



## **Bedarfsbefragung der Partner für die Brandenburger Programme 2020+**

### **Kurzzusammenfassung**

In die Diskussion zur Gestaltung der ESI-Fonds für die neue Förderperiode (2021-2027) im Land Brandenburg haben die Wirtschafts-, Sozial- und Umweltpartner ihre Positionen eingebracht.

Im Rahmen einer Bedarfsbefragung wurden die Brandenburg-spezifischen Forderungen der Partner zusammengetragen und Empfehlungen zur Ausgestaltung der zukünftigen operationellen Programme im ESF und EFRE sowie des EPLR formuliert.

Aus Sicht der Befragten kommt den ESI-Fonds eine **hohe Bedeutung** zu. Entsprechend hoch ist ihre Zustimmung zu den Inhalten der Förderung, gegenwärtig und mit Blick auf die kommende Förderperiode.

Es gibt klare Erwartungen der Partner an die Administration der Programme und Maßnahmen. Vor allem geht es um **Vereinfachung**, aber auch – bei immer komplexer werdenden Zielsystemen – um eine bessere und umfassendere **Beratung und Begleitung** der Antragstellenden und Trägern der Maßnahmen.

Zu **guten Förderbedingungen** zählen aus Sicht der Partner dabei auch die verstärkte Anwendung von Pauschalen, reduzierte Nachweispflichten und eine Berücksichtigung der Managementkosten der Projektträger.

Hinsichtlich **guter Richtliniengestaltung** wünschen sich die Partner die Fortführung bewährter und einfacher Verfahren sowie einen stärker modularen Aufbau von Richtlinien („Cafeteria-System“).

Ausdrücklich unterstützt werden **lokale Ansätze** der Förderung, wie sie mit der Bildung der LEADER-Regionen gelungen sind. Interkommunale Aktivitäten und lokale Eigenverantwortung werden damit gestärkt. In diesem Zusammenhang werden Förderprogramme vorgeschlagen, die explizit für die kommunale Ebene gemacht sind. Ein fondübergreifender Ansatz wird trotz bestehender Schwierigkeiten in der aktuellen Förderperiode weiterhin gewünscht.

Für eine **wirksame Öffentlichkeitsarbeit** ist aus Sicht der Partner mehr Bürgernähe notwendig. Daher muss die Öffentlichkeitsarbeit stärker in die regionalen Strukturen eingebettet sein. Die Bürger müssen angesprochen werden, z.B. durch mehr **Pressearbeit** (z.B. in den örtlichen Zeitungen) oder Veranstaltungen in der Fläche (z.B. in Dorfgemeinschaftshäusern). Die Informationen sollen emotional aufbereitet und dargestellt werden. Sinnvoll ist auch ein Einsatz von **Best-Practice-Beispielen**.

Die Befragung wurde von der KBS*plus* beauftragt und von der PCG Project Consult GmbH im Zeitraum August bis November 2019 durchgeführt. Veröffentlicht sind die Ergebnisse auf der Website der KBS*plus*: <https://berlin-brandenburg.dgb.de/beratung/kbs-plus/aktuell-mat>