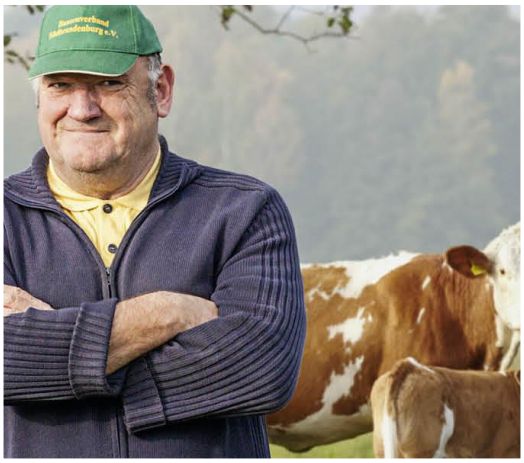
LAND BRANDENBURG



Bekanntheitsgrad der EU-Förderpolitik und Fondsförderung im Land Brandenburg im Jahr 2020

Ergebnisse einer Befragung unter Privatpersonen und Unternehmen

EUROPÄISCHE UNION

Europäische Struktur- und Investitionsfonds

Inhaltsverzeichnis

Seite

0 Einleitung 3

1 Zusammenfassung der Befragungsergebnisse 5

2 Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung 7

2.1 Image und Bekanntheitsgrad 7

2.1.1 Einstellung gegenüber der Europäischen Union 7

2.1.2 Einstellung zur EU-Förderpolitik 9

2.1.3 Notwendigkeit von EU-Förderungen in Brandenburg 10

2.1.4 Profit von EU-Förderungen in Brandenburg 12

2.1.5 Bekanntheitsgrad und Nutznießer der EU-Förderinstrumente 13

2.1.5.1 Bekanntheitsgrad der EU-Förderinstrumente 13

2.1.5.2 Nutznießer der EU-Förderinstrumente 18

2.1.6 Wahrnehmung der EU-Förderung in Brandenburg 20

2.1.6.1 Ort der Entscheidung über den EU-Fördermitteleinsatz 20

2.1.6.2 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg 21

2.1.6.2.1 Themenkomplex Wirtschaft und Arbeit 21

2.1.6.2.2 Themenkomplex Soziales und Umwelt 25

2.1.6.2.3 Corona-Krise 29

2.1.7 Kenntnis geförderter EU-Projekte 30

2.2 Informationsverbreitung 33

2.2.1 Subjektive Informiertheit über die EU-Förderpolitik in Brandenburg 33

2.2.2 Wichtigkeit verschiedener Informationsquellen 35

2.2.3 Bekanntheit und Nutzung der landeseigenen Informationskanäle zur EU-Förderung 40

2.2.4 Bekanntheit der Imagekampagnen 43

2.2.5 Informationswünsche in der Bevölkerung 44

2.3 Einstellung zur Europawahl 46

3 Ergebnisse der Unternehmensbefragung 48

3.1 Image und Bekanntheitsgrad 48

3.1.1 Einstellung gegenüber der EU-Förderpolitik 48

3.1.2 Notwendigkeit von EU-Förderungen in Brandenburg 49

3.1.3 Profit von EU-Förderungen in Brandenburg 50

3.1.4 Bekanntheitsgrad und Nutznießer der EU-Förderinstrumente 51

3.1.4.1 Bekanntheitsgrad der EU-Förderinstrumente 51

3.1.4.2 Nutznießer der EU-Förderinstrumente 55

3.1.5 Wahrnehmung der EU-Förderung in Brandenburg 57

3.1.5.1 Ort der Entscheidung über den EU-Fördermitteleinsatz 57

3.1.5.2 Beschäftigung mit den Möglichkeiten der Europäischen Förderung 58

3.1.5.3 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg 59

3.1.5.3.1 Themenkomplex Wirtschaft und Arbeit 59

3.1.5.3.2 Themenkomplex Soziales und Umwelt 62

3.1.6 Kenntnis geförderter EU-Projekte 63

3.1.7 Bekanntheit und Bewertung von Förder- und Beratungsinstitutionen 66

3.1.7.1 Bekanntheit verschiedener Förder- und Beratungsinstitutionen 66

3.1.7.2 Inanspruchnahme von Beratungen bei den Förder- und Beratungsinstitutionen 67

3.1.7.3 Zufriedenheit mit den Beratungen bei den Förder- und Beratungsinstitutionen 68

3.2 Informationsverbreitung 69

3.2.1 Subjektive Informiertheit über die EU-Förderpolitik in Brandenburg 69

3.2.2 Wichtigkeit verschiedener Informationsquellen 70

3.2.3 Bekanntheit und Nutzung der landeseigenen Informationskanäle zur EU-Förderung 72

3.2.4 Bekanntheit der Imagekampagnen 74

3.2.5 Informationswünsche der Unternehmen 75

3.3 Einstellung zur Europawahl 75

4. Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen 77

5 Methodenbericht 78

6 Anhang 82

6.1 Fragenkatalog Privatpersonen 82

6.2 Fragenkatalog Unternehmen 92

0 Einleitung

Die Europäische Union leistet mit ihrer Förderpolitik einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung des Landes Brandenburg. In der aktuellen Förderperiode 2014-2020 erhält das Land finanzielle Mittel aus den EU-Fonds

- EFRE (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung)
- ESF (Europäischer Sozialfonds)
- ELER (Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums)

Eine wichtige Voraussetzung für den nachhaltigen Nutzen dieser Finanzierungen ist die geeignete Kommunikation der damit geförderten Projekte, um in der Bevölkerung sowie den betroffenen Zielgruppen Informationslücken abzubauen und Akzeptanz für diese Maßnahmen zu erzeugen.

Zur Wirkungsmessung der verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen, welche die verantwortlichen Stellen seit Beginn der Förderperiode durchgeführt haben, hat das Ministerium der Finanzen und für Europa des Landes Brandenburg eine begleitende Sozialforschung in Auftrag gegeben. Diese besteht aus der Befragung von Privatpersonen und Unternehmen des Landes Brandenburg und setzt ähnliche Befragungen in der aktuellen und vorhergehenden Förderperiode fort.

Die inhaltliche Ausgestaltung von speziellen Fragestellungen zu den einzelnen EU-Fonds (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, Europäischer Sozialfonds und Europäischer Landwirtschaftsfonds für Entwicklung des ländlichen Raums) erfolgte durch die Verwaltungsbehörden der EU-Fonds und das Ministerium der Finanzen und für Europa. Die Fragen wurden über alle drei Befragungswellen der letzten Förderperiode sowie in den Befragungen der aktuellen Förderperiode weitgehend gleich gehalten, um die Kommunikationswirkungen im Zeitverlauf messen zu können.

Zur Stichprobe

Die hier berichtete fünfte Befragungswelle wurde – wie schon diejenigen in den Jahren 2010, 2013 und 2017 – von aproxima Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung Weimar durchgeführt. Die telefonischen Interviews fanden statt vom 08. September bis zum 23. Oktober 2020. In der letzten Förderperiode lagen die Fallzahlen der Befragungswellen bei etwa 1.000 Befragten. Ab der neuen Förderperiode wurden die Fallzahlen auf etwa 2.000 Befragten erhöht, um differenzierte Auswertungen auf einer gesicherteren Basis durchführen zu können. Die aktuelle Bevölkerungsbefragung fand unter N=2.015 (2017: N=2.002) Befragten statt. Dadurch können u. a. Auswertungen auf Landkreisebene durchgeführt werden. Auch die Fallzahlen in der Unternehmensbefragung wurden von der letzten zur aktuellen Förderperiode aufgestockt. In den Unternehmensbefragungen von 2010 und 2013 beliefen sich die Fallzahlen auf N=500 Befragte. In der aktuellen Unternehmensbefragung wurden N=751 (2017: N=750) Interviews durchgeführt.

Neben den Fallzahlen wurde auch die Unternehmensstichprobe verändert. In der letzten Förderperiode wurde die Unternehmensstichprobe proportional erhoben. Da in Brandenburg der weit überwiegende Teil der Unternehmen weniger als 10 Mitarbeiter*innen hat (in den ausgewählten Branchen sind es 90 Prozent), ließen sich mit den erhobenen proportionalen Stichproben kaum Aussagen über die Spezifika der Großunternehmen machen. Daher wurden in der aktuellen Förderperiode die Unternehmensstichproben bezüglich der Unternehmensgröße

disproportional angelegt. Die Fallzahlen in den drei Größenklassen ab 10 Mitarbeiter*innen wurden gezielt erhöht (bei 10-49 MA von 60 auf 301, bei 50-249 MA von 13 auf 126 und bei 250 und mehr MA von 2 auf 22). So konnten in der differenzierten Bewertung nach Unternehmensgröße bessere Aussagen getroffen werden. Für die Gesamtberechnungen und die Differenzierungen nach anderen Merkmalen wurde die Disproportionalität wieder zurückgewichtet, so dass eine repräsentative Verteilung der Unternehmensgröße gegeben war.

Genaue Angaben zur Vorgehensweise der Befragung befinden sich im Methodenbericht in Kapitel 5. Die genauen Fragestellungen werden im Fragebogenanhang dokumentiert.

Zur Begrifflichkeit der Signifikanz

Die Sozialforschung verwendet zur Erkenntnisgewinnung Stichproben aus verschiedenen Grundgesamtheiten. Soll zum Beispiel – wie im vorliegenden Bericht – die Meinung der Bevölkerung Brandenburgs zu einem bestimmten Thema ermittelt werden, kann aus Kosten- und Zeitgründen nicht die gesamte Bevölkerung befragt werden. Es müssen also nach wissenschaftlichen Verfahren eine ausreichende Menge Vertreter*innen gezogen werden, welche die Bevölkerung in verkleinertem Maßstab abbilden.

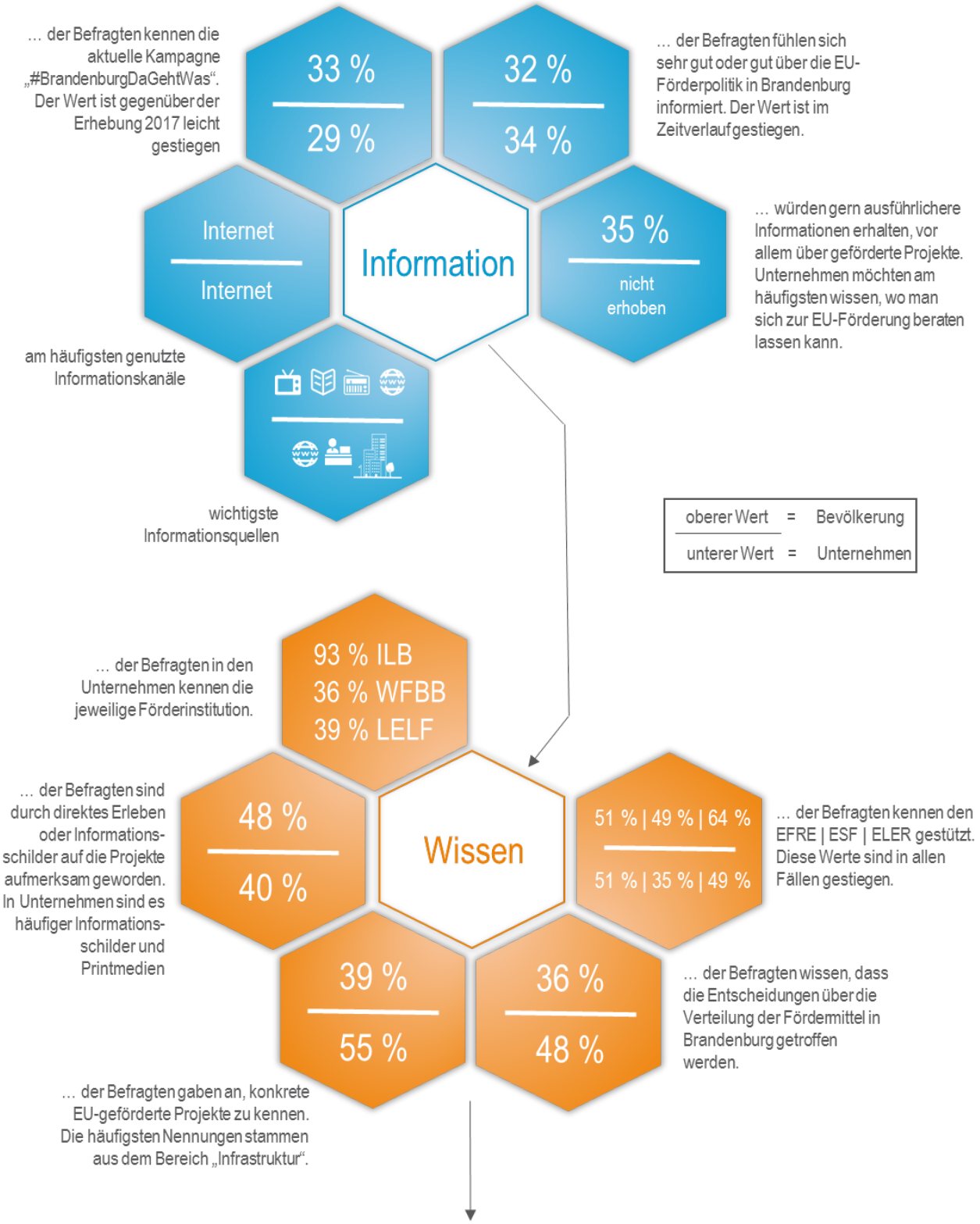
Die Angaben dieser Vertreter*innen können dann unter Berücksichtigung verschiedener Prämissen wieder auf die Gesamtbevölkerung verallgemeinert werden. Statistisch kann dabei jedoch eine gewisse Fehlerwahrscheinlichkeit nicht ausgeschlossen werden. Das bedeutet: Aufgrund statistischer Verteilungskurven entspricht ein Wert in der Grundgesamtheit mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit dem in der Stichprobe ermittelten Wert – mit einer Restwahrscheinlichkeit jedoch einem beliebigen anderen Wert innerhalb eines Korridors um den ermittelten Wert. Wurde für eine Antwort z. B. ein Anteil von 50 Prozent ermittelt, kann dieser in der Grundgesamtheit tatsächlich 50 Prozent betragen, aber auch 47 oder 53 Prozent.

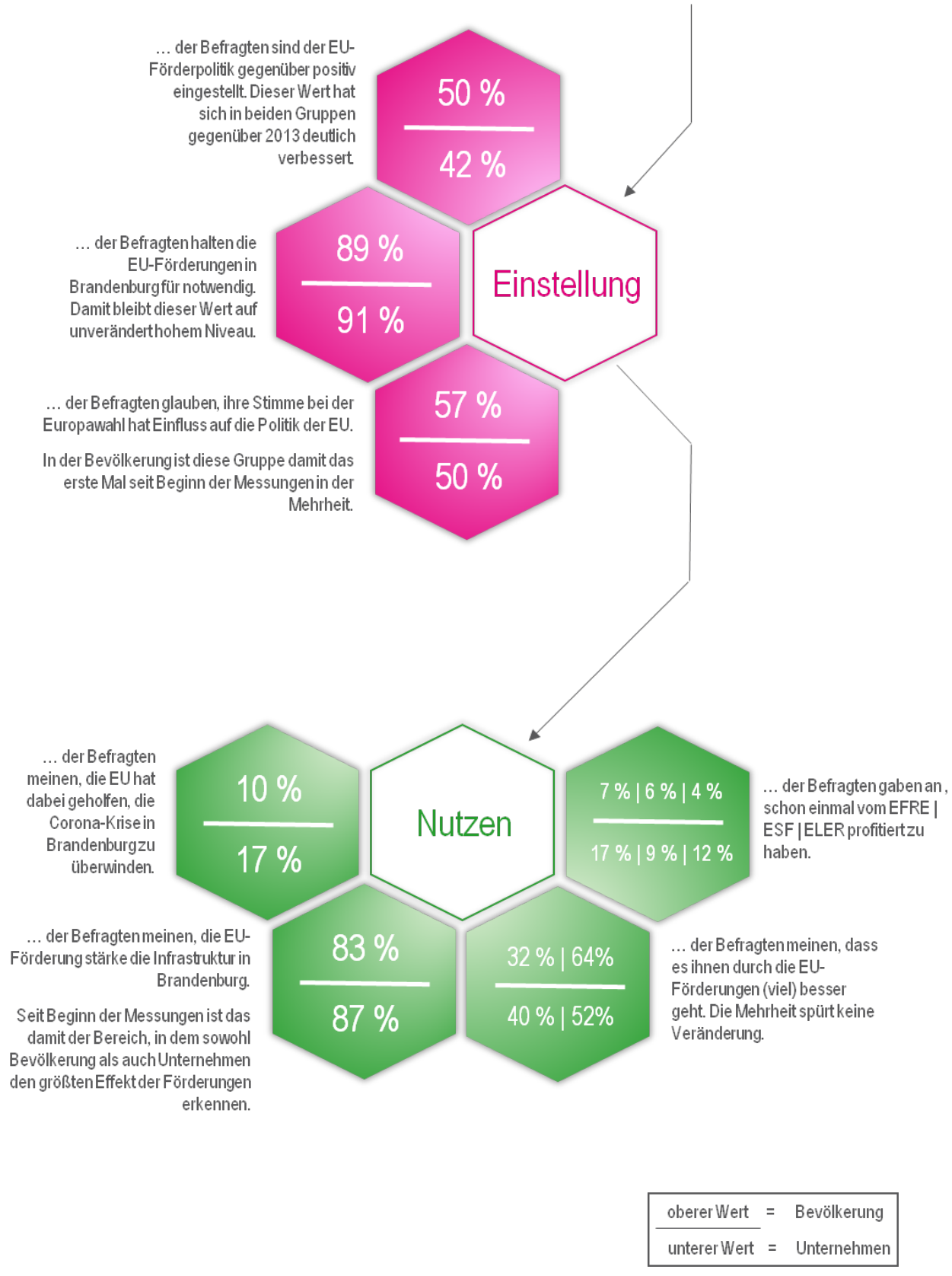
Wichtig wird dieser Umstand vor allem beim Vergleich von Werten. Liegen zwei zu vergleichende Werte nahe beieinander, kann nämlich der vermeintliche Unterschied zwischen diesen beiden Zahlen auch in der Überlappung ihrer Wertekorridore liegen. Und hier kommt der Begriff der statistischen Signifikanz ins Spiel: Sie berechnet anhand statistischer Verfahren, ob die verglichenen Werte mit ausreichender Wahrscheinlichkeit tatsächlich unterschiedlich sind oder nur zufällig unterschiedlich. Es hat sich als Konvention etabliert, dass man bei einer Sicherheit der Unterschiedlichkeit von 95 Prozent von signifikant unterschiedlichen Werten spricht.

