ministerien unter einem Dach. Die Öffentlichkeit kann sich über Förderinhalte und Fördervoraussetzungen der verschiedenen Bundesprogramme informieren. Es wird verständlich dargestellt, was der ESF ist und wer gefördert werden kann. Die beteiligten Stellen werden über Jahresberichte, Rechtsgrundlagen und begleitende Evaluierungen informiert. Für die Fondsverwaltungen der Länder und die Mitglieder des Begleitausschusses gibt es jeweils einen - mit Passwort geschützten - Bereich, in dem Informationen ausgetauscht werden können und mit dessen Hilfe die Verwaltungsbehörde über aktuelle Entwicklungen informiert. Außerdem finden sich hier aktuelle News und Hintergrundinformationen zum ESF und der laufenden Förderperiode, die fortlaufend aktualisiert werden. Mit der geplanten Anzeigenkampagne soll auch auf das Portal aufmerksam gemacht werden.

Ziele: alle drei Ziele

Zielgruppe: alle Zielgruppen

Informationsaktionen

In der neuen Förderperiode wird das Bundesministerium für Arbeit und Soziales eine größere Informationsaktion pro Jahr durchführen, um auf die Ergebnisse des Operationellen Programms für den ESF hinzuweisen. Die Informationsaktionen sollen überwiegend in Form von themenorientierten Veranstaltungen umgesetzt werden, wobei angedacht ist, die Veranstaltungen in der Europawoche (Woche mit dem 9. Mai) stattfinden zu lassen.

Für das Jahr 2008 hat hierzu bereits am 15. April 2008 die ESF-Auftaktveranstaltung für den Förderzeitraum 2007-2013 in Berlin stattgefunden. Bei der Auftaktveranstaltung wurden die Inhalte des Operationellen Programms des Bundes der Öffentlichkeit vorgestellt.

Ziele: alle drei Ziele

Zielgruppe: Begünstigte und Fachöffentlichkeit, Multiplikatoren, beteiligte Stellen

Filme/DVDs

Bereits in der Förderperiode 2000-2006 sind von der ESF-Verwaltungsbehörde Filme / DVDs zu bestimmten Themenfeldern des ESF produziert worden. Es hat sich herausgestellt, dass vor allem der Verleih der durch den Bund produzierten DVDs durch die Landesfilmdienste e.V. sehr erfolgreich ist. So sind allein im Jahr 2007 die dort verfügbaren 8 DVDs insgesamt 22.472 mal verliehen worden und haben mehr als 260.000 Menschen erreicht. Diese Erfolgsstrategie soll in der nächsten Förderperiode mit weiteren themenspezifischen Beiträgen fortgesetzt werden.

Ziel: Bekanntmachung des ESF in Deutschland

Zielgruppe: allgemeine Öffentlichkeit und Multiplikatoren

Flyer / Broschüren

In der neuen Förderperiode werden auch wieder Printmedien wie Flyer und Broschüren in der Kommunikation eingesetzt. Mit diesen Printmedien soll einerseits über den ESF in Deutschland informiert werden (siehe Anlage 3). Andererseits sollen die konkreten Inhalte des ESF über eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit zu einzelnen Programmen vermittelt werden (siehe Anlage 4). Hierbei wird bewusst auf die Vielfalt der ESF-Förderung gesetzt, um inhaltliche Schwerpunkte zu vermitteln. Die Programmflyer und -broschüren richten sich in erster Linie an die potenziell Begünstigten und die Fachöffentlichkeit, die grundlegenden Informationen an die allgemeine Öffentlichkeit.

Ziele: Bekanntmachung des ESF in Deutschland und Sicherstellen von Transparenz

Zielgruppen: potenziell Begünstigte und Fachöffentlichkeit, Multiplikatoren, beteiligte Stellen

Pressearbeit

Um einen möglichst großen Personenkreis zu erreichen, ist die Einbeziehung der Print- und Rundfunkmedien unerlässlich. Die Informations- und Publizitätsaktivitäten werden daher durch eine gezielte Pressearbeit unterstützt. Die ESF-Verwaltungsbehörde greift in diesem Zusammenhang auf die Kontakte, die Kompetenz und den Adressverteiler des Referats für Öffentlichkeitsarbeit im BMAS zurück, mit dem alle Pressemeldungen abgestimmt werden. Zudem wird im ESF-Internetportal des Bundes für die Presse ein eigener Bereich erstellt.

Ziele: Bekanntmachung des ESF und Sicherstellen von Transparenz

Zielgruppen: Multiplikatoren

Allgemeine Fördergrundsätze

Die zurückliegende Förderperiode hat gezeigt, dass der Erfolg der ESF-Förderung von der kohärenten Umsetzung durch die zwischengeschalteten Stellen abhängig ist. Zur Verbesserung der Konformität erstellt das BMAS daher derzeit eine Übersicht über die

allgemeinen Fördergrundsätze für die zwischengeschalteten Stellen. Auch die Anforderungen zur Publizität werden als ein Kapitel in den allgemeinen Fördergrundsätzen enthalten sein. Darin sollen die zwischengeschalteten Stellen zum einen auf ihre Verpflichtungen aus den Verordnungen hingewiesen werden (ordnungsgemäße Verwendung des EU-Emblems nach Anhang I der Durchführungsverordnung, Angabe der finanziellen Beteiligung des ESF, Information der Begünstigten über ihre Aufnahme in das Verzeichnis der Begünstigten etc.). Zum anderen werden dort Regeln für die Verwendung des ESF-Bundeslogos und Erläuterungen zum gemeinsamen Corporate Design zu finden sein.

