



Stand: 14.06.2023

## **NRW-Programm Ländlicher Raum 2014-2022**

Informations- und PR-Strategie des Ministeriums für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen  
(gem. Art. 13 VO (EU) 808/2014 i.V.m. Anhang III Nr. 1.1)

## Inhalt

1	Hintergrund.....	3
1.1	Einbindung des Kommunikationsplans in das nationale Netzwerk für den ländlichen Raum .....	3
1.2	Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung .....	4
2	Zielgruppen und Ziele der Strategie .....	4
3	Inhalt der Informations- und PR-Maßnahmen.....	5
3.1	Allgemeine Maßnahmen .....	5
3.2	Zielgruppenspezifische Maßnahmen .....	6
3.3	Maßnahmenzeitplan.....	7
4	Zuständige administrative Stelle und Personalressourcen .....	9
5	Veranschlagte Mittel .....	9
6	Bewertung der Maßnahmen .....	9
7	Anhang.....	10

## **1 Hintergrund**

Mit dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) wird in der EU eine nachhaltige und wettbewerbsfähige Landwirtschaft und die Entwicklung ländlicher Räume hinsichtlich der Stärkung der ländlichen Wirtschaft und der ländlichen Gemeinschaften gefördert.

In Nordrhein-Westfalen wird die Förderung durch den ELER über das NRW-Programm Ländlicher Raum für den Förderzeitraum 2014-2022 umgesetzt. Das NRW-Programm Ländlicher Raum 2014-2022 wurde am 13.02.2015 durch die Europäische Kommission genehmigt (zuletzt geändert am 02.05.2023). Es ist zum einen auf eine Landwirtschaft gerichtet, die sich durch umwelt- und klimagerechte Anbauverfahren, tier- und artgerechte Haltungsformen sowie Innovationen in der Landwirtschaft auszeichnet. Zum anderen fördert das Programm die Entwicklung lebenswerter ländlicher Räume unter der besonderen Berücksichtigung der Lebensqualität in ländlichen Regionen, der Stärkung der wirtschaftlichen Entwicklung und des sozialen Zusammenhalts sowie der Infrastrukturentwicklung.

Die Informations- und PR-Strategie (im Folgenden Kommunikationsstrategie) wird durch die Verwaltungsbehörde (VB) für das NRW-Programm Ländlicher Raum 2014-2022 (CCI: 2014DE06RDRP015) gemäß Art. 13 und Anhang III Nr. 1.1 VO (EU) 808/2014 erstellt. Die Strategie bündelt die für eine erfolgreiche Umsetzung des ELER in Nordrhein-Westfalen erforderlichen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der ELER-Verwaltungsbehörde und stellt eine kohärente Durchführung dieser Maßnahmen sicher.

Die Kommunikationsstrategie wird gemäß Art. 13 Abs. 1 VO (EU) 808/2014 dem Begleitausschuss (BGA) innerhalb von sechs Monaten nach Genehmigung des Programms zur Information vorgelegt. Die Verwaltungsbehörde informiert den BGA mindestens einmal jährlich über den Stand der Durchführung der Kommunikationsstrategie und über ihre Ergebnisanalyse sowie über die geplanten Informations- und PR-Maßnahmen für das kommende Jahr.

### **1.1 Einbindung des Kommunikationsplans in das nationale Netzwerk für den ländlichen Raum**

Die Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (DVS) als nationales Netzwerk für den ländlichen Raum unterstützt die Vernetzung verschiedener Akteure und informiert über die ELER-Förderung in Deutschland und wichtige Themen der ländlichen Entwicklung. Sie organisiert den Erfahrungsaustausch und die Zusammenarbeit von Akteuren auch über den nationalen Kontext hinaus. Die Kommunikationsstrategie für das NRW-

Programm Ländlicher Raum unterstützt die Vernetzung und den fachlichen Austausch und sieht hierfür die folgenden Punkte vor:

- aktive Teilhabe am Netzwerk der DVS
- Weitergabe der durch die DVS zur Verfügung gestellten Informationen (VB als Multiplikator)
- Beitrag der VB zu den Informationsangeboten der DVS (u.a. Angaben bzgl. des NRW-Programms Ländlicher Raum 2014-2022 für das Internetportal, Beiträge für die Zeitschrift LandInForm, Vorträge auf Veranstaltungen etc.)