Die Signifikanz hängt vor allem ab von der Größe der Stichprobe, aus der die Werte ermittelt wurden. Deshalb müssen – vereinfacht gesprochen – in kleineren Stichproben die Werte weiter auseinander liegen als in größeren, um signifikant unterschiedlich zu sein. Signifikanz hat deshalb auch nur bedingt etwas mit der Größe der Unterschiedlichkeit zu tun. Sie sagt nur, dass die beiden Werte den „Mindestabstand“ haben, um als unterschiedlich zu gelten. Signifikanz sagt übrigens auch nichts über die Interpretationsfähigkeit der Unterschiede aus. Werte können durchaus signifikant unterschiedlich sein, ohne dass ein erkennbarer Grund dafür vorliegt.

Aus all diesen Gründen weisen wir deshalb in diesem Report sowohl auf die Signifikanz von Unterschieden hin als auch auf die Größe des Unterschiedes. Beide Faktoren sind getrennt voneinander zu betrachten.

1 Zusammenfassung der Befragungsergebnisse




… der Befragten sind der EU-Förderpolitik gegenüber positiv eingestellt. Dieser Wert hat sich in beiden Gruppen gegenüber 2013 deutlich verbessert.
50 %
42 %
… der Befragten halten die EU-Förderungen in Brandenburg für notwendig. Damit bleibt dieser Wert auf unverändert hohem Niveau.
89 %
91 %
Einstellung
… der Befragten glauben, ihre Stimme bei der Europawahl hat Einfluss auf die Politik der EU.
In der Bevölkerung ist diese Gruppe damit das erste Mal seit Beginn der Messungen in der Mehrheit.
57 %
50 %
… der Befragten meinen, die EU hat dabei geholfen, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden.
10 %
17 %
Nutzen
7 % | 6 % | 4 %
17 % | 9 % | 12 %
… der Befragten gaben an, schon einmal vom EFRE | ESF | ELER profitiert zu haben.
… der Befragten meinen, die EU-Förderung stärke die Infrastruktur in Brandenburg.
Seit Beginn der Messungen ist das damit der Bereich, in dem sowohl Bevölkerung als auch Unternehmen den größten Effekt der Förderungen erkennen.
83 %
87 %
32 % | 64%
40 % | 52%
… der Befragten meinen, dass es ihnen durch die EU-Förderungen (viel) besser geht. Die Mehrheit spürt keine Veränderung.
oberer Wert = Bevölkerung
unterer Wert = Unternehmen

2 Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung

Methodische Eckdaten

Fallzahl:	2.015
Feldzeit:	08. September bis 23. Oktober 2020, 15 bis 21 Uhr / 13 bis 18 Uhr am Samstag
Methode:	CATI-Interviews aus dem Telefonlabor der aproxima GmbH
Zielpopulation:	in Privathaushalten lebende deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 18 Jahre im Land Brandenburg

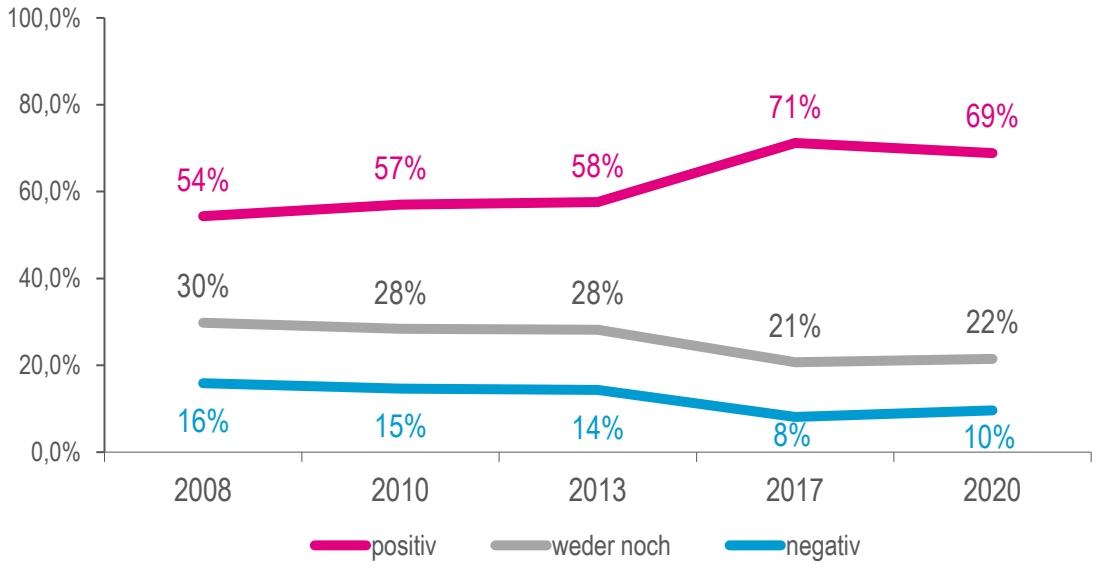
Ein detaillierter Bericht zur Methodik und Vorgehensweise ist in Kapitel 5 enthalten.

2.1 Image und Bekanntheitsgrad

2.1.1 Einstellung gegenüber der Europäischen Union

Das Image der Europäischen Union bei der Brandenburger Bevölkerung hat sich seit dem Jahr 2013 bis 2017 signifikant verbessert und bleibt aktuell auf dem hohen Niveau. Mehr als zwei Drittel der Bürger*innen sind der EU gegenüber positiv eingestellt. Lediglich zehn Prozent haben ein negatives Bild (ein Plus von 2 Prozentpunkte zu 2017). Auch der Anteil der neutralen Einstellung bleibt stabil (vgl. Grafik 2.1).

Grafik 2.1 – Frage P1A: *Ganz allgemein gesprochen, wie sind Sie der Europäischen Union gegenüber eingestellt? Sehen Sie die EU positiv, weder positiv noch negativ oder negativ?*

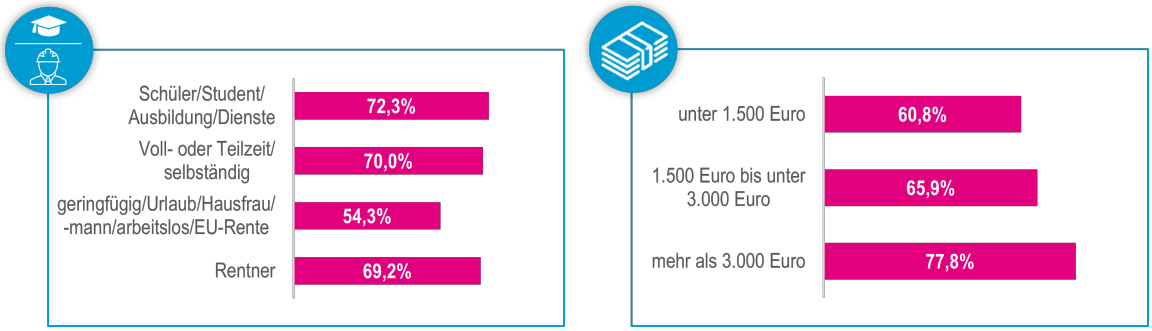


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=1.085 | 2010: N=1.017 | 2013: N=988 | 2017: N=1.989 | 2020: N=2.003

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

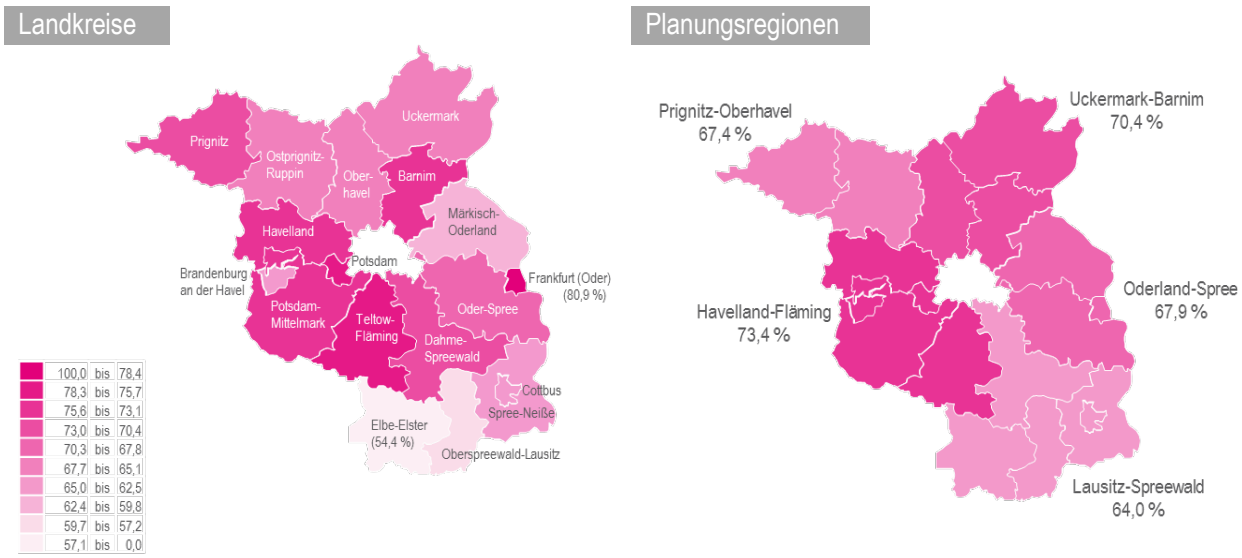
Der Europäischen Union am positivsten gegenüber stehen Personen, die sich auf dem Bildungsweg befinden oder Dienste leisten (freiwilligen Wehrdienst, im Bundesfreiwilligendienst oder im Freiwilligen Sozialen Jahr) oder Personen mit höherem Einkommen (vgl. Grafik 2.2). Während 72 Prozent der im Bildungsweg und 70 Prozent der im Erwerbsleben befindlichen Personen eine positive Einstellung zur EU haben, sind es bei Personen mit geringfügiger oder keiner beruflichen Beschäftigung nur 54 Prozent. Personen mit höherem Einkommen sind gegenüber Personen mit niedrigerem Einkommen positiver eingestellt (78 % positiv bei mehr als 3.000 Euro monatlichem Haushaltsnettoeinkommen, 61 % bei unter 1.500 Euro).

Grafik 2.2 – Frage P1A: *Ich stehe der Europäischen Union positiv gegenüber.*



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „positiv“[1]

Grafik 2.3 – Frage P1A: *Ich stehe der Europäischen Union positiv gegenüber.*



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „positiv“ | Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

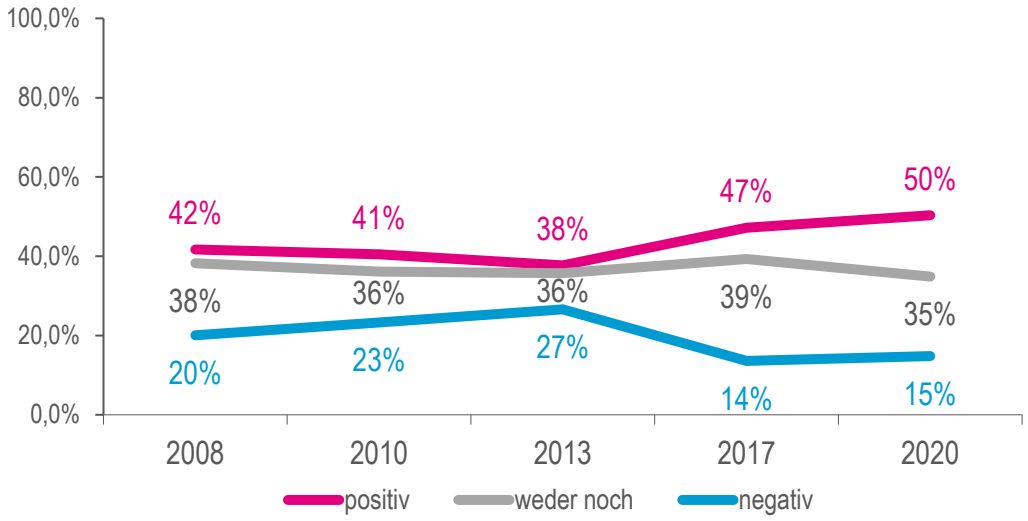
[1] In dieser wie in allen folgenden differenzierenden Grafiken werden nur ausgewählte Skalenpunkte dargestellt. Dies dient der pointierten Darstellung der Unterschiede zwischen den Gruppen. In diesem Fall werden nur die Anteile derjenigen Befragten dargestellt, die der Europäischen Union positiv gegenüber stehen. Die Prozentuierung erfolgt immer auf Basis der jeweiligen Gruppe.

Das positivste Image hat die Europäische Union in der Planungsregion Havelland-Fläming. Hier bewerten sie fast drei Viertel der Bevölkerung positiv. Das negativste Bild herrscht, wie bereits 2017, in der Planungsregion Lausitz-Spreewald. Dies könnte weiterhin mit dem von der EU vorangetriebenen Ausstieg aus der Braunkohleförderung zusammenhängen, der vor allem in dieser Region Arbeitsplätze kosten wird. Im ebenfalls zur Region gehörigen Landkreis Elbe-Elster sind die Bürger*innen am wenigsten zufrieden mit der EU. Diese Region hatte 2017 allerdings ein sehr positives Bild von der Europäischen Union (vgl. Grafik 2.3).

2.1.2 Einstellung zur EU-Förderpolitik

Die Trendumkehr, die sich bereits beim Image ab 2017 eingestellt und zu 2020 stabil gehalten hat, ist auch bei der Einstellung zur EU-Förderpolitik zu sehen. Zwar sind die Befragten immer noch skeptischer eingestellt als gegenüber der Europäischen Union selbst, mit 50 Prozent sieht aber in 2020 die Hälfte von ihnen die EU-Förderpolitik positiv. Das sind noch mal drei Prozentpunkte mehr als 2017 (vgl. Grafik 2.4). Der Anteil der Bürger*innen, welche die EU-Förderpolitik negativ sehen, bleibt mit 15 Prozent auf einem relativ niedrigen Niveau.