Ziele: Verbesserung der Konformität

Zielgruppe: beteiligte Stellen

Information der tatsächlich Begünstigten

Es hat sich gezeigt, dass in der Förderperiode 2000-2006 viele Teilnehmer – also tatsächlich Begünstigte – nicht in ausreichendem Maße über die Mitfinanzierung ihrer Maßnahme oder ihres Projektes durch den Europäischen Sozialfonds informiert waren. Um diesem Zustand Abhilfe zu verschaffen, hat die ESF-Verwaltungsbehörde in der neuen Förderperiode darüber gewacht, dass alle Förderrichtlinien und Verwaltungsvereinbarungen die Verpflichtung enthalten, in den Zuwendungsbescheiden auf die Mitfinanzierung des ESF hinzuweisen. Darüber hinaus wird derzeit in Zusammenarbeit mit den beteiligten Ressorts ein Publizitätsleitfaden entwickelt, mit dem die Programm umsetzenden Stellen erneut dazu angehalten werden, bei allen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen die Mitfinanzierung des ESF in Bild (Logo) und Text anzugeben.

Ziele: Sicherstellen von Transparenz und Verbesserung der Konformität

Zielgruppen: beteiligte Stellen und Begünstigte

Verzeichnis der Begünstigten

Die Transparenzinitiative der Kommission sieht vor, dass die Empfänger von Geldern aus dem EU-Haushalt bekannt gemacht werden. Entsprechend der Abstimmung zwischen der Kommission und den Mitgliedsstaaten im Koordinierungsausschuss der Fonds werden ab 2008 die Begünstigten in ein Verzeichnis aufgenommen, das folgende Angaben enthält: Begünstigter, Name des Vorhabens und bewilligte Mittel. Nach Abschluss der Vorhaben wird der tatsächlich bezahlte Betrag veröffentlicht.

Ziele: Sicherstellen von Transparenz

Zielgruppen: alle Zielgruppen

Beflaggung der Liegenschaften

Die ESF-Verwaltungsbehörden sind dazu angehalten, in der Europawoche auf ihren Liegenschaften die EU-Fahne zu hissen. Die Ministerien des Bundes kommen dieser Verpflichtung insofern nach, als die Fahne der Europäischen Union das ganze Jahr über auf den Liegenschaften gehisst wird. Hierdurch wird eine permanente Sichtbarkeit Europas angestrebt.

Ziele: Bekanntmachung des ESF in Deutschland

Zielgruppe: Allgemeine Öffentlichkeit

6. Die Aktivitäten der beteiligten Bundesressorts

An der Umsetzung des Operationellen Programms des Bundes sind insgesamt fünf Ministerien beteiligt, wobei das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) die Federführung besitzt und die verantwortliche Verwaltungsbehörde ist. Weiterhin sind beteiligt: das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, das Bundesministerium für Bildung und Forschung, das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung. Um ein einheitliches Bild des Bundes-ESF in der Bevölkerung zu erreichen, ist ein abgestimmtes Handeln der Ministerien notwendig. Der vorliegende Kommunikationsplan stellt daher eine abgestimmte Strategie des Bundes für die kommende Förderperiode dar.

Zur gezielten Ansprache der Allgemeinen Öffentlichkeit sind Publizitätsbeauftragte in allen beteiligten Bundesressorts benannt worden (siehe Kapitel 9 Verantwortliche Stelle). Darüber hinaus sind die ESF-Webseiten der Bundesressorts mit der zentralen ESF-Plattform www.esf.de verlinkt worden. In einem gemeinsam mit dem BMAS erarbeiteten Leitfaden zu den Publizitätsanforderungen zum ESF 2007-2013 haben sich die Publizitätsbeauftragten der Bundesressorts dazu verpflichtet, bei allen Kommunikations- und Informationsmaßnahmen (Briefe, Pressemitteilungen, Broschüren, Flyer etc.) auf die Ko-Finanzierung des Europäischen Sozialfonds in geeigneter Weise hinzuweisen.

Darüber hinaus streben die Bundesressorts eine gezielte Ansprache der Zielgruppe der potenziell Begünstigten für die von ihnen verwalteten Programmen an:

Im Rahmen der vom **Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie** (BMW) geförderten Existenzgründungen aus der Hochschule werden regelmäßig Newsletter und Flyer für die Programme "EXIST-III" sowie "EXIST-Gründerstipendium" veröffentlicht. Hinzu kommen fallweise Präsentationen des Programms an Hochschulen und Forschungseinrichtungen durch den Projektträger.

Bei der vom BMWi geförderten "Schulungs- und Beratungsförderung" weist das für die Umsetzung des Programms zuständige Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) im Rahmen von Veranstaltungen für Berater, in Beiträgen zu Anfragen von Printmedien und von Wirtschaftsfördereinrichtungen, auf Plakaten und Flyern sowie auf den Internet-Seiten des BAFA auf die Kofinanzierung durch den ESF hin. Die "Schulungs- und Beratungsförderung" soll auf verschiedenen Veranstaltungen präsentiert werden.

Das ebenfalls vom BMWi geförderte "Gründercoaching Deutschland" wird mit Veranstaltungen, Printwerbung und anderen Maßnahmen einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht. Das BMWi wird in naher Zukunft mit Unterstützung einer Agentur erste Vorschläge für konkrete Werbemaßnahmen entwickeln.

Im **Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend** (BMFSFJ) unterscheiden sich die Kommunikationsmaßnahmen ebenfalls nach den Begünstigtenzielgruppen.

Die Zielgruppe Unternehmen im Programm "Betrieblich unterstützte Kinderbetreuung" versucht das BMFSFJ kontinuierlich mit den Medien und Multiplikatoren der Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern sowie der Wirtschafts- und Berufsverbände zu erreichen. Insgesamt läuft über die Initiative "Erfolgsfaktor Familie" die Öffentlichkeitsarbeit des Programms.

In den großen Programmen "Lokales Kapital für soziale Zwecke (LOS)", "Kompetenzagenturen" und "Schulverweigerung, die zweite Chance" werden die zahlreichen Verteiler der Jugendsozialarbeit benutzt, um die Programme zu bewerben. Hierüber werden über 8000 öffentliche und freigemeinnützige Adressaten erreicht. Diese Programme werden von der zentralen Regiestelle verwaltet, welche unter www.esf-regiestelle.eu über die Förderungen informiert.