## 1.2 Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung

Die Kommunikationsstrategie der ELER-Verwaltungsbehörde NRW berücksichtigt die Grundsätze der Europäischen Union für die ESI-Fonds hinsichtlich der Förderung der Gleichstellung von Männern und Frauen und der Nichtdiskriminierung (Art. 7 VO (EU) 1303/2013). Dies gilt insbesondere für die Zugänglich- und Verständlichkeit von Publikationen und Veranstaltungen.

## 2 Zielgruppen und Ziele der Strategie

Übergreifende Ziele der Kommunikationsstrategie sind die Information über die Umsetzung des ELER in Nordrhein-Westfalen, insbesondere über die Fördermöglichkeiten im Rahmen des NRW-Programms Ländlicher Raum 2014-2022 sowie die Erhöhung der Sichtbarkeit der Politik für die Entwicklung der ländlichen Räume.

Die Ziele der Strategie richten sich auf unterschiedliche Zielgruppen. Als Zielgruppen dieser Strategie werden definiert:

- die breite Öffentlichkeit (Bürgerinnen und Bürger)
- (potentiell) Begünstigte
- Multiplikatoren (z.B. WiSo-Partner, Fachbehörden, Begleitausschuss)

Die Kommunikationsstrategie verfolgt hinsichtlich der breiten **Öffentlichkeit** das Ziel, den Bekanntheitsgrad der Politik für die Entwicklung der Ländlichen Räume zu steigern, die Bedeutung des ELER und des NRW-Programms Ländlicher Raum 2014-2022 für die ländliche Entwicklung herauszustellen und den Mehrwert der Förderung für die Gesellschaft aufzuzeigen.

Für die Gruppe der **potentiell Begünstigten** bzw. **Begünstigten** zielt die Strategie auf eine transparente Darstellung der Fördermöglichkeiten durch den ELER in Nordrhein-Westfalen, um potentiell Begünstigte auf die Förderung aufmerksam zu machen und das Maßnahmenspektrum aufzuzeigen. Des Weiteren ist es Ziel der Strategie, ausreichend Informationen über die Antragsstellung von Vorhaben / Maßnahmen zur Verfügung zu

stellen, um potentiell Begünstigte zur Antragsstellung und erfolgreichen Projektumsetzung zu befähigen. Dies schließt auch die Kommunikation der Informations- und Publizitätsverpflichtungen der Begünstigten mit ein, um einen Beitrag zur Erhöhung der Sichtbarkeit der ELER-Förderung anhand umgesetzter Projekte zu leisten.

Die **Multiplikatoren** bestehen aus Wirtschafts-, Sozial und Umweltpartnern (z.B. im Begleitausschuss) und weiteren bzw. nachgeordneten Behörden (z.B. Bewilligungsstellen). Sie sind wichtige Schnittstellen zwischen der Programmierung der Maßnahmen und ihrer Umsetzung und nehmen eine Doppelfunktion ein: Zum einen sind sie Adressat von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, zum anderen stellen sie selbst vielfältige Informationen v.a. für (potentiell) Begünstigte aber auch für die breite Öffentlichkeit zur Verfügung bzw. geben diese weiter (z.B. Landwirtschaftskammer). Ziel der Strategie ist es daher, im Sinne des capacity building, Bewilligungsstellen, Zahlstelle und die weiteren nachgeordneten Bereiche sowie die WiSo-Partner mit dem notwendigen Wissen zur Umsetzung des Programms auszustatten.

### **3 Inhalt der Informations- und PR-Maßnahmen**

#### **3.1 Allgemeine Maßnahmen**

Die Kommunikationsstrategie umfasst ein breites Portfolio von Informations- und PR-Maßnahmen, die den in Kapitel 2 genannten Zielen dienen. Grundlegend können die folgenden Maßnahmen unterschieden werden:

- Veröffentlichung der Programmdokumente (NRW-Programm Ländlicher Raum, Durchführungs- und Bewertungsberichte etc.)
- Informationsbroschüren / Flyer
- Pressemitteilungen
- Mitteilungen und Artikel in Fachzeitschriften
- Seminare und Fachveranstaltungen (Organisation und Durchführung / Vorträge auf Veranstaltungen)
- Fach- und Informationsgespräche
- Leitfäden / Handreichungen
- Informations- und Publizitätsverpflichtungen der Begünstigten