Grafik 2.4 – Frage P1B: *Und wie sehen Sie die EU-Förderpolitik? Sehen Sie sie positiv, weder positiv noch negativ oder negativ?*



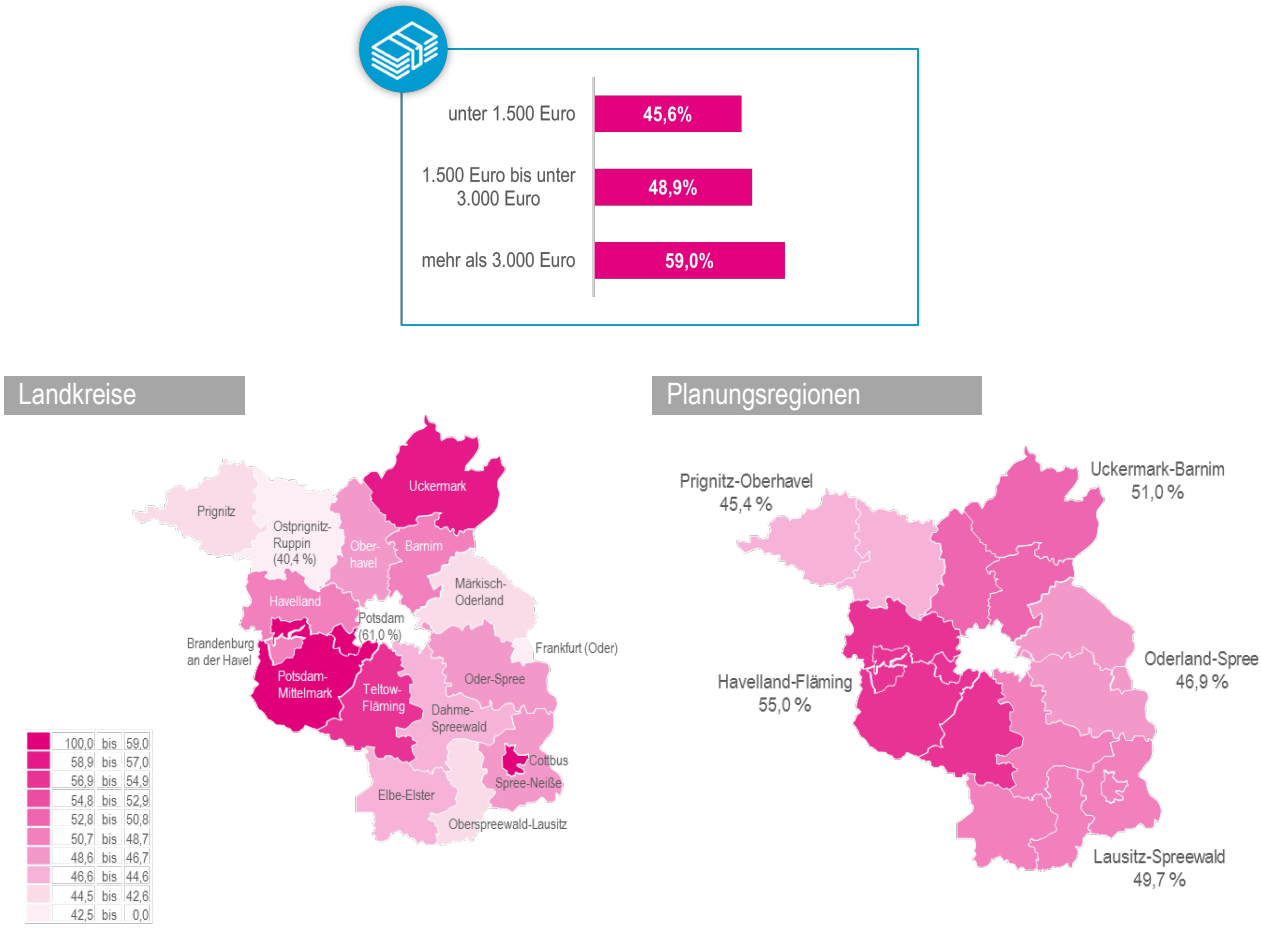
in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=1.055 | 2010: N=989 | 2013: N=972 | 2017: N=1.905 | 2020: N=1.949

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Der Blick in die Bevölkerungsgruppen zeigt, dass das Haushaltsnettoeinkommen einen Einfluss auf die Bewertung hat. Während bis 3.000 Euro monatlichem Einkommen die positiven Bewertungen bei gut 49 Prozent liegen, steigen sie über 3.000 Euro auf 59 Prozent (vgl. Grafik 2.5). Ein Trend, der sich bereits 2017 zeigte.

Das mit Abstand beste Image hat die EU-Förderpolitik in der Planungsregion Havelland-Fläming. Hier bewerten sie 55 Prozent der Bürger*innen positiv. Eher unterdurchschnittlich sind die Bewertungen hingegen in den Regionen Oderland-Spree (47 %) und vor allem in Prignitz-Oberhavel (45 %). Hier stehen im darin befindlichen Landkreis Ostprignitz-Ruppin nur 40 Prozent der EU-Förderpolitik positiv gegenüber.

Grafik 2.5 – Frage P1B: *Ich stehe der EU-Förderpolitik positiv gegenüber.*

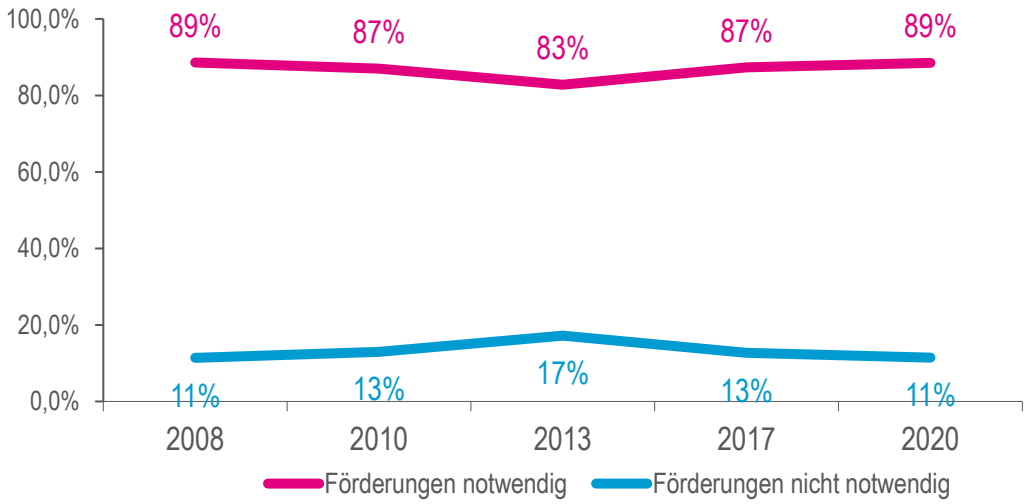


jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „positiv“ | Karte: Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

2.1.3 Notwendigkeit von EU-Förderungen in Brandenburg

Über die gesamte letzte Förderperiode hinweg bis zum Jahr 2020 sind sich die allermeisten Brandenburger*innen sicher, dass das Bundesland die Förderungen der Europäischen Union benötigt. Gab es bis zur Befragung in 2013 einen leicht abnehmenden Trend, stabilisiert sich der Anteil der Befragten, welche die EU-Förderungen für notwendig erachten, bei 89 Prozent (vgl. Grafik 2.6).

Grafik 2.6 – Frage P4a: *Meinen Sie, dass Brandenburg eines der Gebiete der Europäischen Union ist, das finanzielle Förderung aus EU-Mitteln braucht?*

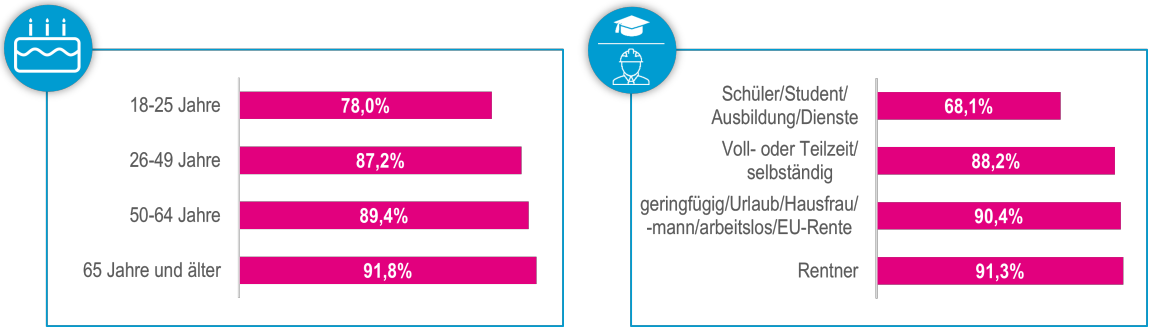


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=1.036 | 2010: N=983 | 2013: N=948 | 2017: N=1.914 | 2020: 1.928

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Der Alterstrend bei der Befürwortung der EU-Förderungen aus 2013 und 2017 setzt sich weiter fort, ist aktuell aber nicht mehr so stark: Während 78 Prozent der 18-25-Jährigen solche Förderungen für notwendig halten, tun dies 92 Prozent der Personen ab dem 65. Lebensjahr – ein Unterschied von 14 Prozentpunkten. 2017 betrug die Differenz 27 Prozentpunkte. Dies spiegelt sich bei den Berufsabschlüssen wider, wo sich auf dem Bildungsweg befindliche Personen und Dienst leistende (Wehrdienst, Freiwilliges Soziales Jahr, etc., also vermutlich auch viele Jugendliche) die geringste Notwendigkeit für Förderungen sehen (vgl. Grafik 2.7).

Grafik 2.7 – Frage P4A: *Brandenburg benötigt EU-Förderungen.*

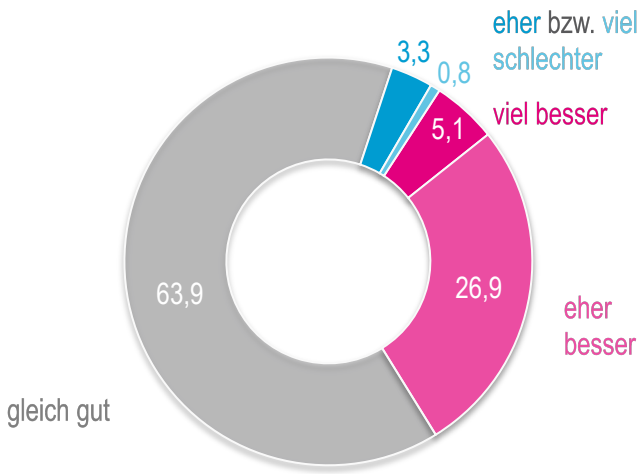


jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „Förderungen notwendig“

2.1.4 Profit von EU-Förderungen in Brandenburg

Der Nutzen der EU-Förderungen wurde in den bisherigen Befragungen immer bezogen auf das Land Brandenburg abgefragt. Dieser wurde durchgehend von einer deutlichen Mehrheit der Befragten gesehen. Ganz anders haben die Befragten in diesem Jahr auf die Frage geantwortet, ob es ihnen persönlich durch die EU-Förderungen in Brandenburg besser, gleich oder schlechter gehe. Bei der erstmals 2020 gestellten Frage, gab nur ein Drittel der Befragten an, ihre Lage habe sich durch die EU-Förderungen verbessert. Für knapp zwei Drittel ist das Leben in Brandburg auch mit EU-Förderungen unverändert. Ein geringer Teil von vier Prozent gibt an, dass es ihm durch die Förderpolitik schlechter geht (vgl. Grafik 2.8). Offensichtlich werden mit den EU-Förderungen häufig Maßnahmen verbunden, die das Bundesland Brandenburg besser aufstellen (z. B. durch modernere Infrastruktur oder Wirtschaftshilfen), die aber zu weit von der Lebensrealität der Befragten entfernt sind, als dass sie deren positive Wirkungen auf ihr eigenes Leben deutlich spüren würden.

Grafik 2.8 – Frage P5neu: *Geht es Ihnen durch die EU-Förderungen in Brandenburg persönlich besser oder schlechter?*

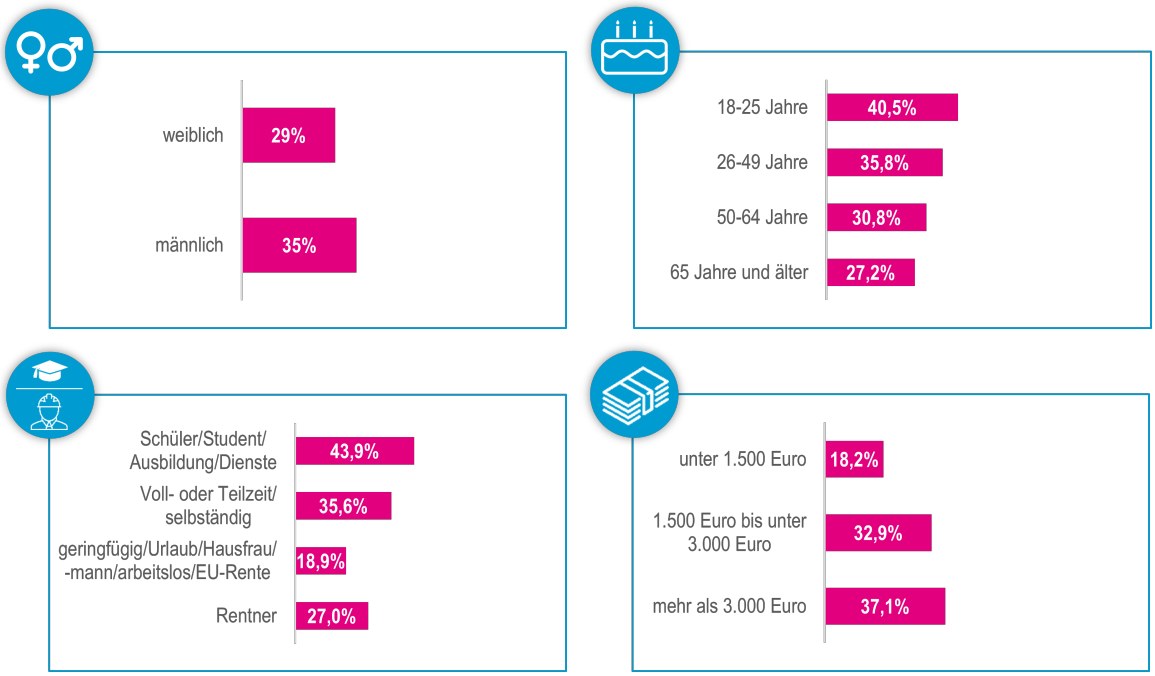


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, N=1.823

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Vor allem Jugendliche (41 Prozent) und Personen auf dem Bildungsweg oder Dienst leistende (44 Prozent) geben an, von den EU-Förderungen zu profitieren. Daneben sind Männer und Personen mit einem höheren Haushaltsnettoeinkommen davon überzeugt stärker davon überzeugt als andere. Am wenigsten glauben Geringverdienende (18 Prozent) und Personen mit geringfügiger oder gar keiner beruflichen Beschäftigung (19 Prozent), dass sie von der EU-Förderung in Brandburg profitieren (vgl. Grafik 2.9).

Grafik 2.9 –Frage P5neu: *Geht es Ihnen durch die EU-Förderungen in Brandenburg persönlich besser oder schlechter?*



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | „viel besser“ und „eher besser“ summiert

2.1.5 Bekanntheitsgrad und Nutznießer der EU-Förderinstrumente

2.1.5.1 Bekanntheitsgrad der EU-Förderinstrumente

In Brandenburg werden in der Förderperiode 2014 bis 2020 die folgenden drei Förderinstrumente der Europäischen Union eingesetzt:

- Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE)
- Europäischer Sozialfonds (ESF)
- Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)

Die Bekanntheit dieser drei Fonds bei den Empfängergruppen ist eine zentrale Messgröße der Evaluation. In den letzten Befragungswellen wurde sie immer gestützt abgefragt – also durch Nennung der Fondsnamen (und Abkürzungen) und der Frage, ob diese bekannt sind oder nicht. Bei solchen gestützten Abfragen der Bekanntheit kann man eher von einer Überschätzung des realen Wertes ausgehen, da einige Befragte entweder aus sozialer Erwünschtheit oder durch Verwechslung fälschlicherweise angeben, das abgefragte Objekt zu kennen. Deshalb wurde ab dem Jahr 2017 zusätzlich die *ungestützte Bekanntheit* der drei Fonds abgefragt. Sie wird mit der folgenden Frage erhoben:

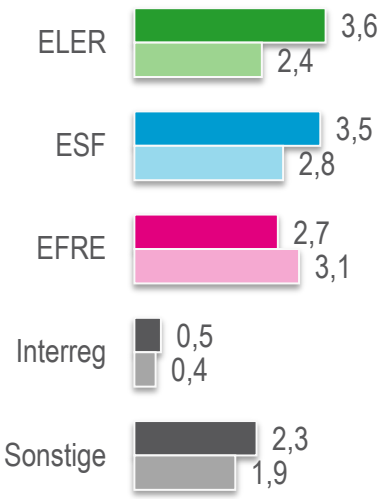
> *Drei Europäische Förderfonds unterstützen die Entwicklung Brandenburgs in den Bereichen Wirtschaft, Beschäftigung und Landwirtschaft/ländliche Entwicklung. Können Sie einen oder mehrere der Fonds benennen?*

Erwartungsgemäß können nur sehr wenige der Befragten einen oder mehrere Förderfonds benennen. Bei der ungestützten Abfrage kommen nur solche Objekte ans Tageslicht, die im „top of mind“ der Personen, also auf Zuruf abrufbar sind. Die Thematik EU-Förderung ist jedoch eine, die das Alltagsleben der Menschen – zumindest aus deren Sicht – kaum berührt. Entsprechend wenige Informationen lagern dazu im „top of mind“.