Ja nach Förderprogramm erfolgt die Bekanntmachung des Europäischen Sozialfonds auch über die Strukturen der Lokalen Bündnisse für Familie, der Mehrgenerationenhäuser oder von LOS. Darüber hinaus sollen neben den Angaben auf www.esf.de die Informationen über die ESF-Förderung im BMFSFJ auch auf den Seiten von www.bmfsfj.de noch stärker gemeinsam dargestellt werden. In den einzelnen Programmen finden zahlreiche Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit wie beispielsweise Konferenzen, Broschüren, Newsletter etc. statt.

Auch das **Bundesministerium für Bildung und Forschung** (BMBF) plant eine zielgruppengerichtete Ansprache der potenziell Begünstigten für die von ihnen verwalteten Programme. So sind spezifische Informationen der Fachöffentlichkeit durch Internetauftritte, Veröffentlichungen, Werbematerialien, Pressemitteilungen und Veranstaltungen im Rahmen der jeweils geförderten Maßnahmen geplant. Die neuen Förderrichtlinien werden über Internet- und Printmedien zeitnah bekannt gemacht. Neben

den Angaben auf www.esf.de sollen die Informationen über die vom BMBF durchgeführte ESF-Förderung auch auf den Seiten von www.bmbf.de stärker dargestellt werden. Darüber hinaus hat das BMBF einen Publizitätsleitfaden für die Zuwendungsempfänger als Anlage zum Zuwendungsbescheid erstellt und die Zuwendungsempfänger dazu verpflichtet, diesen anzuwenden. Die Kontrolle der Einhaltung erfolgt dabei durch die Programm umsetzenden Stellen und den Publizitätsbeauftragten.

Das **Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung** (BMVBS) sieht den Schwerpunkt seiner Publizitätsmaßnahmen in der Programmwebseite www.biwaq.de. Hier werden sowohl die potenziell Begünstigten als auch die allgemeine Öffentlichkeit umfassend über das ESF-Bundesprogramm "Soziale Stadt – Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier (BIWAQ)" informiert. Als weitere Publizitätsmaßnahmen im Zuge der Programmumsetzung sind beispielsweise eine Informationsveranstaltung für Antragsteller (voraussichtlich im September 2008) und ein Auftaktkongress (voraussichtlich im März 2009) geplant. Neben dem bereits erstellten Programmflyer (siehe Anlage 4) beabsichtigt das BMVBS auch die Erarbeitung einer Programmbroschüre. Zudem wird das BMVBS einen Publizitätsleitfaden für Zuwendungsempfänger erstellen und diesen als verpflichtenden Bestandteil zusammen mit dem Zuwendungsbescheid versenden.

Zur einheitlichen Information der den Ressorts nachgeschalteten Stellen ist vom BMAS zusammen mit den beteiligten Bundesressorts ein Leitfaden über die Publizitätspflichten zum Europäischen Sozialfonds 2007-2013 verfasst worden. Dieser soll in den nächsten Wochen an die Programm umsetzenden Stellen verteilt werden und für diese verbindlich sein. Zur weiteren Umsetzung des Kommunikationsplans sind regelmäßige Treffen mit den beteiligten Ministerien geplant.

7. Monitoring und Evaluierung

Die Bewertung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen spielt im Verlauf der Förderperiode eine große Rolle. Anhand der Outputindikatoren wird die Anzahl der durchgeführten Maßnahmen quantifiziert. Hieran lässt sich ablesen, ob die geplanten Maßnahmen entsprechend der Planung durchgeführt worden sind. Die nachfolgenden Ergebnisindikatoren sollen die Wirkung der durchgeführten Maßnahmen erfassen. Daher sind sie für die Kommunikationsstrategie von großer Bedeutung. Mit ihrer Hilfe wird der Erfolg der Maßnahmen und Instrumente bewertet.

Zur Evaluierung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen wird jährlich eine repräsentative Befragung der Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Befragung werden analysiert und bestimmen das weitere Vorgehen im Rahmen der Kommunikationsstrategie. Je nach Ergebnis müssen einzelne Bereiche gegebenenfalls verstärkt oder angepasst werden, wenn sich abzeichnet, dass die angestrebten Ziele nicht erreicht werden. Die Ergebnisse der Umfragen werden auf der Internetplattform www.esf.de veröffentlicht und fließen auch in den jährlichen Durchführungsbericht ein.

Neben dem allgemeinen Bekanntheitsgrad erlaubt die Befragung auch einen Rückschluss auf den Bekanntheitsgrad in bestimmten Zielgruppen. So werden bei den Standarddaten auch das Alter und Geschlecht der Befragten, der Wohnort (Ost- oder Westdeutschland) sowie das Bildungsniveau (Hauptschule, Mittlere Reife, Abitur) abgefragt. Auch eine Einteilung nach Art der Erwerbstätigkeit (Arbeiter, Angestellte, Beamte, Selbständige etc.) wird vorgenommen und kann zur Auswertung herangezogen werden.

In der Tabelle auf den nachfolgenden Seiten werden die Output- und Ergebnisindikatoren der in Kapitel 5 erläuterten Instrumente dargestellt.