Für die Verbreitung der Kommunikationsmaßnahmen werden verschiedene Medien genutzt: Als übergreifende Informationsplattform dient das Internetangebot zum NRW-Programm Ländlicher Raum 2014-2022 auf der Homepage des Ministeriums für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen ([www.mlv.nrw.de](http://www.mlv.nrw.de)). Hier sind grundlegende Informationen zu der Förderung des ELER in Nordrhein-Westfalen verfügbar. Darüber hinaus werden auf diesen Internetseiten die Programmdoku-

mente (NRW-Programm Ländlicher Raum 2014-2022, Programmänderungen, Durchführungs- und Bewertungsberichte etc.) und die Kommunikationsstrategie veröffentlicht. Diese Informationsverpflichtung nach Anhang III Nr. 1.3 VO (EU) Nr. 808/2014 ist als übergreifende Maßnahme anzusehen, die allen Zielgruppen zugeordnet werden kann. Des Weiteren hält das Internetangebot verschiedene zielgruppenspezifische Informationen bereit (z.B. zu Maßnahmen und Fachveranstaltungen). Publikationen wie Broschüren, Flyer, Leitfäden etc. werden i.d.R. sowohl als Printausgaben vorgehalten, als auch auf der Internetseite eingestellt.

### **3.2 Zielgruppenspezifische Maßnahmen**

Der überwiegende Anteil der Informations- und PR-Maßnahmen ist zielgruppenspezifisch ausgerichtet, um dem betreffenden Personenkreis die relevanten Informationen zur Verfügung stellen zu können und somit die Effektivität der Kommunikationsmaßnahmen zu erhöhen. Einige Maßnahmen richten sich an mehrere Zielgruppen, andere sind für einzelne Zielgruppen bestimmt. Im Folgenden soll der Inhalt der Informations- und PR-Maßnahmen je nach Zielgruppe dargestellt werden.

Informations- und PR-Maßnahmen, die sich an die **breite Öffentlichkeit** richten, werden überwiegend in der Form von Pressemitteilungen, Flyern und weiteren Publikationen umgesetzt. Inhalt der Maßnahmen sind allgemeine, einfach verständliche Informationen über die Ziele der Politik der EU zur Entwicklung des ländlichen Raums durch den ELER und Informationen über die Umsetzung des ELER. Hierfür gilt es v.a. über die Erläuterung der Herausforderungen der ländlichen Entwicklung und die Vorstellung einzelner beispielhafter Projekte die gesellschaftliche Bedeutung des ELER für die Entwicklung der ländlichen Räume zu verdeutlichen.

Für die **Begünstigten bzw. potentiell Begünstigten** werden Informations- und PR-Maßnahmen mit spezifischen Informationen zum NRW-Programm Ländlicher Raum 2014-2022 und dessen Fördermöglichkeiten vorgesehen. Dies umfasst die detaillierte Darstellung der Fördermaßnahmen und -voraussetzungen, die Erläuterung des Antragsverfahrens und weitere Informationen und Ansprechpartner. Hierfür werden verschiedenste Kommunikationsmaßnahmen eingesetzt, wie Informationsbroschüren, Leitfäden, Flyer sowie Artikel und Mitteilungen in Fachzeitschriften, aber auch Seminare und Fachveranstaltungen. Diese Veranstaltungen dienen auch dazu, den Erfahrungsaustausch mit den Begünstigten sowie den Austausch unter den Begünstigten zu fördern. Das Wissen der Begünstigten kann zu der Verbesserung der Maßnahmenausgestaltung, -beantragung und -umsetzung beitragen.

Die Informationsmaßnahmen, die sich an die Begünstigten richten, dienen auch dazu, diese in ihren Informations- und Publizitätsverpflichtungen zu unterstützen: z.B. durch ein

Merkblatt über die von der ELER-Verordnung vorgeschriebenen Informations- und Publizitätsverpflichtungen. Die Informations- und Publizitätsverpflichtungen wurden hinsichtlich der Veröffentlichung mittels eines Posters an die durch DVO (EU) 2016/669 geänderte DVO (EU) Nr. 808/2014 angepasst. Als Schwelle für die Pflicht zum Anbringen eines Posters gelten 50.000 € öffentliche Ausgaben. NRW macht von der Möglichkeit Gebrauch, die Veröffentlichungspflicht mittels Poster auf investive Vorhaben zu beschränken. Den Begünstigten mit investiven Vorhaben ab 50.000€ öffentlichen Ausgaben wird ein einheitlich gestaltetes Poster zur Umsetzung der Verpflichtungen durch die ELER-Verwaltungsbehörde zur Verfügung gestellt.