Wir haben die Antworten auf diese offene Frage im Nachhinein den Förderfonds zugeordnet. Dazu mussten die Befragten nicht unbedingt den korrekten Namen oder die Abkürzung nennen. Es reichte auch, wenn sie eine ähnlich lautende Antwort gaben, die eindeutig auf einen der Fonds schließen ließ. Es ist schließlich nicht relevant, dass die Menschen den exakten Namen der Fonds wiedergeben können, sondern dass sie wissen, dass ein Fonds mit dem entsprechenden Inhalt existiert.

Ungestützt wurden alle aktuellen Fonds von 2 bis knapp 4 Prozent der Befragten genannt. Am häufigsten wurde der ELER erinnert (3,6 %), gefolgt vom ESF (3,5 %) und dem EFRE (2,7 %). Zwei Prozent der Befragten nannten andere Maßnahmen oder Dinge, die nichts mit den drei Fonds zu tun hatten. INTERREG wurde von 0,5 Prozent der Befragten genannt. Im Vergleich zur Befragung 2017 steigt die ungestützte Bekanntheit von ELER und ESF etwas an, die des EFRE sinkt leicht (vgl. Grafik 2.10). Insgesamt bewegen sich alle Werte jedoch auf einem ähnlich niedrigen Niveau.

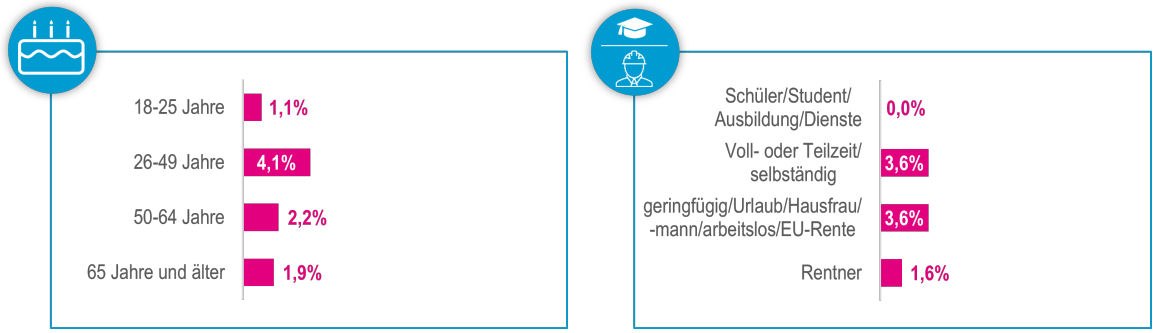
Grafik 2.10 – Frage P3: *Drei Europäische Förderfonds unterstützen die Entwicklung Brandenburgs in den Bereichen Wirtschaft, Beschäftigung und Landwirtschaft/ländliche Entwicklung. Können Sie einen oder mehrere der Fonds benennen?*



in Prozent aller Befragten | 2017: N=2.002 / 2020: N=2.015

Der EFRE wurde besonders häufig von Personen im Alter von 26 bis 49 Jahren (4 %) und von Erwerbstätigen sowie Personen mit geringfügiger oder keiner beruflichen Beschäftigung ungestützt erinnert (je 4 %, vgl. Grafik 2.11).

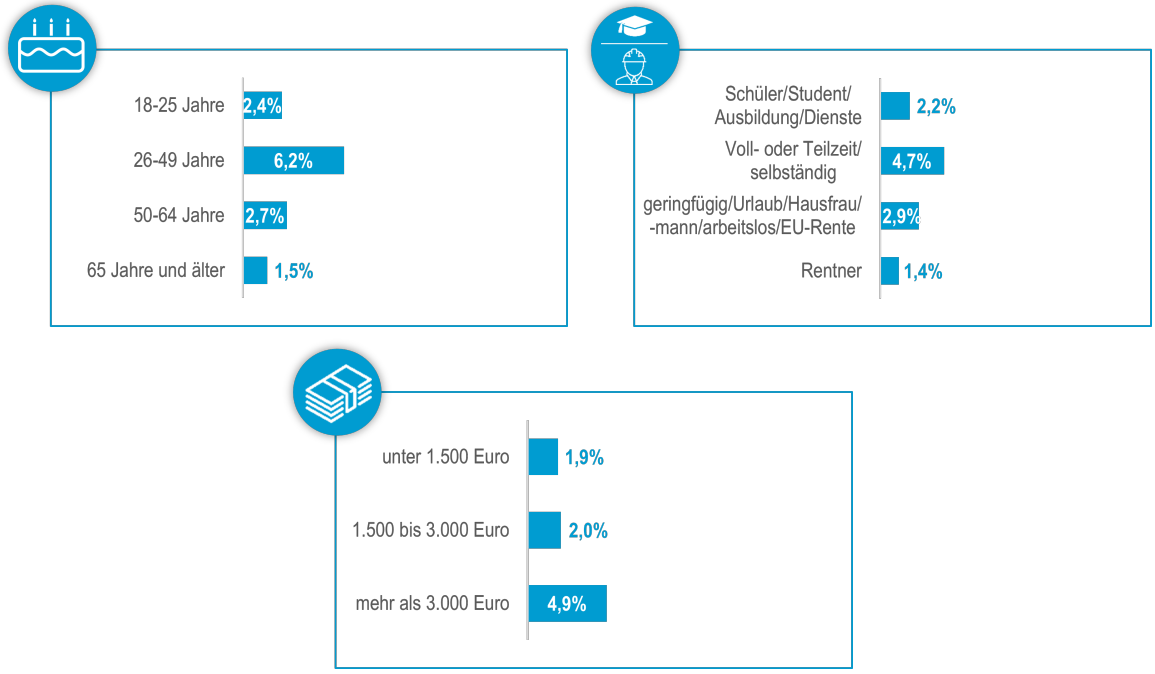
Grafik 2.11 – Frage P3: *Ungestützte Nennung des EFRE*



jeweils in Prozent aller Befragten, N=2.015 | Kategorisierung einer offenen Frage

Der ESF besitzt ebenfalls eine überdurchschnittlich hohe Bekanntheit bei Vollzeit- und Teilzeiterwerbstätigen (5 %) und bei Personen im Alter von 26 bis 49 Jahren (6 %). Daneben ist auch höher verdienenden Personen der ESF eher ein Begriff. Lag das Haushaltsnettoeinkommen über 3.000 Euro, so wurde er in 5 Prozent der Fälle genannt. (vgl. Grafik 2.12).

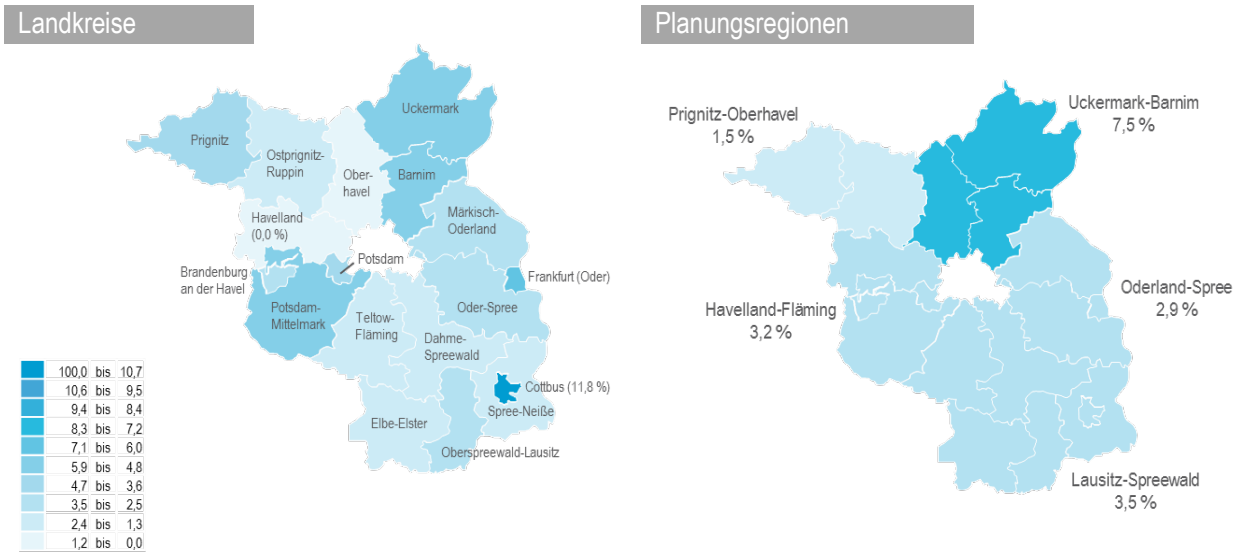
Grafik 2.12 – Frage P3: *Ungestützte Nennung des ESF*



jeweils in Prozent aller Befragten, N=2.015 | Kategorisierung einer offenen Frage

Im Landkreis Uckermark-Barnim (8 %) und in der Stadt Cottbus (12 %) ist der ESF am stärksten bekannt. Weniger Bekanntheit genießt er unter den Bewohner*innen der Region Prignitz-Oberhavel und hier besonders im Landkreis Havelland (vgl. Grafik 2.13).

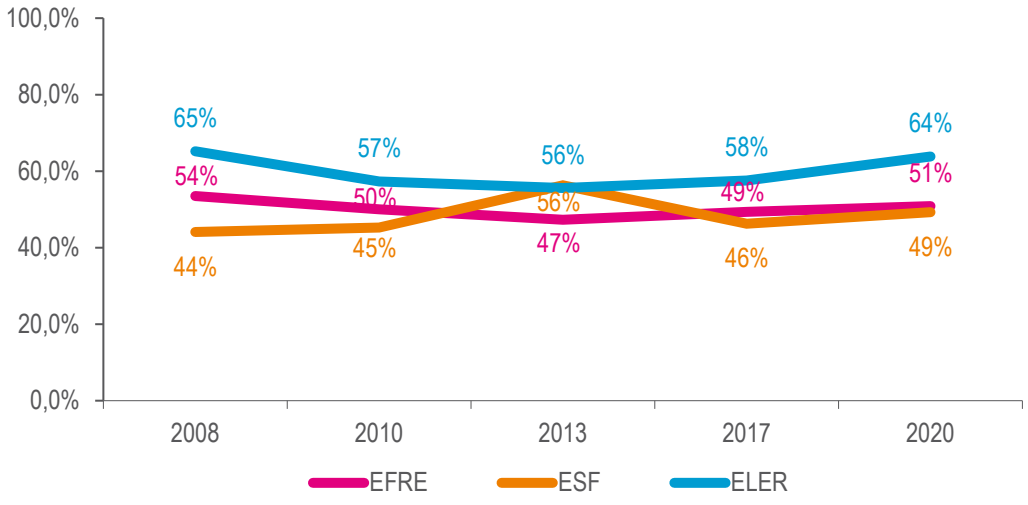
Grafik 2.13 – Frage P3: *Ungestützte Nennung des ESF*



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

Anschließend haben wir – wie auch in den vergangenen Befragungswellen – die gestützte Bekanntheit der drei Fonds abgefragt. Personen, die einen Fonds bereits ungestützt genannt hatten, wurden automatisch auch zu seiner gestützten Bekanntheit gerechnet. Es zeigen sich nur geringe Veränderungen zur Befragung 2017. Wie in jeder der vorangegangenen Befragungswellen ist der ELER der bekannteste der drei Fonds. 64 Prozent der Befragten gaben an, ihn zumindest dem Namen nach zu kennen. Auf Rang 2 liegt der EFRE mit 51 Prozent, knapp dahinter der ESF mit 49 Prozent (vgl. Grafik 2.14).

Grafik 2.14 – Frage P5-7A: *Ist Ihnen eines der folgenden EU-Förderinstrumente, wenn auch nur dem Namen nach, bekannt?*



in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

Interessant ist ein Blick auf den Zeitverlauf: ELER und EFRE haben seit Beginn der Messungen eine leicht rückläufige Bekanntheit, bei ELER von 65 auf 64 Prozent, bei EFRE von 54 auf 51 Prozent. Gegenüber 2013 hat sie sich jedoch kaum verändert bzw. ist sogar beim ELER wieder leicht gestiegen. Anders beim ESF: Ihn kannten im Jahr 2013 außergewöhnlich viele Befragte, er lag sogar gleichauf mit ELER bei 56 Prozent. Dieser Bekanntheitssprung hat sich jedoch in 2017 wieder aufgelöst und hält sich stabil bzw. baut sich geringfügig aus.

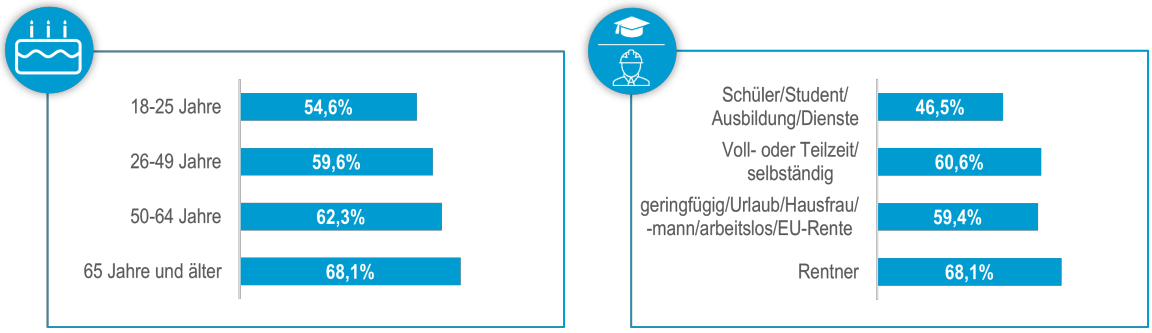
Für den bundesweiten Vergleich sind nur wenige Zahlen verfügbar, die auch noch in unterschiedlichen Jahren erhoben wurden. Die Bekanntheit des EFRE wurde im Eurobarometer Flash 2017 das letzte Mal erhoben. Sie betrug dort für das Bundesgebiet 36 Prozent, also deutlich weniger als in Brandenburg. In Bayern war 2018 der EFRE knapp einem Drittel und der ESF 31 Prozent der bayrischen Bevölkerung bekannt[2]. Für den ESF gibt es die aktuellsten Zahlen aus Baden-Württemberg, wo seine Bekanntheit im Jahr 2015 bei 40 Prozent lag[3] – also ähnlich hoch wie in Brandenburg. Der ELER war in Sachsen-Anhalt im Jahr 2012 58 Prozent der Bürger*innen bekannt, auch dieser Wert ähnelt dem Brandenburger. Eine aktuelle Untersuchung, die aproxima Mitte 2020 in Thüringen durchgeführt hat, kommt auf eine gestützte Bekanntheit von 71 Prozent für den ELER, 54 Prozent für den EFRE und 53 Prozent für den ESF. Der ELER ist also auch in Thüringen am bekanntesten.

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

ELER

Beim ELER zeigen sich soziodemografische Unterschiede beim Alter und der Beschäftigungssituation der Befragten. Je älter die Befragten, desto bekannter ist ihnen der ELER. Am bekanntesten ist er bei den Ab-65-Jährigen sowie analog bei Rentner*innen (je 68 %). Aber auch Voll- und Teilzeitbeschäftigten ist der Fonds überwiegend bekannt (61 %, vgl. Grafik 2.15).

Grafik 2.15 – Frage P7A: *Ich kenne den ELER.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „kenne den ELER“

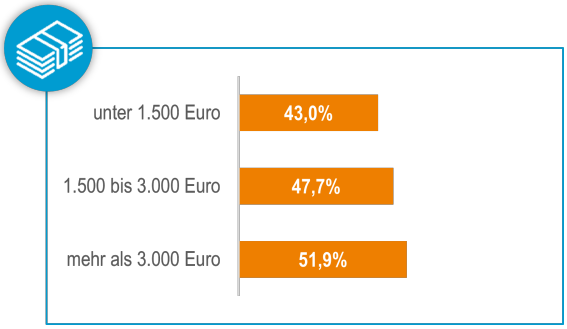
[2] Monitoring und Evaluation des EFRE-Programms im Ziel „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ Bayern: https://www.efre-bayern.de/fileadmin/user_upload/efre/themen/IWB/Programmdokumente/Evaluationsberichte/Evaluationsbericht_Bewertung_der_Kommunikationsstrategie.pdf

[3] https://www.esf-bw.de/esf/fileadmin/_migrated/content_uploads/Bevoelkerungsbefragung_ESF_2015_160302_01.pdf

ESF

Die Bekanntheit des ESF weist lediglich beim Haushaltsnettoeinkommen Unterschiede auf. Sie steigt mit zunehmendem Haushaltsnettoeinkommen (vgl. Grafik 2.16).