Output- und Ergebnisindikatoren für die Bewertung der Kommunikationsstrategie

Instrument	Ziele	Zielgruppe	Outputindikator	Ergebnisindikator	Basiswert	Zielwert
Entwicklung eines Corporate Design mit Logo für den Bundes-ESF	(1) Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Alle drei Zielgruppen	Bereitstellung des Corporate Designs für alle beteiligten Stellen	Verbindung des ESF mit einem Zeichen Verbindung des ESF mit dem neuen ESF-Bundeslogo	16% derer, die vom ESF gehört haben, verknüpfen den ESF mit einem Zeichen 0% derer, die vom ESF gehört haben, verknüpfen den ESF mit dem neuen Logo	25% derer, die vom ESF gehört haben, verknüpfen den ESF mit einem Zeichen 25% derer, die vom ESF gehört haben, verknüpfen den ESF mit dem neuen Logo
Aufbau eines ESF-Internetportals des Bundes	(1) Bekanntmachung des ESF in Deutschland (2) Sicherstellen von Transparenz, (3) Verbesserung der Konformität	Alle drei Zielgruppen	Freischaltung der Website zum 15.04.08 Zugriffe pro Monat	Nutzung des Internets als Informationsmedium	7% derer, die schon vom ESF gehört haben, haben diese Informationen aus dem Internet	20% derer, die schon vom ESF gehört haben, haben diese Informationen aus dem Internet
Anzeigenkampagne I	(1) Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Allgemeine Öffentlichkeit	Erreichte Personen (Nettoreichweite)	Bekanntheit des ESF in der Bevölkerung	30% haben schon mal vom ESF gehört	40% haben schon mal vom ESF gehört
Anzeigenkampagne II	(1) Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Allgemeine Öffentlichkeit	Erreichte Personen (Nettoreichweite)	Bekanntheit des ESF in der Bevölkerung	30% haben schon mal vom ESF gehört	40% haben schon mal vom ESF gehört
Erstellung von ESF-Filmen /-DVDs	(1) Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Allgemeine Öffentlichkeit, Multiplikatoren	Anzahl der DVDs im Verleih (bisher 8) Zahl der Ausleihungen	Nutzung von der DVDs als Informationsmedium	Im Jahr 2007 sind mit den DVDs 260.000 Menschen erreicht worden	Beibehaltung des Status quo.

Jährliche Informationsaktionen gem. Artikel 7 VO EU 1828/2006	(1) Bekanntmachung des ESF in Deutschland (2) Sicherstellen von Transparenz, (3) Verbesserung der Konformität	Begünstigte, Fachöffentlichkeit, Multiplikatoren, beteiligte Stellen	Anzahl der Veranstaltungen, Anzahl der Teilnehmenden	Spezifische Kenntnisse über den ESF erhöhen	13% aller Befragten haben eine Vermutung darüber, was der ESF ist und tut	20% aller Befragten haben eine Vermutung darüber, was der ESF ist und tut
Flyer / Broschüren	(1) Bekanntmachung des ESF in Deutschland (2) Sicherstellen von Transparenz	Potenziell Begünstigte, Fachöffentlichkeit, Multiplikatoren, beteiligte Stellen	Anzahl der Flyer und Broschüren Auflage	Bekanntheit des ESF in der Bevölkerung Spezifische Kenntnisse über den ESF erhöhen	30% haben schon mal vom ESF gehört 13% aller Befragten haben eine Vermutung darüber, was der ESF ist und tut	40% haben schon mal vom ESF gehört 20% aller Befragten haben eine Vermutung darüber, was der ESF ist und tut
Pressearbeit	(1) Bekanntmachung des ESF in Deutschland (2) Sicherstellen von Transparenz	Multiplikatoren	Pressemeldungen pro Jahr	Bekanntheit des ESF in der Bevölkerung	30% haben schon mal vom ESF gehört	40% haben schon mal vom ESF gehört
Allgemeine Fördergrundsätze	(3) Verbesserung der Konformität	beteiligte Stellen	Bereitstellung eines Leitfadens	Bekanntheit des ESF in der Bevölkerung	30% haben schon mal vom ESF gehört	40% haben schon mal vom ESF gehört
Verzeichnis der Begünstigten	(2) Sicherstellen von Transparenz	Alle Zielgruppen	jährliche Aktualisierung, Zugriffe pro Jahr	Spezifische Kenntnisse über den ESF erhöhen	13% aller Befragten haben eine Vermutung darüber, was der ESF ist und tut	20% aller Befragten haben eine Vermutung darüber, was der ESF ist und tut
Beflaggung der Liegenschaften	(1) Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Allgemeine Öffentlichkeit	Anzahl der Tage, an denen die EU-Fahne gehisst ist	Bekanntheit des ESF in der Bevölkerung	30% haben schon mal vom ESF gehört	40% haben schon mal vom ESF gehört

8. Budget

Für die Umsetzung der geplanten Aktivitäten ist für die gesamte Laufzeit ein Budget von mindestens 7 Mio. EURO ESF-Mittel aus der Technischen Hilfe vorgesehen. Aufgrund des zugrundeliegenden zielübergreifenden operationellen Programms ergibt sich ein Interventionssatz von durchschnittlich 59,5% ESF-Kofinanzierung. Insgesamt stehen damit für die Umsetzung der Informations- und Publizitätsmaßnahmen knapp 12 Mio. EURO zur Verfügung (7 Mio. ESF und 4,77 Mio. nationale Kofinanzierung). Ausgehend von einer Laufzeit von 9 Jahren (Projektlaufzeit bis 2015 möglich) ergibt dies ein indikatives Volumen von rund 1,3 Mio. Euro pro Jahr.

9. Verantwortliche Stelle

Die verantwortliche Stelle für die Kommunikationsstrategie des Bundes zum ESF 2007-2013 ist Abteilung VI, Gruppe Soziales Europa, Referat GS 1 im Bundesministerium für Arbeit und Soziales:

Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Referat VI GS 1
D – 53107 Bonn

Publizitätsbeauftragte im Referat GS 1 ist Frau Verena Bruckmann (Telefon: +49-228-99 527 4315, Email: VIGruGS1@bmas.bund.de). In die Umsetzung des Kommunikationsplans werden im BMAS die Referate Gruppe Soziales Europa 2 (GS 2) und Öffentlichkeitsarbeit (P 5) einbezogen. Zur Umsetzung konkreter Vorhaben arbeitet das BMAS auch mit externen Agenturen zusammen.

Für die an der Umsetzung des ESF beteiligten Bundesressorts sind folgende Personen als Publizitätsbeauftragte benannt worden:

- für das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Frau Katharina Bender (Tel. 0228 99 615 4263, Email: katharina.bender@bmwi.bund.de);
- für das Bundesministerium für Bildung und Forschung Herr Bert Gatzweiler (Tel. 0228 99 57 2156, Email: bert.gatzweiler@bmbf.bund.de);
- für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Herr Philipp Rogge (Tel. 030 18 555 1085, Email: Philipp-Laurenz.Rogge@bmfsfj.bund.de);
- für das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung Herr Thomas Hartmann (Tel. 030 18 300 6222, Email: Ref-SW22@bmvbs.bund.de) und Herr Ingo Weiß (Tel. 030 18 300 6223, Email: Ref-SW22@bmvbs.bund.de).