Die Informations- und PR-Maßnahmen für die Zielgruppe der **Multiplikatoren** dienen v.a. dazu, sie mit den Fördermaßnahmen und den Anforderungen an die Antragsverfahren vertraut zu machen. Darüber hinaus verfügen sie selbst über ein spezifisches Wissen über die Durchführung von Antragsverfahren und die Umsetzung von Maßnahmen. Daher ist der persönliche Austausch mit ihnen äußerst wichtig. Hierzu dienen sowohl größere Seminare und Fachveranstaltungen, als auch Fach- und Informationsgespräche mit einem kleineren Personenkreis (z.B. Bewilligungsstellen), die einen intensiven Informationsaustausch ermöglichen. Des Weiteren werden u.a. Artikel in Fachzeitschriften genutzt, um detaillierte Informationen über die Förderung an die Multiplikatoren weitergeben zu können.

Die Multiplikatoren führen aber auch selbst eigene Informationsmaßnahmen durch, die z.T. in Rückkopplung mit den Fachreferaten und der Verwaltungsbehörde erstellt werden.

### **3.3 Maßnahmenzeitplan**

Die Informations- und PR-Maßnahmen gliedern sich in Maßnahmen, die verpflichtend und zu einem bestimmten Zeitpunkt durchgeführt werden müssen (z.B. Durchführungsberichte) und in Maßnahmen, die fortlaufend bzw. anlassbezogen durchgeführt werden. Diese sind abhängig vom Stand der Umsetzung des NRW-Programms Ländlicher Raum (z.B. Pressemitteilungen, Informationsbroschüren).

In der folgenden Tabelle ist die Planung der voraussichtlichen und zum Teil bereits erfolgten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen für den Förderzeitraum 2014-2022 dargestellt. Verbindliche Maßnahmen sind hervorgehoben. Eine detaillierte Darstellung der für das Folgejahr vorgesehenen Maßnahmen ist im Anhang dargestellt.

<b>Jahr</b>	<b>Maßnahme</b>	<b>Zielgruppe</b>
ab 2014, fortlaufend	Vorträge auf Tagungen und Informationsveranstaltungen über das Programm und die Fördermaßnahmen	(potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
ab 2014, fortlaufend	Durchführung / Organisation von Tagungen und Informationsveranstaltungen	(potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
ab 2014, fortlaufend	Fach- und Informationsgespräche zu bestimmten Maßnahmen / Erfahrungsaustausch	Multiplikatoren, (potentiell) Begünstigte
ab 2014, jährlich	LEADER-Forum des ZeLE	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
ab 2014, fortlaufend	Mitteilungen in der Fachpresse / Artikel in Fachzeitschriften bzgl. Fördermaßnahmen	(potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2015, fortlaufend	<b>Veröffentlichung des genehmigten Programms und der genehmigten Programmänderungen auf dem ELER-Internetportal</b>	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2015	Informations- und Publizitätsverpflichtungen der Begünstigten: Merkblatt und einheitlich gestaltetes Poster	Begünstigte, Öffentlichkeit
ab 2015, bei Bedarf	Pressemitteilungen bzgl. der Eröffnung von Antragsverfahren / Start einer Fördermaßnahme und Stand der Förderung	(potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2015/2016	Broschüren, Flyer, Leitfäden hinsichtlich der Fördermöglichkeiten (spätere Neuauflage und Aktualisierung bei Bedarf)	(potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2016	Informationsbroschüre NRW-Programm Ländlicher Raum 2014-2020	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2016, jährlich	<b>Jährlicher Durchführungsbericht</b>	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2016, jährlich	<b>Bürgerinfo zum jährlichen Durchführungsbericht</b>	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2016, jährlich	Fortschrittsbericht zum Bewertungsplan, Berichte aus der Evaluation	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2017, 2019	<b>Erweiterter Durchführungsbericht</b>	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2017, 2019	<b>Bürgerinfo zu den erweiterten Durchführungsberichten</b>	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2019	Projektbroschüre zur Veranschaulichung der Inhalte des Programms durch die Vorstellung konkreter Vorhabenbeispiele	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren
2026	<b>Ex-Post-Bewertungsbericht</b>	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren



#### **4 Zuständige administrative Stelle und Personalressourcen**

Zuständige administrative Stelle für die Durchführung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen ist in Nordrhein-Westfalen das

Ministerium für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (MLV)  
Stadttor 1  
40219 Düsseldorf

Für die Kommunikationsstrategie ist die Verwaltungsbehörde ELER (Referat II.3) des Ministeriums verantwortlich. Unterstützt wird das Referat durch die jeweiligen Fachreferate der Abteilungen II und III und durch die Referate für Presse und Öffentlichkeitsarbeit.

#### **5 Veranschlagte Mittel**

Die Informations- und PR-Maßnahmen werden u.a. über Mittel der Technischen Hilfe sowie aus Landesmitteln finanziert.

#### **6 Bewertung der Maßnahmen**

Die Bewertung der Maßnahmen schließt sich an die Begleitung und Bewertung der Programme an. Im Rahmen der jährlichen und erweiterten Durchführungsberichte findet gemäß Anhang VII Nr. 4b VO (EU) Nr. 808/2014 eine Bewertung der Öffentlichkeitsarbeit nach Art. 13 VO (EU) Nr. 808/2014 statt.

Die nach Art. 59 VO (EU) Nr. 1303/2013 und Art. 51 Abs. 2 VO(EU) Nr. 1305/2013 umgesetzten Informations- und PR-Maßnahmen wurden bzw. werden zudem in den erweiterten Durchführungsberichten in den Jahren 2017 und 2019 und in dem ex-post-Bewertungsbericht gemäß Anhang V Nr. 20 VO (EU) Nr. 808/2014 bewertet.

## 7 Anhang

Geplante Informations- und PR-Maßnahmen in 2023 (z.T. umgesetzt: (✓))

Maßnahme	Zielgruppe	Verantwortlich	Stand
Durchführungsbericht für das Berichtsjahr 2022	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren	Verwaltungsbehörde, Auftragnehmer Begleitung und Bewertung	(✓)
Bürgerinfo zum Durchführungsbericht	Öffentlichkeit	Verwaltungsbehörde, Auftragnehmer Begleitung und Bewertung	(✓)
Fortschrittsbericht zum Bewertungsplan	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren	Verwaltungsbehörde, Auftragnehmer Begleitung und Bewertung	(✓)
Berichte aus der Evaluation	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren	Verwaltungsbehörde, Auftragnehmer Begleitung und Bewertung	(✓)
Begleitausschuss NRW-Programm Ländlicher Raum 2014-2022	Multiplikatoren	Verwaltungsbehörde	
Informationsveranstaltungen und -gespräche zu Fördermaßnahmen und Antragsverfahren	(potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren	Fachreferate	(✓)
Themenspezifische Fachgespräche und –besprechungen (z.B. Arbeitskreissitzung Breitband, NRW-Forschungstag)	Multiplikatoren	Fachreferate	(✓)
Seminare (z.B. LEADER Auftaktveranstaltung)	Multiplikatoren	Fachreferate	(✓)

Vorträge auf Tagungen, Workshops und Informationsveranstaltungen	(potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren	Fachreferate	(✓)
Artikel in (Fach-) Zeitschriften( z.B. Beitrag der Wegenetzkonzepte bezüglich der Erarbeitung ländlicher Wegenetzkonzepte in NRW)	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren	Fachreferate	
Pressemitteilungen (z.B. Wegebauförderung mit ELER)	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte	Verwaltungsbehörde, Fachreferate	
Erstellung von Infobroschüren /-flyern (z.B. Falblatt LEADER NRW)	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren	Fachreferate	
Leitfäden und Handreichungen (z.B. Novellierung Leitfaden LEADER)	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren	Fachreferate	
Überarbeitung des Internetangebotes	Öffentlichkeit, (potentiell) Begünstigte, Multiplikatoren	Verwaltungsbehörde, Fachreferate	(✓)