Grafik 2.16 – Frage P6A: *Ich kenne den ESF.*

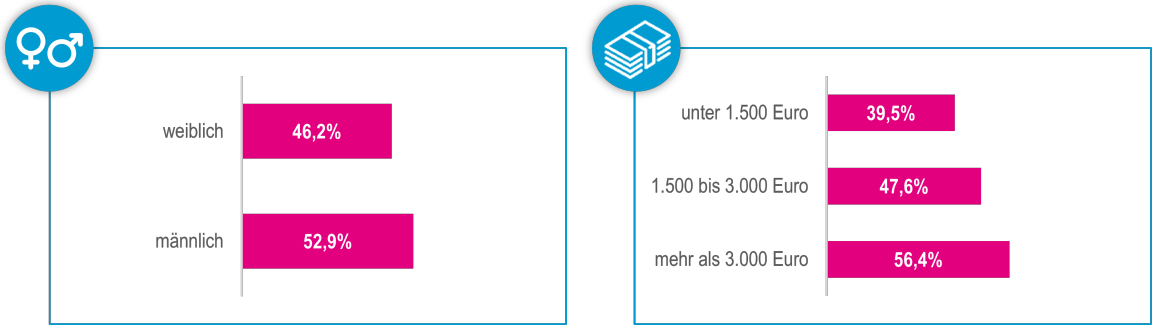


jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „kenne den ESF“

EFRE

Wie bereits 2017 zeigt sich aktuell bei der Bekanntheit des EFRE das klassische Differenzierungsmuster bei Bekanntheitsfragen: Männer geben etwas häufiger an, den Fonds zu kennen als Frauen (53 % zu 46 %). Die Kenntnis des Fonds steigt außerdem mit dem Haushaltsnettoeinkommen (vgl. Grafik 2.17).

Grafik 2.17 – Frage P5A: *Ich kenne den EFRE.*

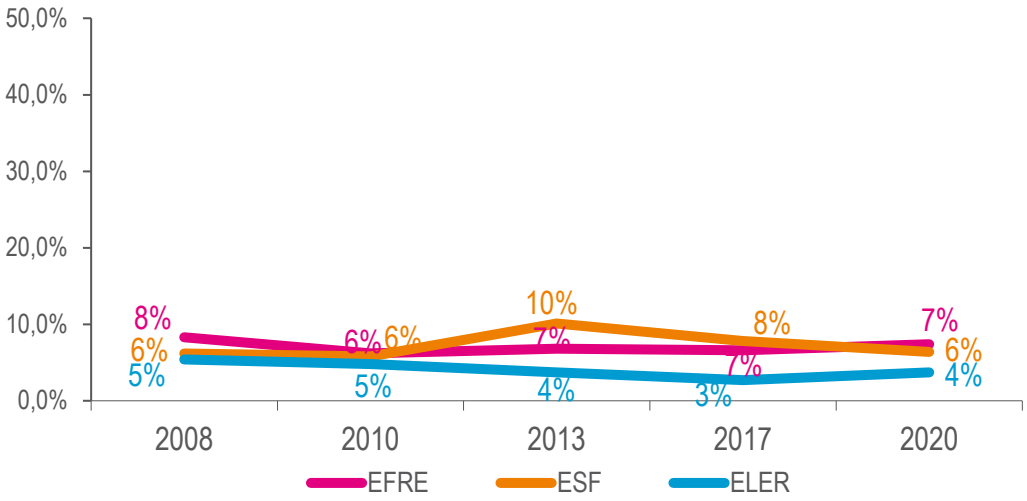


jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „kenne den EFRE“

2.1.5.2 Nutznießer der EU-Förderinstrumente

Diejenigen Befragten, die angaben, einen Fonds zu kennen, wurden danach gefragt, ob sie durch diese Förderung bereits Vorteile erfahren haben. Seit Beginn der Messungen ist diese Quote naturgemäß bei allen abgefragten Fonds sehr niedrig und auch weitgehend stabil. Anders als in den letzten beiden Befragungen, ist der ESF nicht mehr der Fonds, von dem der größte Teil der Befragten nach eigenen Angaben schon einmal profitiert hat (6 %), dies ist nun knapp der EFRE mit 7 Prozent. Vom eher unbekannten Fonds – dem ELER – geben 4 Prozent der „Kenner“ an, dass er ihnen bereits Vorteile gebracht hat (vgl. Grafik 2.18).

Grafik 2.18 – Frage P5-7B: *Und haben Sie persönlich bereits durch eine dieser Förderungen Vorteile erfahren?*



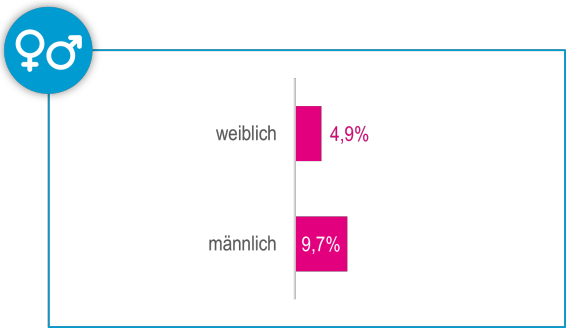
in Prozent der Befragten, die den jeweiligen Fonds kennen, ohne „weiß nicht“

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

EFRE

Zwei Unterschiede zeigen sich bei den Vorteilen durch EFRE-Förderungen: Zum einen geben Männer deutlich häufiger an, schon einmal profitiert zu haben (10 %, vgl. Grafik 2.19). Zudem ist der Anteil der „Profiteure“ in den Landkreisen signifikant unterschiedlich hoch. Am häufigsten haben nach eigenen Angaben Personen in der Uckermark und Ostprignitz-Ruppin vom EFRE profitiert. Interessant ist, dass neben dem stärksten „Profiteur“, der Uckermark, im selben Planungsgebiet zugleich der schwächste „Profiteur“, der Landkreis Oberhavel, liegt (1 %).

Grafik 2.19 – Frage P5B: *Ich habe schon durch EFRE-Förderungen Vorteile erfahren.*



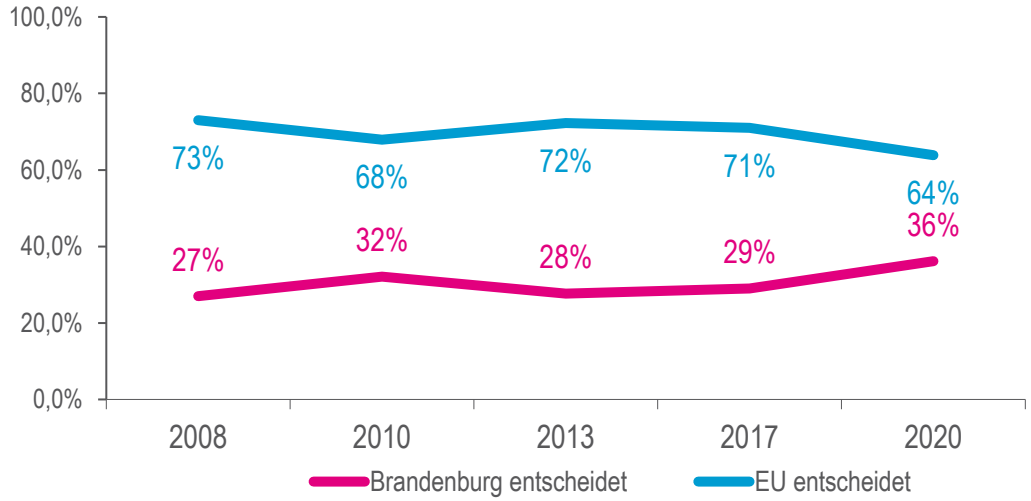
jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „stimme der Aussage zu“

2.1.6 Wahrnehmung der EU-Förderung in Brandenburg

2.1.6.1 Ort der Entscheidung über den EU-Fördermitteleinsatz

Seit Beginn der Messungen verortet der Großteil der Brandenburger Bevölkerung den Ort der Entscheidung über den Einsatz der Fördermittel in Brüssel. Aktuell meinen dies 64 Prozent, nur 36 Prozent nennen das eigentlich korrekte Brandenburg. Im Zeitverlauf sieht man allerdings, dass seit 2013 immer mehr Personen Brandenburg als Entscheidungsebene kennen. Seit der letzten Befragung im Jahr 2017 ist ihr Anteil noch einmal deutlich um 7 Prozentpunkte gestiegen (vgl. Grafik 2.20).

Grafik 2.20 – Frage P12: *Wer, glauben Sie, entscheidet in erster Linie über den Einsatz der Fördermittel - das Land Brandenburg oder die EU?*

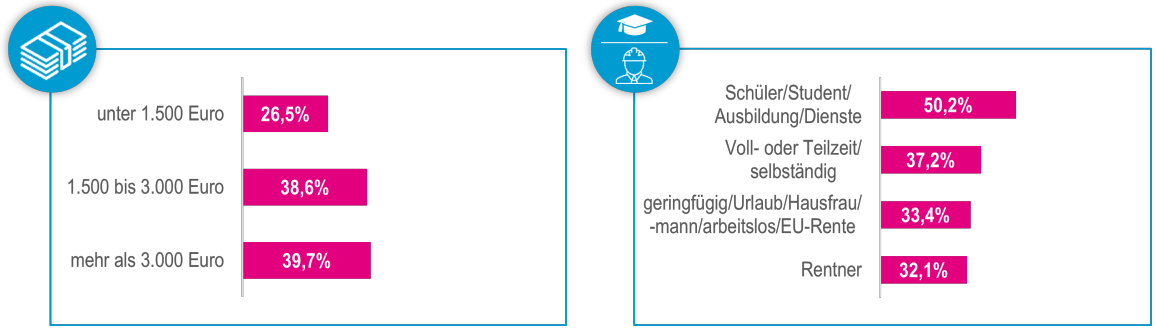


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=1.065 | 2010: N=1.008 | 2013: N=983 | 2017: N=1.925 | 2020: N=1.922

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Wie schon im Jahr 2017 sehen signifikant mehr Personen mit höherem Einkommen (über 3.000 Euro Haushaltsnettoeinkommen) als mit niedrigem (unter 1.500 Euro) die Entscheidungsgewalt über die Verwendung der Fördermittel in Brandenburg (40 % zu 27 %). Weiterhin besteht ein signifikanter Unterschied bei der Beschäftigungssituation: Befragte, die sich noch auf einem Bildungsweg befinden oder einen Dienst leisten, geben deutlich häufiger Brandenburg als Entscheidungsebene an als alle anderen Gruppen (50 %, vgl. Grafik 2.21).

Grafik 2.21 – Frage P12: *Brandenburg entscheidet über den Einsatz der Fördermittel.*



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „Brandenburg entscheidet“

2.1.6.2 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg

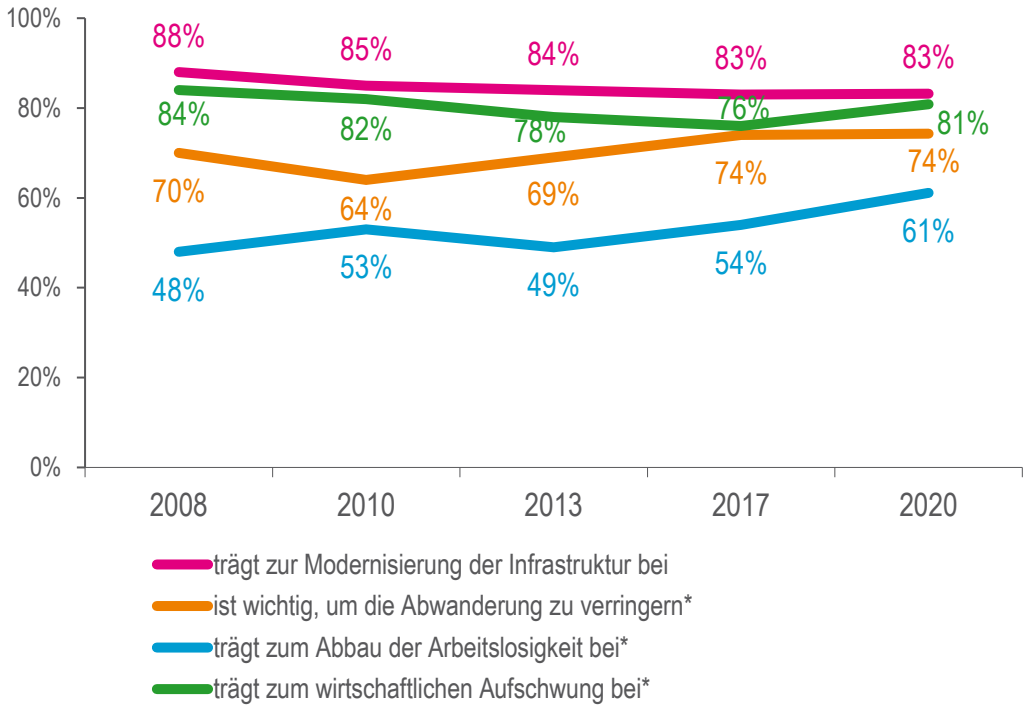
Um die Meinung der Bevölkerung zum Nutzen der EU-Förderung für Brandenburg einzuholen, wurde den Befragten eine Reihe von Aussagen vorgelegt, zu denen sie ihre Zustimmung oder Ablehnung ausdrücken sollten. Diese stellen wir hier thematisch nach den Komplexen Wirtschaft und Arbeit sowie Soziales und Umwelt dar. In der aktuellen Befragung 2020 wurde zudem zusätzlich eine Frage aufgenommen, die danach fragt, ob die EU geholfen hat, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden.

2.1.6.2.1 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg – Themenkomplex Wirtschaft und Arbeit

Über die gesamte Förderperiode hinweg sind mehr als 80 Prozent der Brandenburger Bevölkerung der Ansicht, die EU-Förderpolitik trage zur Modernisierung der Infrastruktur im Bundesland bei (2020: 83 % trifft voll und ganz zu und trifft eher zu). Das ist damit der Nutzen der Förderungen, auf den sich die meisten Bürger*innen einigen können. Ähnlich viele Personen meinen, die EU-Förderpolitik trage zum wirtschaftlichen Aufschwung in Brandenburg bei (2020: 81 %). Hier steigt der Wert nach einer leichten Abnahmetendenz seit Beginn der Messungen wieder an (vgl. Grafik 2.22). Konstant stimmen 74 Prozent der Befragten der Aussage zu, die EU-Förderungen seien wichtig, um die Abwanderung zu verhindern.

Deutlich mehr Zustimmung als in 2017 erhält hingegen die Aussage, die EU-Förderungen tragen zum Abbau der Arbeitslosigkeit bei (2020: 61 %). Hier steigt der Wert um 7 Prozentpunkte. Abgesehen von der ersten Aussage sind die Entwicklungen statistisch signifikant.