Anlagen

Anlage 1: Forsa-Umfrage

Siehe beiliegende PDF-Datei "Forsa-Umfrage".

Anlage 2: Anzeigenkampagne

Phase I der Anzeigenkampagne



**BRÜSSEL
HAT WAS
FÜR UNS
ÜBRIG:
9 MILLIARDEN
EURO**

Deutschland bekommt in den nächsten 6 Jahren insgesamt 9 Milliarden Euro aus der EU-Fasse, um Menschen in Arbeit zu bringen oder weiterzubilden. Dazu profitieren Arbeitslose, Auszubildende, Migrantinnen und Migranten, behinderte Menschen, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, Existenzgründerinnen und -gründer. Europa ist sozial. Diese Info ist für alle, die glauben, bei Europa zählt was her draus. Informieren Sie sich unter www.esf.de

Das Soziale stärken - In Europa und der Welt.
Für ein lebenswertes Land.

ESF
Europäische Sozialfonds
für Deutschland

EUROPÄISCHE UNION

Bundesministerium
für Arbeit und Soziales



Europa öffnet Grenzen.

Und berät ihre Metzgerei.

Der Europäische Sozialfonds fördert in Deutschland mit über 9 Milliarden Euro viele tausend Menschen. Unterstützt werden Existenzgründungen und Selbständige mit dem Ziel, viele gute und sichere neue Arbeitsplätze zu schaffen. Gut möglich, dass das Gründercoaching auch für Sie interessant ist. Informieren Sie sich unter www.esf.de oder 01805/67 67 19*. *Kostenpflichtig, 14 Ct/Min, aus dem deutschen Festnetz, abweichende Preise aus den Mobilfunknetzen möglich.

Für ein lebenswertes Land.

 **ESF**
Europäischer Sozialfonds
für Deutschland

 **EUROPÄISCHE UNION**

 **Bundesministerium
für Arbeit und Soziales**



Europa vereint Nationen.

Und fördert seinen Computerkurs.

Der Europäische Sozialfonds fördert in Deutschland mit über 9 Milliarden Euro viele tausend Menschen. Unterstützt werden Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, Arbeitslose und Alleinerziehende mit dem Ziel, ihre Chancen auf einen sicheren und guten Arbeitsplatz zu verbessern. Gut möglich, dass die Fortbildungsmaßnahmen auch für Sie interessant sind. Informieren Sie sich unter www.esf.de oder 01805/67 67 19*.
*Kostpflichtig. 14 Ct/Min. aus dem deutschen Festnetz, abweichende Preise aus den Mobilfunknetzen möglich.

Für ein lebenswertes Land.



EUROPÄISCHE UNION



Bundesministerium für Arbeit und Soziales

Anlage 3: ESF-Flyer

Wen können Sie ansprechen?

Die Mittel, die der ESF für Deutschland zur Verfügung stellt, werden vom Bund und den Ländern verwaltet.

In den Bundesministerien können Sie sich an folgende Personen wenden:

Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Silke Ihlow, Referat GS1
Rochusstr. 1, 53123 Bonn
E-Mail: VIGruGS1@bmas.bund.de

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
Joem Stußnat, Referat II B 2
53107 Bonn
E-Mail: joem.stussnat@bmwl.bund.de

Bundesministerium für Bildung und Forschung
Jens Hofmann
53170 Bonn
e-Mail: Jens.Hofmann@bmbf.bund.de

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Dr. Philipp-Laurenz Rogge, Referat 215
11018 Berlin
e-Mail: Philipp-Laurenz.Rogge@bmsfj.bund.de

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
Thomas Hartmann, Referat SW 22
Krausenstraße 17-20, 10117 Berlin
e-Mail: re-f-sw22@bmv.bund.de

Telefonisch können Sie sich unter Tel.: 01805 675719 informieren.

Die ESF-Ansprechpartner in den Ländern und weitere Informationen zu den Förderprogrammen finden Sie auf der Internetseite des Bundes www.esf.de

Kontakt / Impressum

Impressum:

Herausgeber
Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Europäischer Sozialfonds
Referat GS1
Rochusstr. 1
53123 Bonn

Stand: April 2008



ESF

Europäischer Sozialfonds für Deutschland

Was ist der ESF?

Seit 50 Jahren werden mit dem Europäischen Sozialfonds Arbeitslose, Auszubildende, Behinderte, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, Gründerinnen und Gründer etc. in Europa bei der Verbesserung ihrer Chancen auf dem Arbeitsmarkt unterstützt. Der ESF ist damit das zentrale arbeitsmarktpolitische Förderinstrument der Europäischen Union. Er soll in der neuen Förderperiode 2007–2013 in den Mitgliedsstaaten dazu beitragen, die Ziele der Europäischen Beschäftigungsstrategie im Rahmen der Lisbon-Strategie besser zu erreichen.

In der Bundesrepublik erhalten Bund und Länder in den kommenden 7 Jahren insgesamt fast 9,4 Milliarden Euro aus dem ESF. Diese ESF-Mittel verteilen sich zu knapp 40 Prozent auf das ESF-Bundesprogramm und zu gut 60 Prozent auf die 17 ESF-Länderprogramme. Aufgrund der begleitenden nationalen Kofinanzierung, ergibt sich für die Programmlaufzeit ein Gesamtvolumen von fast 16 Mrd. Euro.

Die Verteilung der Mittel können Sie der nachfolgenden Grafik entnehmen:

ESF-Mittelverteilung Bund/Länder 2007-2013
(Zahlen in Mio. Euro gerundet)



Region	Mittelverteilung (Mio. Euro)
ESF Bund	3487
Baden-Württemberg	256
Bayern	310
Berlin	336
Bremen	30
Hamburg	81
Hessen	187
Niederrhein	237
Nordrhein-Westfalen	634
Rheinland-Pfalz	114
Saarland	66
Schleswig-Holstein	100
Brandenburg	620
Niedersachsen	210
Thüringen	626
Sachsen-Anhalt	644
Sachsen	672
Hessen (für Region Lüneburg)	417

**Das Soziale stärken – in Europa und der Welt.
Für ein lebenswertes Land.**

Wer kann gefördert werden?

Auf die ESF-Programme können sich Institutionen und Organisationen, wie die öffentliche Verwaltung, Nichtregierungsorganisationen, Wohlfahrtsverbände sowie Sozialpartner, die im Bereich Beschäftigung und soziale Eingliederung aktiv sind, bewerben. Ein Teil der Maßnahmen wendet sich auch an Betriebe und Existenzgründerinnen und Existenzgründer. Eine Förderung einzelner Personen erfolgt in den unterschiedlichen Programmen über Projektträger und die verantwortlichen Institutionen. Ansprechpersonen für die Bundesprogramme finden Sie auf der Rückseite.

Welchen Herausforderungen stellen wir uns?

Die Situation auf dem Arbeitsmarkt hat sich in der Bundesrepublik seit dem Jahr 2007 erstmals deutlich entspannt. So hat sich die Zahl der Arbeitslosen zwischen März 2007 und März 2008 um 617.000 Personen verringert. Auch zeigt sich ein positiver Trend bei den Langzeitarbeitslosen sowohl in West- als auch in Ostdeutschland. Auch in Zukunft muss Arbeitslosigkeit weiter abgebaut werden. Neue Fälle gilt es möglichst schnell wieder in Beschäftigung zu bringen. Erforderlich sind außerdem verstärkte Anreize bei der Aus- und Weiterbildung. Dieses Ziel kann nur erreicht werden, wenn die Herausforderungen unserer Zeit angenommen werden: die Globalisierung, der demografische Wandel, die Internationalisierung der Arbeitsmärkte, die technologischen Entwicklungen, die Integration von jungen Menschen und Menschen, die am Arbeitsmarkt benachteiligt sind. Hierzu soll der ESF in der laufenden Förderperiode 2007-2013 einen Beitrag leisten.

Was haben wir uns vorgenommen?

Das operationelle Programm des Bundes verfolgt die folgenden strategischen Ziele:

- Erhöhung der Erwerbstätigkeit
- Erhöhung des Weiterbildungsanteils in der Bevölkerung
- Senkung der Langzeitarbeitslosigkeit
- Erhöhung der Chancen der jungen Generation
- Erhöhung der Erwerbstätigkeit von Frauen

Was wird gefördert?

Schwerpunkt „Beschäftigte, Unternehmen und Existenzgründung“
Hier wird die Anpassungs- und Wettbewerbsfähigkeit in den Betrieben gestärkt. Die Arbeitsmarktchancen von Beschäftigten sollen erhöht werden. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen werden in ihren Weiterbildungsaktivitäten unterstützt. Besonderes Gewicht liegt darauf, dass gering Qualifizierte, Migranten und Frauen verstärkt Berücksichtigung finden. In Programmen für Existenzgründerinnen und Existenzgründer wird in den ersten fünf Jahren nach der Gründung ein Coaching angeboten. Mit der ESF-Förderung soll auch das Gründungsklima an Hochschulen und Forschungseinrichtungen nachhaltig verbessert werden.

Schwerpunkt „Weiterbildung und Qualifizierung“

In der Aus- und Weiterbildung sollen verstärkt Bildungspotenziale erschlossen werden sowie das Bildungsniveau der Bevölkerung insgesamt, durch verstärkte Förderungen einer Kultur des lebenslangen Lernens, angehoben werden. Der größte Teil der Förderaktivitäten konzentriert sich auf die Unterstützung Jugendlicher, wie z.B. auf die Reduzierung der Quote junger Menschen ohne Berufsabschluss. Zur Förderung einer europäischen Lernkultur soll auch die berufliche Integration zugewandelter Akademikerinnen und Akademiker verbessert werden.



Schwerpunkt „Beschäftigung und soziale Integration“

Langzeitarbeitslose, Migrantinnen und Migranten, aber auch Jugendliche mit besonderen Integrationsproblemen sind hier die zentralen Zielgruppen. Die berufliche Eingliederung von Migrantinnen und Migranten soll durch beschäftigungsbezogene Sprachkurse verbessert werden. Zusätzliche Arbeitsplätze in Regionen mit besonders hoher und verlängerter Langzeitarbeitslosigkeit werden speziell gefördert. Zudem werden Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf und zur Verbesserung der Chancengleichheit von Frauen und Männern unterstützt.

Schwerpunkt „Transnationale Maßnahmen“

Behörden, Sozialpartner, Nichtregierungsorganisationen und sonstige Organisationen, die im Bereich Bildung, Beschäftigung und soziale Eingliederung tätig sind, werden hier zusammen gebracht. Zudem soll die berufsbezogene Mobilität von jungen Menschen gefördert werden. Die Verbesserung der Chancengleichheit von Frauen und Männern ist Querschnittsziel in allen Schwerpunkten.

Welche Programme kommen hinzu?

Die Programme des Bundes werden von fünf Bundesministerien um umgesetzt. Eine Auswahl sehen Sie hier, weitere Informationen finden Sie unter www.esf.de

Bundesministerium für Arbeit und Soziales

- Bundesprogramm Kommunal-Kombi
- XENOS-Integration und Vielfalt
- Stärkung der berufsbezogenen Sprachkompetenz für Personen mit Migrationshintergrund

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

- EXIST – Gründungskultur und Gründerstipendium
- Gründercoaching in Deutschland

Bundesministerium für Bildung und Forschung

- JOBSTARTER – Für die Zukunft ausbilden
- Akademikerprogramm (AKP)
- Perspektive Berufsabschluss

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

- Lokales Kapital für soziale Zwecke (LCS)
- Betrieblich unterstützte Kinderbetreuung
- Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

- Soziale Stadt – Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier (BMAQ)



Anlage 4: Programmflyer-BIWAQ



Wahlquartier gemischtanzig

IN WELCHER HÖHE KANN GEFÖRDERT WERDEN?