Grafik 2.22 – Frage P15: *Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zur EU-Politik und EU-Förderpolitik in Brandenburg vor. Bitte sagen Sie mir, inwiefern diese Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft.*

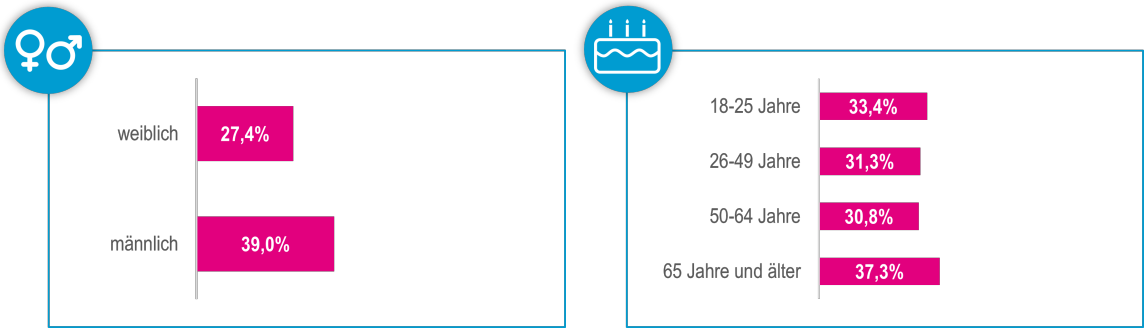


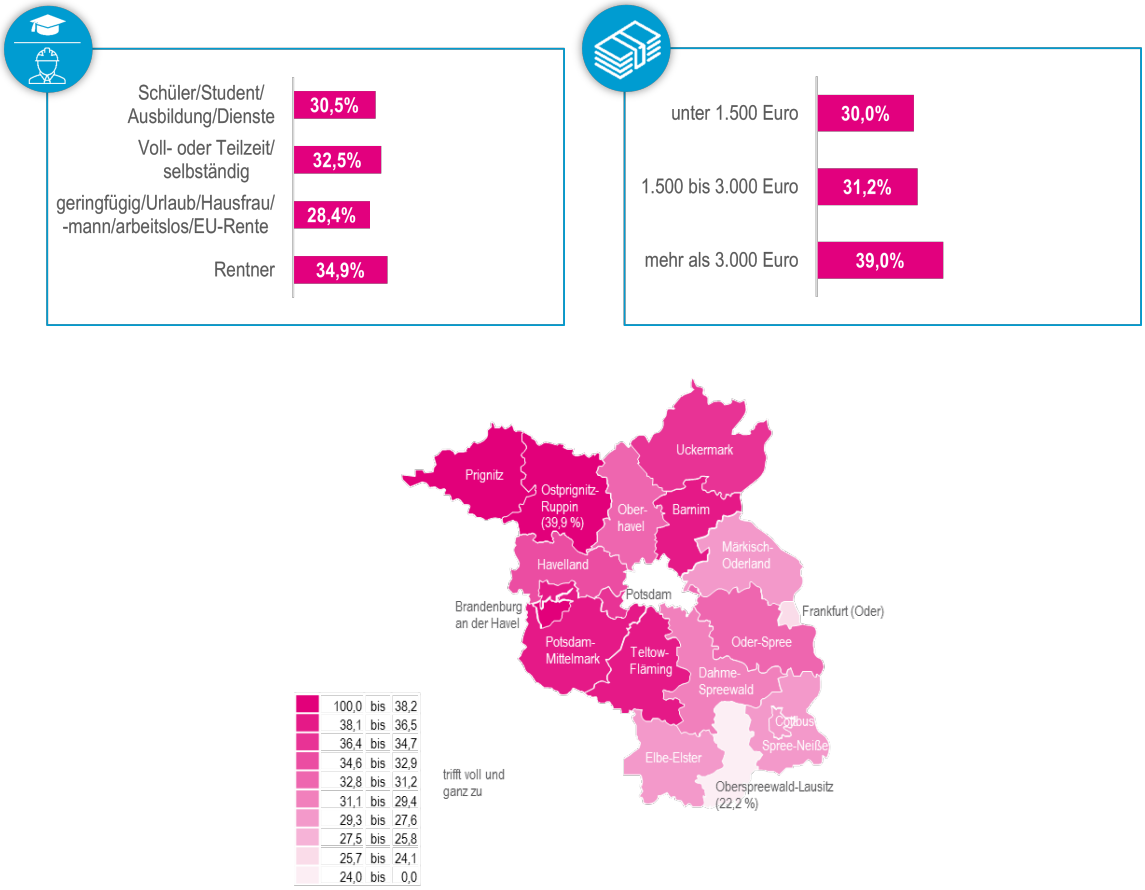
in Prozent aller Befragten | Summe aus „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“ | einzelne Veränderungen sind signifikant (*)

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Beim Thema „Modernisierung der Infrastruktur“ sind die soziodemographischen Unterschiede uneinheitlich. Vor allem beim Geschlecht und dem Haushaltnettoeinkommen zeigen sich deutliche Unterschiede. Männer stimmen dieser Aussage deutlich häufiger zu als Frauen (39 % zu 27 %). Dies trifft auch auf Personen mit höherem Haushaltsnettoeinkommen zu (ebenfalls 39 %). Außerdem bejahen diesen Umstand in der Planungsregion Ostprignitz-Ruppin signifikant mehr Menschen als in den anderen Regionen (vgl. Grafik 2.23).

Grafik 2.23 – Frage P15D: *Die EU-Fördermittel tragen zur Modernisierung der Infrastruktur in Brandenburg bei.*

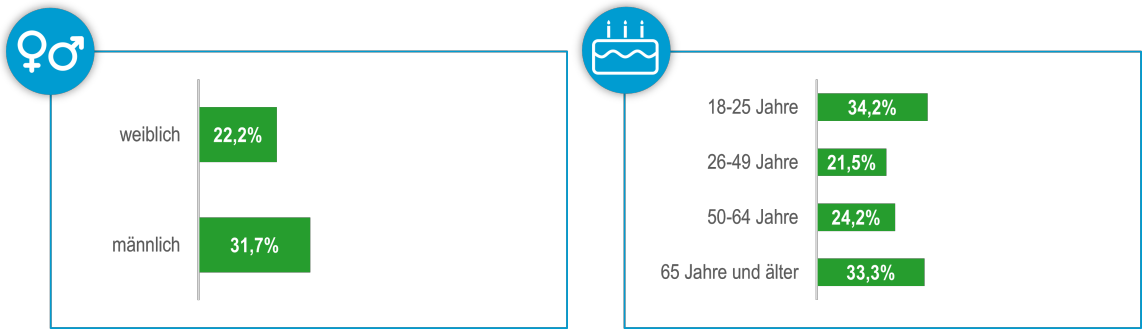


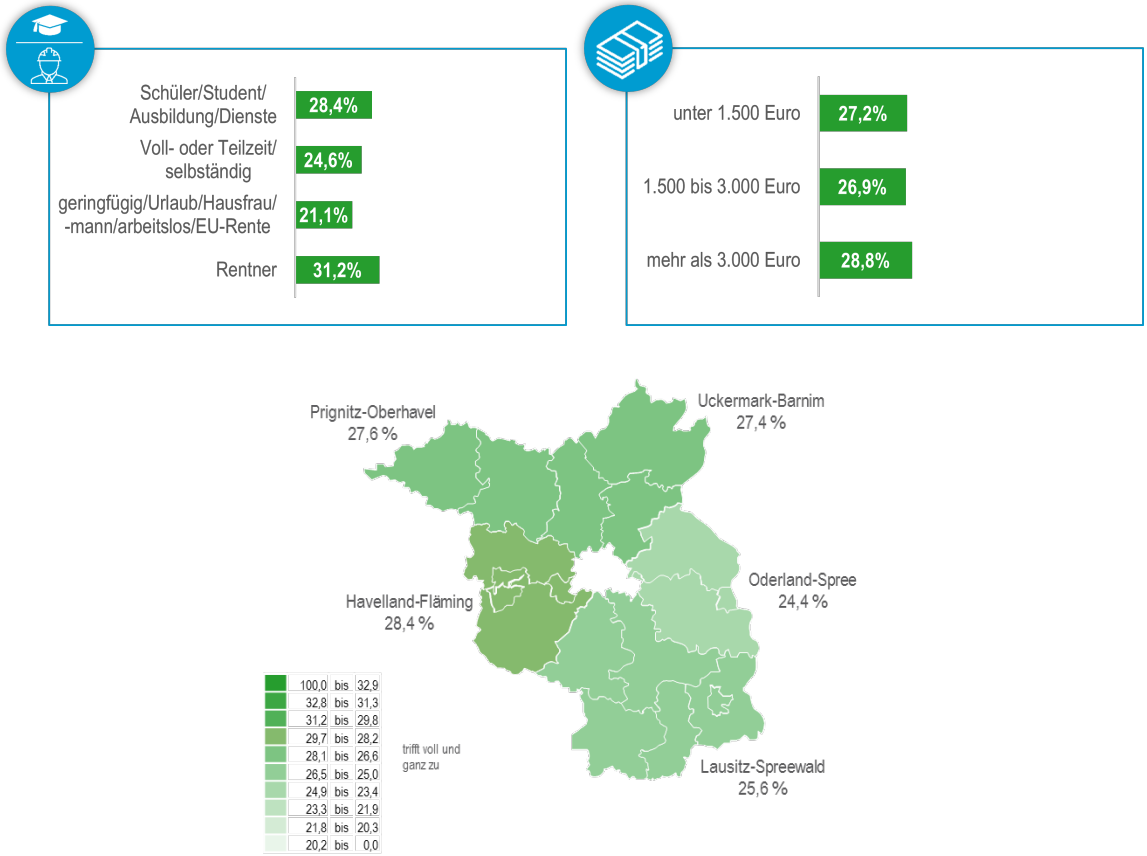


jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „trifft voll und ganz zu“ | Karte: Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

Differenzierte Einstellungen zu den positiven Auswirkungen der EU-Förderung auf den wirtschaftlichen Aufschwung in Brandenburg zeigen sich in 2020 vor nach Altersgruppen und bei der aktuellen Beschäftigungssituation. So sind Personen ab dem 65. Lebensjahr ebenso wie Rentner*innen bei diesem Punkt überdurchschnittlich optimistisch (33 % sowie 31 % stimme voll und ganz zu). Gleiches gilt für die jüngste Befragtengruppe (34 %), die damit in diesem Punkt optimistischer ist als 2017 (vgl. Grafik 2.24).

Grafik 2.24 – Frage P15A: *Die EU-Förderpolitik trägt zum wirtschaftlichen Aufschwung in Brandenburg bei.*

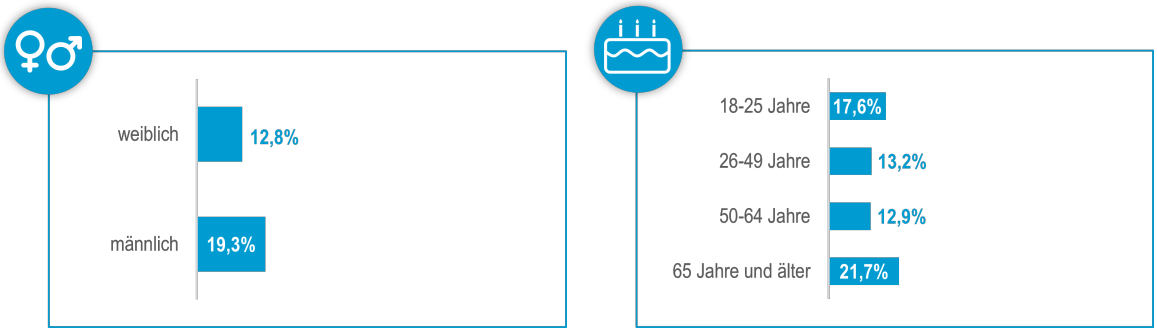


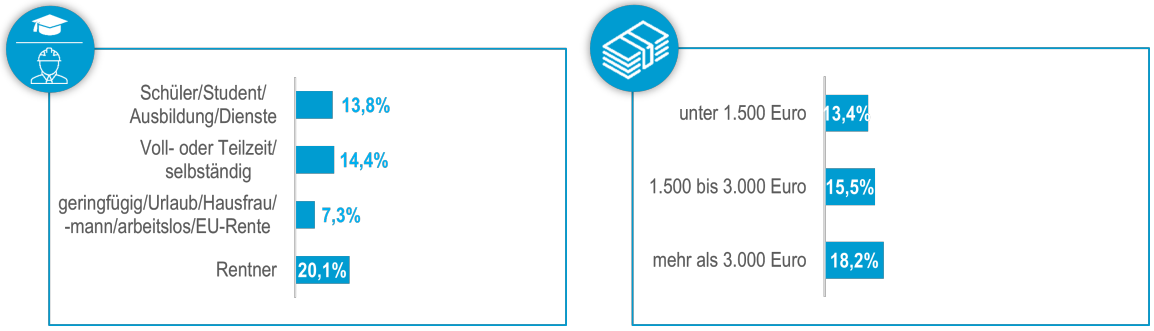


jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „trifft voll und ganz zu“ | Karte: Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

Ähnliche Zusammenhänge im Hinblick auf das Alter zeigen sich beim Thema „Abbau der Arbeitslosigkeit“. Auch hier sind die ältesten Befragten (ab 65 Jahre) mit 22 Prozent voller Zustimmung am optimistischsten – also diejenigen, die von der Gefahr der Arbeitslosigkeit nicht mehr betroffen sind. Daneben stimmen aber auch die 18-25-Jährigen der Aussage häufig zu. Die Personen, die aktuell einer geringfügigen oder keiner Beschäftigung nachgehen sind bei diesem Punkt überdurchschnittlich skeptisch (7 %, vgl. Grafik 2.25).

Grafik 2.25 – Frage P15B: *Die EU-Fördermittel tragen zum Abbau der Arbeitslosigkeit in Brandenburg bei.*

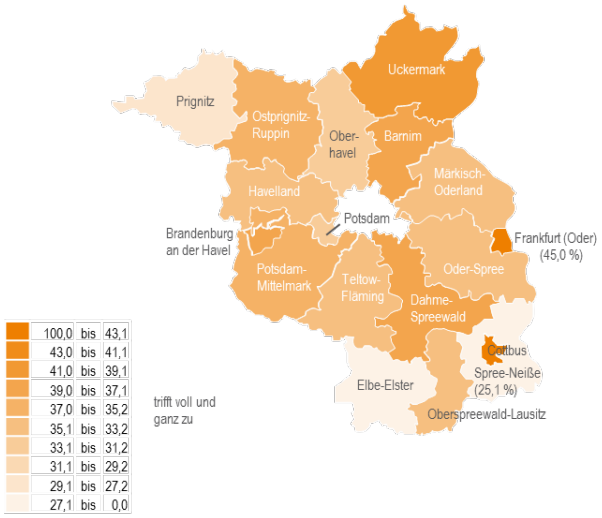




jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „trifft voll und ganz zu“

Beim Thema „Verringerung der Abwanderung“ zeigen sich in den verschiedenen Landkreisen unterschiedliche Ansichten. Im Landkreis Spree-Neiße wird der Aussage am wenigsten zugestimmt (25 %), während sie in Frankfurt (Oder) die größte Zustimmung erhält (45 %, vgl. Grafik 2.26).

Grafik 2.26 – Frage P15A: *Die EU-Förderung ist wichtig, um die Abwanderung zu verringern.*



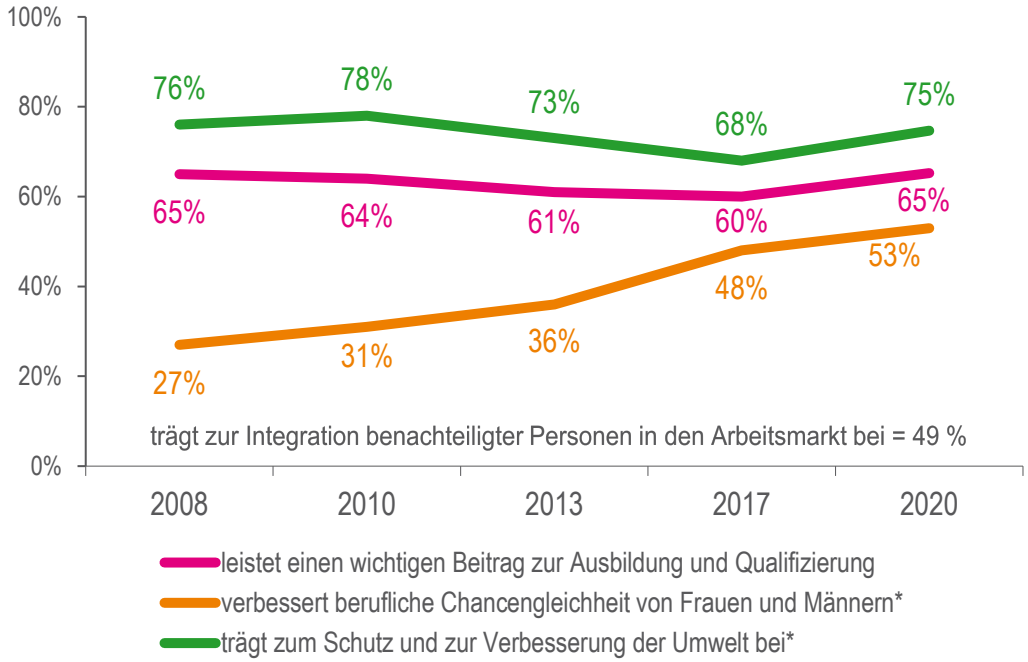
jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „trifft voll und ganz zu“ | Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

2.1.6.2.2 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg – Themenkomplex Soziales und Umwelt

Hinsichtlich der positiven Wirkungen der EU-Förderung bei den Themen Soziales und Umwelt war die Brandenburger Bevölkerung über den gesamten Förderzeitraum hinweg skeptischer als bei den Wirtschaftsthemen. Aktuell zeigt sich allerdings ein Bedeutungszuwachs bei den sozialen und Umweltthemen. Dass die EU-Fördergelder zum Schutz und zur Verbesserung der Umwelt beitragen, sagen nunmehr 75 Prozent der Befragten, ein Anstieg von 7 Prozentpunkten zu 2017. Diese Veränderung ist signifikant. Vom wichtigen Beitrag der EU-Fördergelder zur Ausbildung und Qualifizierung der Menschen in Brandenburg sind mittlerweile wieder 65 Prozent der Befragten voll oder eher überzeugt (vgl. Grafik 2.27).