Die Gesamtausgaben je Projekt sollen mindestens 200.000 Euro betragen. Die Höhe der Zuwendungen richtet sich nach folgender Bemessungsgrundlage:

Alte Bundesländer

einschließlich Berlin ohne NUTS II-Region Lüneburg:
50 % ESF / bis zu 38 % Bundesmittel BMVBS /
mindestens 12 % Antragsteller

Neue Bundesländer

ohne Berlin einschließlich NUTS II-Region Lüneburg:
75 % ESF / bis zu 18 % Bundesmittel BMVBS /
mindestens 7 % Antragsteller

WIE WIRD BIWAQ UMGESETZT?

Die Umsetzung erfolgt voraussichtlich in zwei Förderunden. Die erste Förderunde beginnt 2008 und endet 2012. Die Bewerbung erfolgt zweistufig. In der ersten Stufe werden die eingereichten Interessenbekundungen vom Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung unter Einbeziehung externer Fachgutachter bewertet. In der zweiten Stufe werden ausgewählte Projektträger aufgefordert, einen Förderantrag beim Bundesverwaltungsamt zu stellen.

Ziel des ESF-Bundesprogramms BIWAQ ist es, durch die Verbindung städtebaulicher Investitionen und Arbeitsmarktbezogener Maßnahmen Projekte zu fördern, die die Qualifikation und soziale Situation der Stadtteilbewohnerinnen und Stadtteilbewohner verbessern. Ebenfalls förderfähig sind Projekte zur Stärkung der lokalen Ökonomie.

Weitere Informationen zum Antragsverfahren und Unterlagen wie zum Beispiel die Förderrichtlinie und Auflistung der förderfähigen Programmgebiete der „Sozialen Stadt“ finden Sie unter www.biwaq.de

KONTAKT

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
Referat SW 22
Invalidenstraße 44
10115 Berlin
+49(0)30 18 300-6222 oder 6223
E-mail: Ref-SW22@bmvbs.bund.de

Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung

Referat 14 „Regionale Strukturpolitik und Städtebauförderung“
Deichmanns Aue 31-37
53179 Bonn
+49(0)228 99 401-1221
Zentrale E-mail: biwaq@bbr.bund.de



SOZIALE STADT
**BILDUNG, WIRTSCHAFT, ARBEIT
IM QUARTIER · BIWAQ**
für Teilhabe und Chancengerechtigkeit



BIWAQ – PARTNERPROGRAMM DES STÄDTEBAUFÖRDERUNGSPROGRAMMS SOZIALE STADT

Probleme des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandels spiegeln sich in den Städten wider. Wirtschaftliche und soziale Defizite konzentrieren sich meist in bestimmten Stadtvierteln: Bauliche Mängel an Gebäuden und Wohnungen, unzureichende Infrastruktur, hohe Arbeitslosigkeit, niedriges Einkommen, fehlende Schul- und Bildungsabschlüsse und damit verbundene geringe Arbeitsmarktchancen sorgen für Spannungen im Zusammenleben, auch unter verschiedenen ethnischen Gruppen. „Soziale Stadt“ ist ein Städtebauförderungsprogramm für Stadtteile mit besonderem Entwicklungsbedarf. Gestartet wurde es 1999 mit dem Ziel, der zunehmenden sozialen und räumlichen Spaltung in Städten entgegenzuwirken. Die bisherige Umsetzung – in dessen Mittelpunkt der integrierte, Handlungsfeld übergreifende Entwicklungsansatz steht – zeigt, dass damit ein richtiger Weg eingeschlagen worden ist.

WAS IST BIWAQ?

Von April 2008 an wird das Städtebauförderungsprogramm „Soziale Stadt“ um das ESF-Bundesprogramm BIWAQ ergänzt. BIWAQ steht für Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier und ist ein arbeitsmarktpolitisches Instrument, das vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) und des Bundes umgesetzt wird.

WER KANN GEFÖRDERT WERDEN?

Gefördert werden können im Rahmen von BIWAQ sowohl juristische Personen des privaten und öffentlichen Rechts als auch Personengesellschaften, also Unternehmen, Bildungsträger, Schulen, Vereine und Verbände, die in den Programmgebieten der „Sozialen Stadt“ Projekte durchführen oder deren Projekte mehrheitlich Personen aus Gebieten der „Sozialen Stadt“ integrieren.



WELCHE ANFORDERUNGEN SIND ZU ERFÜLLEN?

Im Sinne des integrativen Entwicklungsansatzes der „Sozialen Stadt“ haben BIWAQ Projekte inhaltlich Zusammenhänge mit den von den Städten und Kommunen im Rahmen der „Sozialen Stadt“ beschlossenen Entwicklungskonzepten aufzuweisen. Die Projekte sollen daher auch im Programmgebiet vernetzt sein und in enger Kooperation mit den relevanten Partnern vor Ort durchgeführt werden. Nach Möglichkeit sollten sie auch in Verbindung mit Investitionen der Städtebauförderung stehen.

WAS KANN GEFÖRDERT WERDEN?

Es können Projekte mit folgender Zielsetzung gefördert werden:

- Integration von Langzeitarbeitslosen
- Integration von Jugendlichen in Ausbildung und Arbeit
- Verbesserung des Übergangs von der Schule in den Beruf
- Stärkung der lokalen Ökonomie

BIWAQ Projekte richten sich sowohl an Mehrheitsgesellschaften als auch an Personen mit Migrationshintergrund zur Unterstützung der gesellschaftlichen Integration und des sozialen Lebens in den Stadtteilen.

WELCHE AKTIVITÄTEN SIND INNERHALB DER PROJEKTE MÖGLICH?

- Netzwerke, Initiativen, Partnerschaften
- Mobile Beratungsteams, Streetwork, Werkstätten und Qualifizierungskurse
- Aktivierungs- und Vermittlungsaktivitäten
- Unterstützung der Berufswegeplanung und Berufsorientierung
- Runde Tische, Arbeitskreise und Beratungs- und Informationsmaßnahmen
- Konfliktmanagement, Schulungen von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren
- Konferenzen, Seminare und Studien
- Schaffung von Ausbildungs- und/oder Arbeitsplätzen

Möglich sind auch neue Ansätze wie Beratungen über Finanzierungsinstrumente (zum Beispiel Mikrokredite) oder Ermittlungen von Potenzialen selbstständiger Arbeit im Stadtteil/Quartier und deren Realisierung.