Beim Item „verbessert die berufliche Chancengleichheit von Frauen und Männern“ bewegt sich die Zustimmung fortwährend in eine positive Richtung. Mittlerweile stimmen dieser Aussage 53 Prozent der Befragten voll oder eher zu, am Anfang waren es nur 27 Prozent. Eine Besonderheit ist hier zu beachten: Im Jahr 2017 wurde die Aussage zu „verbessert berufliche Chancengleichheit“ verallgemeinert, um auch andere Ungleichheitsaspekte darunter zu fassen. Der Anstieg seit 2017 könnte also zum Teil auch auf diese Umstellung zurückzuführen sein. Plausibel ist allerdings, dass zumindest ein Teil des Anstiegs auch auf die gestiegene Bedeutung der Förderungen – in Zusammenhang mit der wachsenden Bedeutung des Themas insgesamt – hinweist. In 2020 neu hinzugekommen ist das Item „trägt zur Integration benachteiligter Personen in den Arbeitsmarkt bei“, welchem von 49 Prozent der Befragten voll und ganz oder eher zugestimmt wird.

Grafik 2.27 – Frage P15: *Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zur EU-Politik und EU-Förderpolitik in Brandenburg vor. Bitte sagen Sie mir, inwiefern diese Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft.*

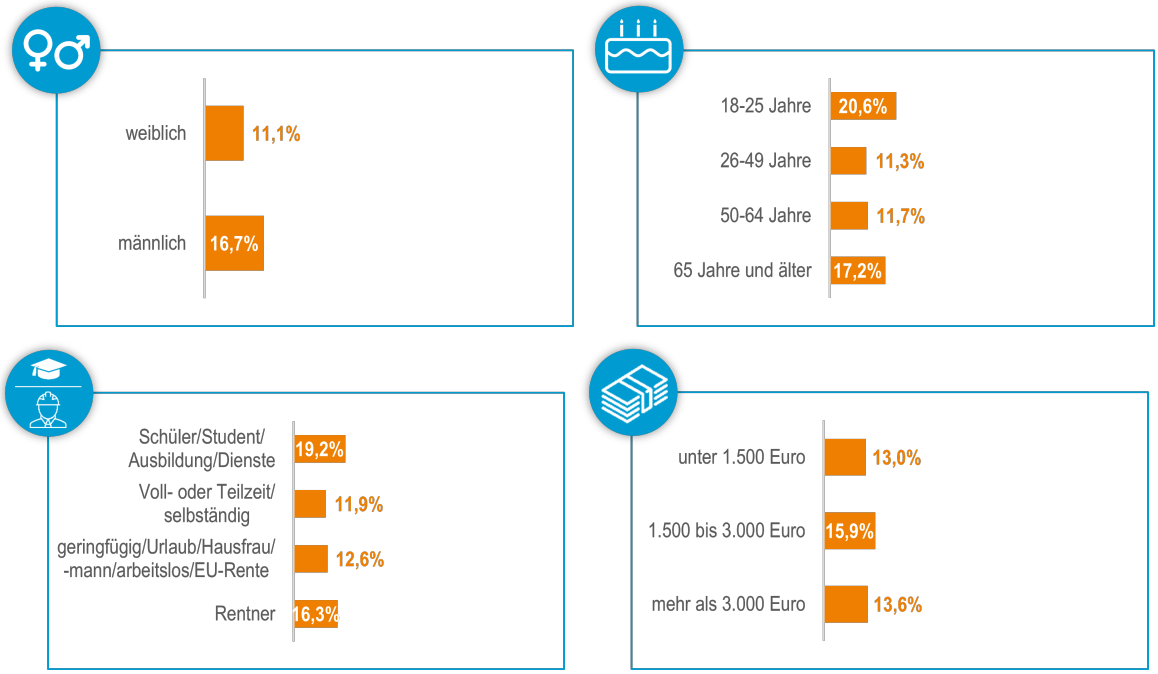


in Prozent aller Befragten | Summe aus „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“ | einzelne Veränderungen sind signifikant (*) | Das Item „verbessert berufliche Chancengleichheit“ (ab 2017) hieß vorher „verbessert berufliche Chancengleichheit von Frauen und Männern“.

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Zur Pointierung der Unterschiede werden im Folgenden nur die Anteile für „trifft voll und ganz zu“ dargestellt. Am häufigsten werden positive Auswirkungen der EU-Förderung auf die berufliche Chancengleichheit im Jahr 2020 bei den Personen zwischen 18 und 25 Jahren gesehen (21% stimme voll und ganz zu). Anders als 2017: Damals stimmten nur 9 Prozent dieser Aussage zu, was den Anstieg der Relevanz des Themas unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen zeigt. Wie bereits 2017 sehen auch die Personen ab 65 Jahren überdurchschnittlich häufig Auswirkungen der EU-Förderung auf die Chancengleichheit in Brandenburg. Die beiden mittleren Altersgruppen – die aktiv im Berufsleben stehen – sind etwas skeptischer. Dieser Zusammenhang äußert sich auch bei der beruflichen Situation. Männer stimmen der Aussage häufiger zu als Frauen (17 % zu 11 %).

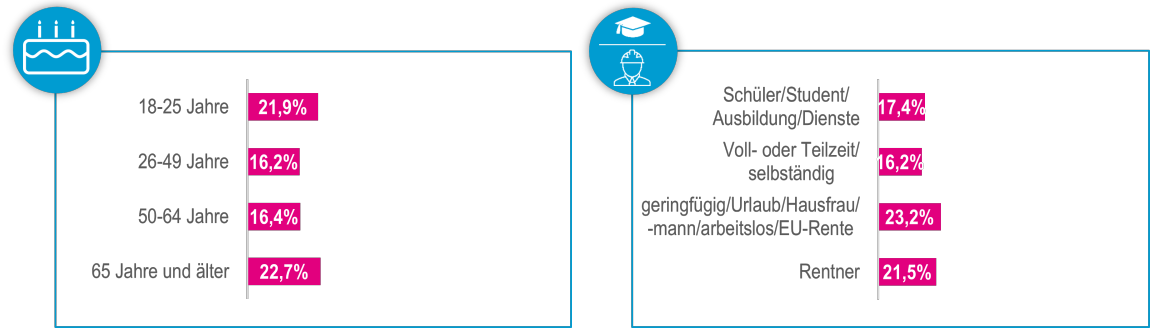
Grafik 2.28 – Frage P15E: *Die Chancengleichheit in Brandenburg wird durch die EU-Förderung verbessert.*



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „trifft voll und ganz zu“

Dass die EU-Förderung einen wichtigen Beitrag zur Ausbildung und Qualifizierung in Brandenburg leistet, meinen vor allem die jüngste und älteste Befragtengruppe: 22 Prozent der 18-25-Jährigen und 23 Prozent der Ab-65-Jährigen stimmen dieser Aussage voll oder eher zu, in den beiden mittleren Altersgruppen sind es nur je 16 Prozent (vgl. Grafik 2.29). Dies spiegelt sich auch in den Unterschieden bezüglich der beruflichen Situation wider: Hier stimmen Personen mit einer geringfügigen Beschäftigung oder nicht Erwerbstätige dieser Aussage am häufigsten voll und ganz zu (23 %). In der Planungsregion Uckermark-Barnim äußert sich mit 24 Prozent der größte Anteil der Bevölkerung positiv im Hinblick auf die Aussage.

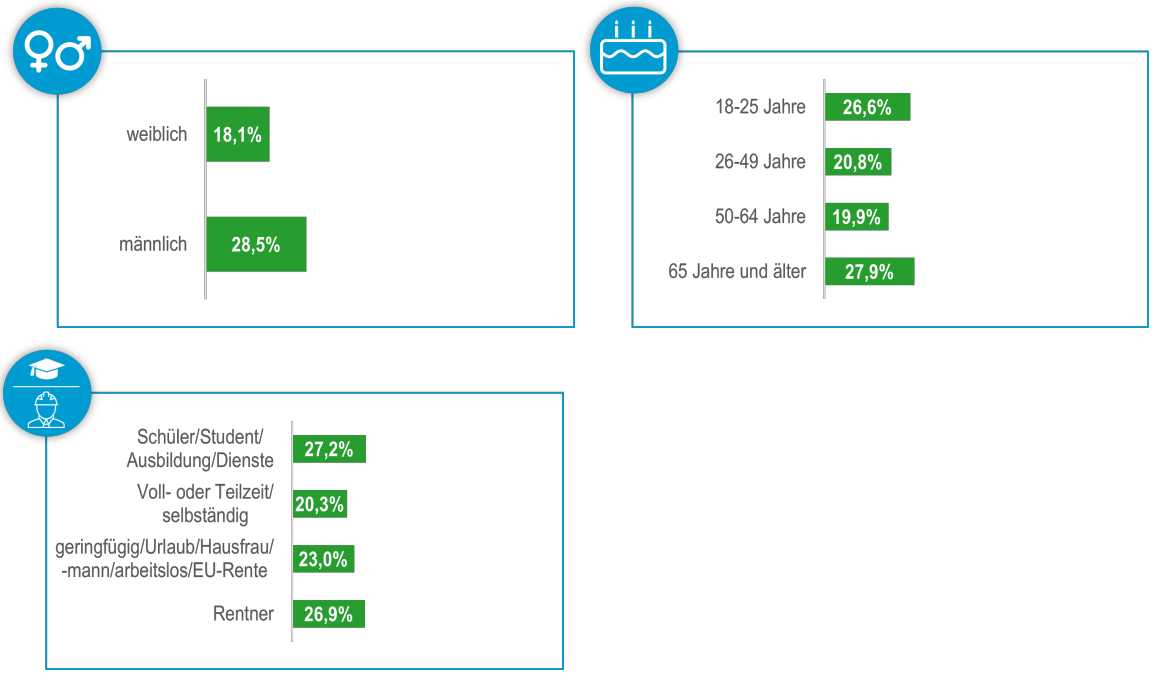
Grafik 2.29 – Frage P15F: *Die EU-Förderpolitik leistet einen wichtigen Beitrag zur Ausbildung und Qualifizierung der Menschen in Brandenburg.*



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „trifft voll und ganz zu“

Dass die EU-Fördermittel zum Schutz und zur Verbesserung der Umwelt in Brandenburg beitragen, meinen überdurchschnittlich häufig die Befragten ab dem 65. Lebensjahr. Auch die junge Bevölkerungsgruppe der 18-25-Jährigen stimmt dieser Aussage im Vergleich zu 2017 häufiger zu (27 %, 2017: 20 %). Außerdem sehen Männer diesen Effekt häufiger als Frauen (29 zu 18 %, vgl. Grafik 2.32).

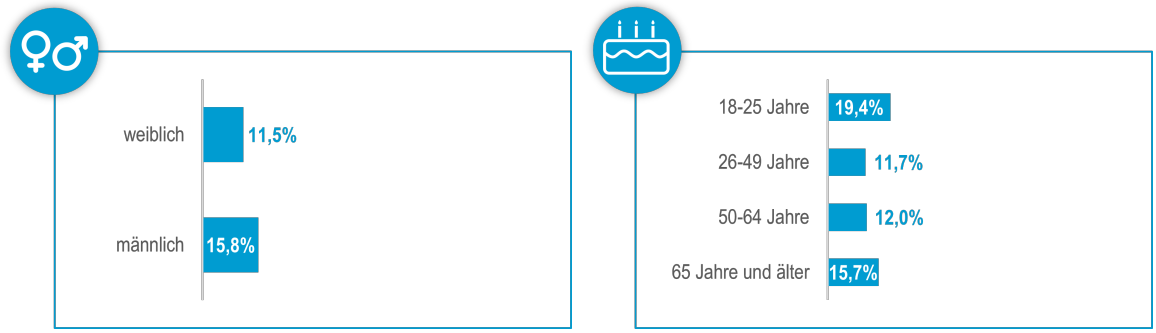
Grafik 2.30 – Frage P15G: *Die EU-Fördermittel tragen zum Schutz und zur Verbesserung der Umwelt in Brandenburg bei.*



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „trifft voll und ganz zu“

Der 2020 neu hinzugekommenen Aussage, die EU-Fördermittel tragen zur Integration benachteiligter Personen in den Arbeitsmarkt bei, stimmen insbesondere Jugendliche (18-25 Jahre: 19 %) und Männer zu (16 %, vgl. Grafik 2.31).

Grafik 2.31 – Frage P15H: *Die EU-Förderung trägt zur Integration benachteiligter Personen in den Arbeitsmarkt bei.*

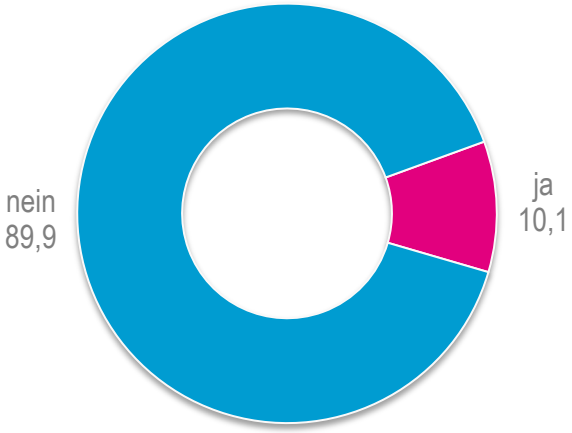


jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „trifft voll und ganz zu“

2.1.6.2.3 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg – Corona-Krise

In 2020 wurde anlassbezogen die Frage neu aufgenommen, ob die EU geholfen habe, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden. Die Mehrheit der Befragten ist nicht dieser Ansicht, lediglich 10 Prozent fanden Europa für Brandenburg in dieser Krise hilfreich (vgl. Grafik 2.32).

Grafik 2.32 – Frage P15Neu: *Hat die EU Ihrer Meinung nach dabei geholfen, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden?*

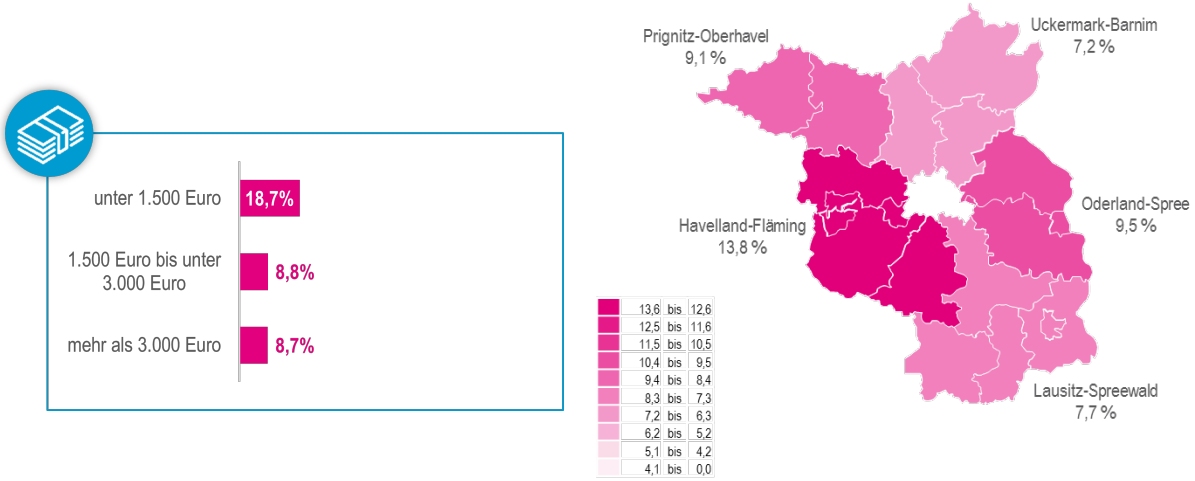


in Prozent aller Befragten, 2020: N=2.015

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Am häufigsten sind Personen mit niedrigerem Einkommen und Bewohner*innen der Planungsregion Havelland-Fläming der Meinung, dass die EU Brandenburg durch die Corona-Krise geholfen hat (19 % und 14 %).