Anlage 5: Indikativer Zeiplan für die Umsetzung

2008	Maßnahme	Ziele	Zielgruppe	durchführende Stelle
März 08	Entwicklung eines ESF-Bundeslogos	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppen 1, 2 und 3	BMAS
April 08	ESF-Auftaktkonferenz	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppen 2 und 3	BMAS
	Freischaltung der Internetplattform www.esf.de	alle drei Ziele	Zielgruppen 1, 2 und 3	BMAS
	Bundesweiter Aktionstag – „Girls' Day“	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1, 2 und 3	BMFSFJ
Mai 08	Beflaggung der Liegenschaften	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1	Bundesressorts
Juni 08	Anzeigenkampagne Teil I	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1	BMAS
Juli 08	Anzeigenkampagne Teil II	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1	BMAS
Aug. 08	Tag der Offenen Tür	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1	Bundesressorts
Sept. 08	Informationsveranstaltung zum Programm BIWAQ	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMVBS
	Beginn Konferenzreihe „Zeit für Familie“ der Bundesinitiative Lokale Bündnisse für Familie (regionale Netzwerkkonferenzen)	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMFSFJ

	Pressekonferenz zum Start der Ausschreibung ESF-Programm „Perspektive Wiedereinstieg“	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppen 1, 2, 3	BMFSFJ
Nov. 08	Regionalkonferenzen für die neuen Träger im Programm „Schulverweigerung – Die 2. Chance“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMFSFJ
	Starterkonferenzen im Programm „Lokales Kapital für soziale Zwecke“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMFSFJ
	Fachtagung mit der Bundesvereinigung der kommunalen Spitzenverbände	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMFSFJ
Ende 2008	Allgemeine Fördergrundsätze	Verbesserung der Konformität	Zielgruppe 3	BMAS

2009				
Februar 09	XENOS-Auftaktveranstaltung	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMAS
März 09	Auftaktkongress BIWAQ	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMVBS
	Fachtagung zu Programmen „Schulverweigerung – Die 2. Chance“ und „Kompetenzagenturen“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppen 2 und 3	BMFSFJ
April 09	Regionalkonferenzen im Programm „Lokales Kapital für soziale Zwecke“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMFSFJ
	Netzwerkveranstaltung „Erfolgsfaktor Familie“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	Netzwerkbüro Erfolgsfaktor Familie/ BMFSFJ

	Bundesweiter Aktionstag – „Girls' Day“	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1, 2 und 3	BMFSFJ
Mai 09	Themenspezifische Veranstaltung zum Bundes-OP	alle drei Ziele	Zielgruppen 2 und 3	BMAS
	Beflaggung der Liegenschaften	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1	Bundesressorts
Juni 2009	Fachtagung – „Neue Wege für Jungs“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppen 2 und 3	BMFSFJ
Sept. 09	Regionalkonferenzen in den Programmen „Schulverweigerung – Die 2. Chance“ und „Kompetenzagenturen“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMFSFJ

2010				
März 10	Fachtagung zu Programmen „Schulverweigerung – Die 2. Chance“, „Kompetenzagenturen“ und „Lokales Kapital für soziale Zwecke“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppen 2 und 3	BMFSFJ
	Festveranstaltung – Girls' Day	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2 und 3	BMFSFJ
	XENOS-Sonderprogramm Bleiberecht (Bilanz & Perspektive)	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMAS
	Baltic Sea Conference mit Schwerpunkt Transnationales	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppen 2 und 3	BMAS
April 10	Bundesweiter Aktionstag – „Girls' Day“	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1, 2 und 3	BMFSFJ

Mai 10	Themenspezifische Veranstaltung zum Bundes-OP	alle drei Ziele	Zielgruppen 2 und 3	BMAS
	Beflaggung der Liegenschaften	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1	Bundesressorts
	2. Tag der Mehrgenerationenhäuser	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppen 1 und 2	BMFSFJ
Juni 10	Preisverleihung für Jugendwettbewerb – „Neue Wege für Jungs“	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppen 1, 2 und 3	BMFSFJ
Sept. 10	Regionalkonferenzen in den Programmen „Schulverweigerung – Die 2. Chance“ und „Kompetenzagenturen“ sowie „Lokales Kapital für soziale Zwecke“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMFSFJ
	Fachkongress – „Neue Wege für Jungs“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppen 2 und 3	BMFSFJ

2011				
März 11	Regionalkonferenzen im Programm „Lokales Kapital für soziale Zwecke“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMFSFJ
April 11	Bundesweiter Aktionstag – „Girls’ Day“	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1, 2 und 3	BMFSFJ
Mai 11	Themenspezifische Veranstaltung zum Bundes-OP	alle drei Ziele	Zielgruppen 2 und 3	BMAS
	Beflaggung der Liegenschaften	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1	Bundesressorts

Juni 11	Bilanzkongress zu Programmen „Schulverweigerung – Die 2. Chance“, „Kompetenzagenturen“ und „Lokales Kapital für soziale Zwecke“	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppen 2 und 3	BMFSFJ
	XENOS-Abschlusskonferenz 1. Förderrunde	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMAS

2012				
Mai 12	Themenspezifische Veranstaltung zum Bundes-OP	alle drei Ziele	Zielgruppen 2 und 3	BMAS
	Beflagung der Liegenschaften	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1	Bundesressorts

2013				
März 13	Zwischenbilanz und Perspektiven der transnationalen Aktivitäten	Sicherstellen von Transparenz	Zielgruppe 2	BMAS
Mai 13	Themenspezifische Veranstaltung zum Bundes-OP	alle drei Ziele	Zielgruppen 2 und 3	BMAS
	Beflagung der Liegenschaften	Bekanntmachung des ESF in Deutschland	Zielgruppe 1	Bundesressorts