Grafik 2.33 – Frage P15Neu: *Hat die EU Ihrer Meinung nach dabei geholfen, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden?*



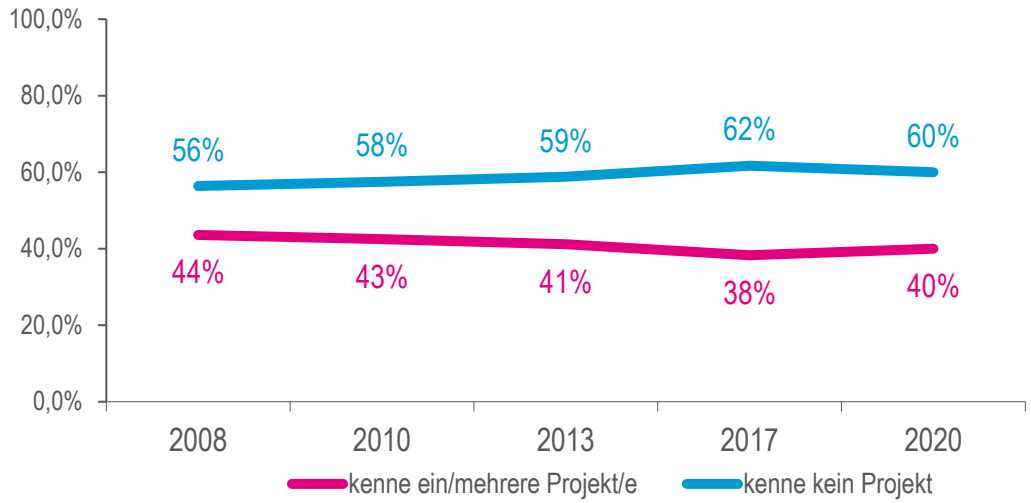
jeweils in Prozent aller Befragten | nur „ja“ | Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

2.1.7 Kenntnis EU-geförderter Projekte

Die Akzeptanz staatlicher Maßnahmen und Institutionen steht und fällt mit der Kenntnis über ihre Arbeit. Dieser oft abstrakte Bereich kann am plastischsten über seine Ergebnisse – im Falle der EU-Förderung über konkrete Projekte – verdeutlicht werden. Deshalb ist es für die Meinung über EU-Fördermaßnahmen in Brandenburg entscheidend, ob die Bürger überhaupt mit solchen Mitteln geförderte Projekte im Land kennen.

Mehr als ein Drittel der Befragten tut dies nach eigener Aussage (vgl. Grafik 2.34). Dieser Wert hat sich zwischen 2008 und 2017 leicht aber kontinuierlich verringert. Aktuell steigt er wieder etwas an. Bei allen Personen, welche angaben, Projekte zu kennen, wurde nach konkreten Projekten gefragt. Darunter befinden sich naturgemäß neben „echten“ EU-geförderten Projekten auch solche, von denen die Befragten fälschlicherweise eine EU-Förderung annahmen. Insgesamt dürfte es nur mit erheblichem kommunikativen Aufwand möglich sein, die Bekanntheit konkreter Projekte zu erhöhen. Dies hängt damit zusammen, dass solche Projekte oftmals nur eine sehr untergeordnete Rolle im Alltag der Bevölkerung spielen. Obwohl sie also die Lebensqualität der Brandenburger*innen verbessern, wird diese Verbesserung meist nur abstrakt und nicht überwiegend bezogen auf die konkreten Projekte wahrgenommen.

Grafik 2.34 – Frage P17A: *Kennen Sie EU-geförderte Projekte im Land Brandenburg?*

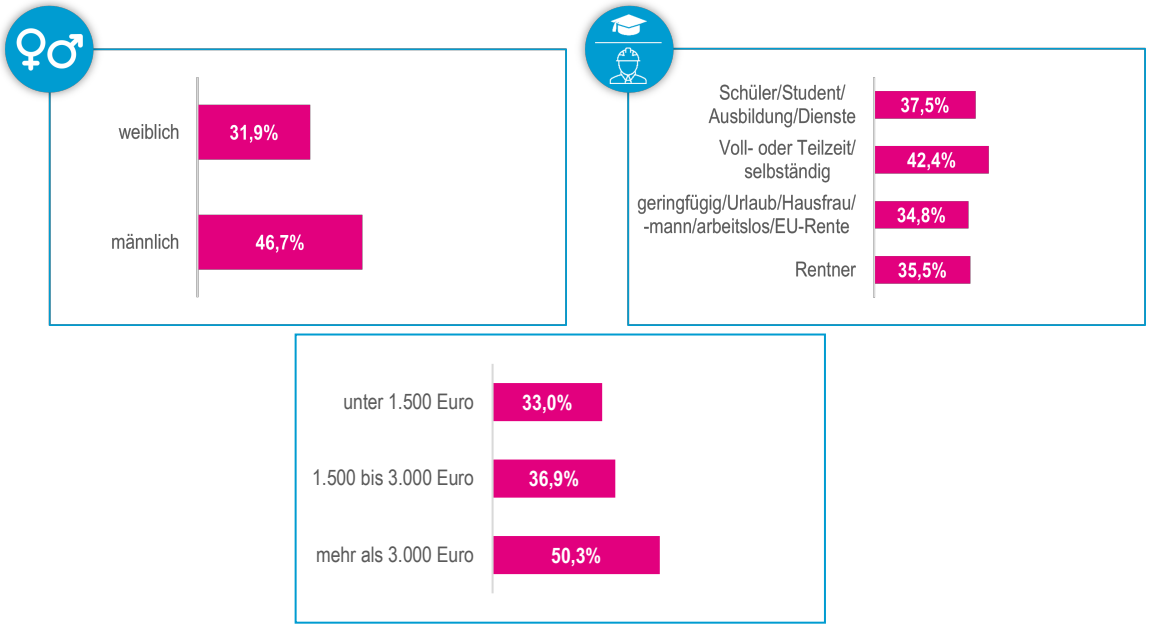


in Prozent aller Befragten, 2008: N=1.081 | 2010: N=1.004 | 2013: N=1.004 | 2017: N=1.986 | 2020: 1.966

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Wie bereits bei anderen Wissensfragen zeigt sich auch bei der Kenntnis von EU-geförderten Projekten, dass Männer signifikant häufiger als Frauen angeben, diese zu besitzen (47 % zu 32 %). Personen in einer Voll- oder Teilzeitbeschäftigung geben zu 42 Prozent an, EU-geförderte Projekte zu kennen, geringfügig Beschäftigte oder nicht Erwerbstätige hingegen nur zu 35 Prozent. Ebenso steigt diese Kenntnis mit wachsendem Haushaltsnettoeinkommen (vgl. Grafik 2.35).

Grafik 2.35 – Frage P17A: *Ich kenne ein oder mehrere EU-geförderte(s) Projekt(e) im Land Brandenburg.*



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „trifft voll und ganz zu“

Wenn die Befragten angaben, mindestens ein Projekt zu kennen, wurden sie gebeten, diese(s) genauer zu beschreiben. Dies diente der Überprüfung, wie genau die Kenntnis ist, ob es sich überhaupt um EU-geförderte Projekte handelt und Projekte aus welchen Bereichen die höchste Öffentlichkeitswirkung haben.

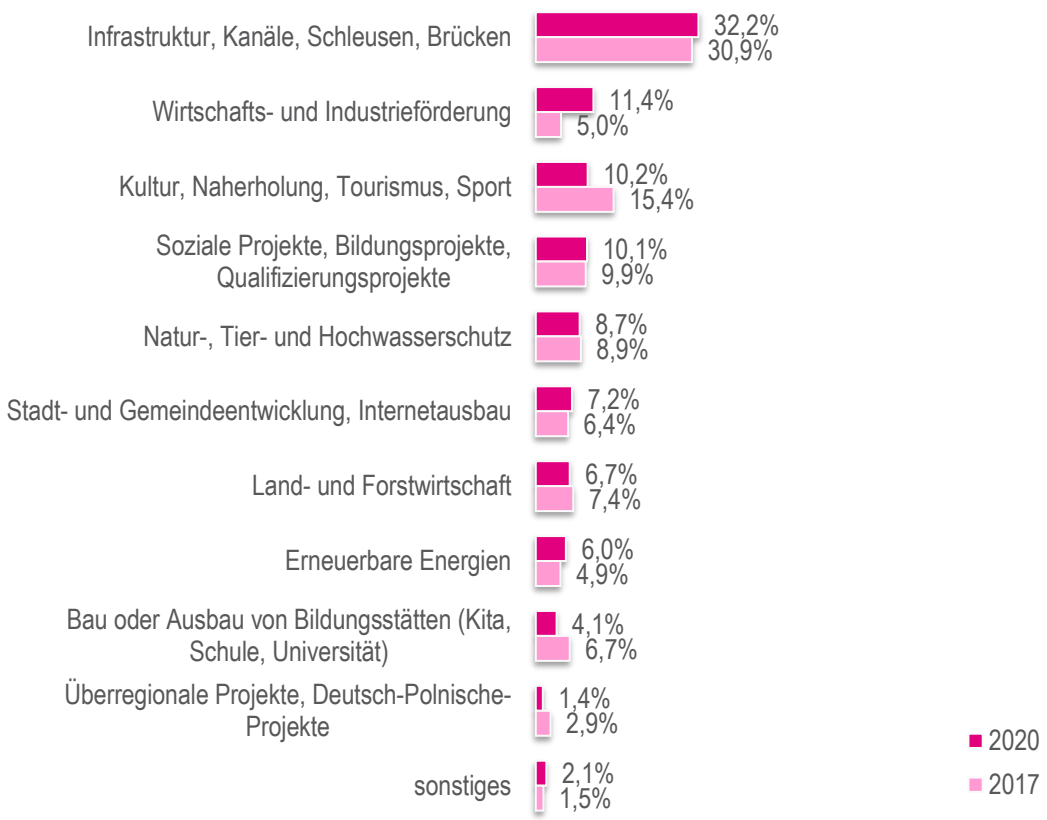
5 Prozent der Befragten, welche angaben, ein Projekt zu kennen, konnten anschließend keines konkret benennen. Von den anderen Personen erhielten wir insgesamt 932 Antworten, wobei mehrere Projekte genannt werden konnten. Die Antworten hatten einen sehr unterschiedlichen Konkretisierungsgrad, der von allgemeinen Begriffen wie „Straßenbau“ bis zu konkreten Projekten wie „das Gemeindehaus meiner Heimatstadt Storkow“ oder „den Havel-Radweg“ reichte. Es muss jedoch konstatiert werden, dass sich der überwiegende Teil der Nennungen auf der allgemeinen Ebene bewegte. Das bedeutet, dass die Bürger*innen über den grundsätzlichen Einsatz der Fördermittel Bescheid wissen, jedoch weniger über konkrete Einzelprojekte. Darüber hinaus wurde deutlich, dass die Befragten eine Vielzahl von Projekten mit der EU-Förderung in Verbindung bringen, die gar keine erhalten. Dies betrifft vor allem bekannte Großprojekte, wie den Flughafen BER oder den Lausitzring. Gerade diese Großprojekte genießen jedoch aufgrund verschiedener Probleme ein eher schwieriges Image. Sie zahlen also wahrscheinlich nicht positiv auf das Image der EU-Förderung ein. Es dürfte jedoch sehr schwierig sein, die dahinter liegende Verknüpfung „Großprojekt = EU-Förderung“ zu berichtigen. Sinnvoller dürfte es sein, positive Einzelprojekte bekannter zu machen, damit diese ein konkreteres Bild von den EU-Förderungen zeichnen, wie z. B. den Bau des Tesla-Werkes in Grünheide. Die Liste der konkreten Nennungen liegt den Projektteilnehmer*innen der zuständigen Ministerien vor.

Die mit Abstand meisten Nennungen können, wie bereits 2017, dem Bereich der Infrastrukturen (Straßen, Radwege, Brücken, Kanäle, Schleusen) zugeordnet werden (32 % der Antworten, vgl. Grafik 2.36). Hier waren häufige Nennungen „Straßenbau“, „Radwege“ und „Autobahn“. Des Weiteren wurden konkrete Bundes- und Umgehungsstraßen genannt, auch der Berliner Flughafen kam in einigen Antworten vor. Ein kleinerer Teil der Antworten bezog sich auch auf Infrastruktur für den Wasserverkehr. Am zweithäufigsten wurden Projekte aus den

Bereichen Wirtschafts- und Industrieförderung benannt. Hier waren die Nennungen deutlich konkreter. So wurden beispielsweise der „Bau des Tesla-Werks“, die „Triebwerke-Fabrik in Dahlewitz“ und das „Schiffshebewerk Niederfinow“ genannt. Insgesamt entfielen 11 Prozent der Antworten auf diese Kategorie. Am dritthäufigsten wurden Projekte aus den Bereichen Kultur, Naherholung, Tourismus und Sport benannt (10 %). Hier reichten die Antworten von eher allgemeinen „Tourismusprojekten“ und „Schlössersanierungen“ zu konkreten Projekten wie der „Sportanlage Luckenwalde“ oder dem „Lausitzring“ (siehe oben). Dicht gefolgt schließen sich mit insgesamt ebenfalls 10 Prozent der Nennungen soziale, Bildungs- und Qualifizierungsprojekte an. Auch hier waren die Antworten teils allgemein und teils konkret. Allgemeine Beispiele sind „Bildungsmaßnahmen“, „Integrationsprojekte“ und Schulprojekte“. Konkret benannt wurden unter anderem das „Projekt Soziales Lernen“ oder der „Innovationscampus in Schwedt“. Auch das „Erasmus-Programm“ wurde einige Male erwähnt, obwohl dies ja kein Europäischer Strukturfonds ist.
Interessant ist, dass im Vergleich zur letzten Befragung 2017 Wirtschafts- und Industrieförderprojekte deutlich hervortreten. Umfassen genannte Projekte aus diesem Bereich 2017 lediglich 5 Prozent aller Nennungen, sind es aktuell 11 Prozent. Hingegen verlor der Bereich Kultur, Naherholung, Tourismus und Sport 5 Prozentpunkte und fiel von 15 auf 10 Prozent aller Nennungen.

Alle weiteren Kategorien enthalten weniger als 10 Prozent der Antworten. Generell ist zu erkennen, dass natürlich vor allem öffentliche Bauprojekte in der Erinnerung der Bürger*innen auftauchen. Sie prägen damit das Bild der EU-Förderung in Brandenburg.

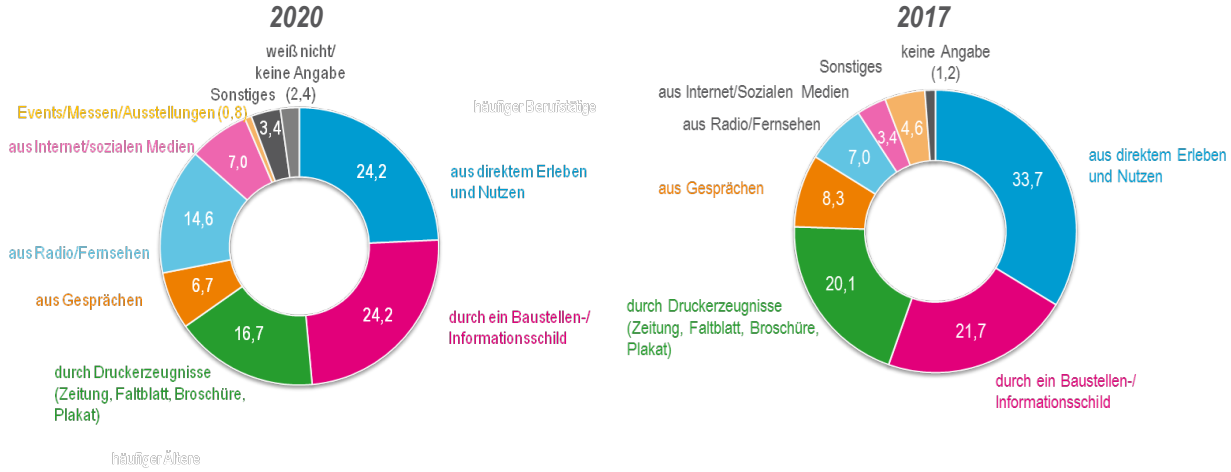
Grafik 2.36 – Frage P17B: *Welche geförderten Projekte kennen Sie?*



in Prozent aller Antworten, 2017: N=1.092 | 2020: N=932 | Kategorisierung einer offenen Frage | Mehrfachnennungen möglich

Dies bestätigt auch die Nachfrage, wie die Befragten auf das oder die genannte(n) Projekt(e) aufmerksam geworden sind. Etwa die Hälfte von ihnen gab an, durch direktes Erleben oder Nutzen sowie durch Infotafeln davon erfahren zu haben (je 24 %, vgl. Grafik 2.37). Die konkrete Wahrnehmung vor Ort ist also zentral für die Bekanntheit und damit das Image der EU-Förderung. Über klassische Massenmedien wie Zeitung, Radio und Fernsehen haben 31 Prozent von dem genannten Projekt erfahren, schwerpunktmäßig aus der Zeitung oder anderen Druckerzeugnissen. Im Vergleich zu 2017 sinkt die Wahrnehmung über diesen Informationskanal leicht (von 20 % auf 17 %). Stark abgenommen hat auch die Wahrnehmung über das direkte Erleben (von 34 % auf 24 %). Hingegen wurden die Befragten häufiger über Radio und Fernsehen (von 7 % auf 15 %), sowie das Internet oder sozialen Medien auf Projekte aufmerksam (von 3 % auf 7 %). Einen kleineren Anteil an der Verbreitung der Projekte hatten Gespräche (7 %) und Events, Messen oder Ausstellungen (1 %).

Grafik 2.37 – Frage P17C: *Wie sind Sie auf das Projekt aufmerksam geworden?*



in Prozent aller Befragten, die ein Projekt kennen | 2017: N=727 | 2020: N=743

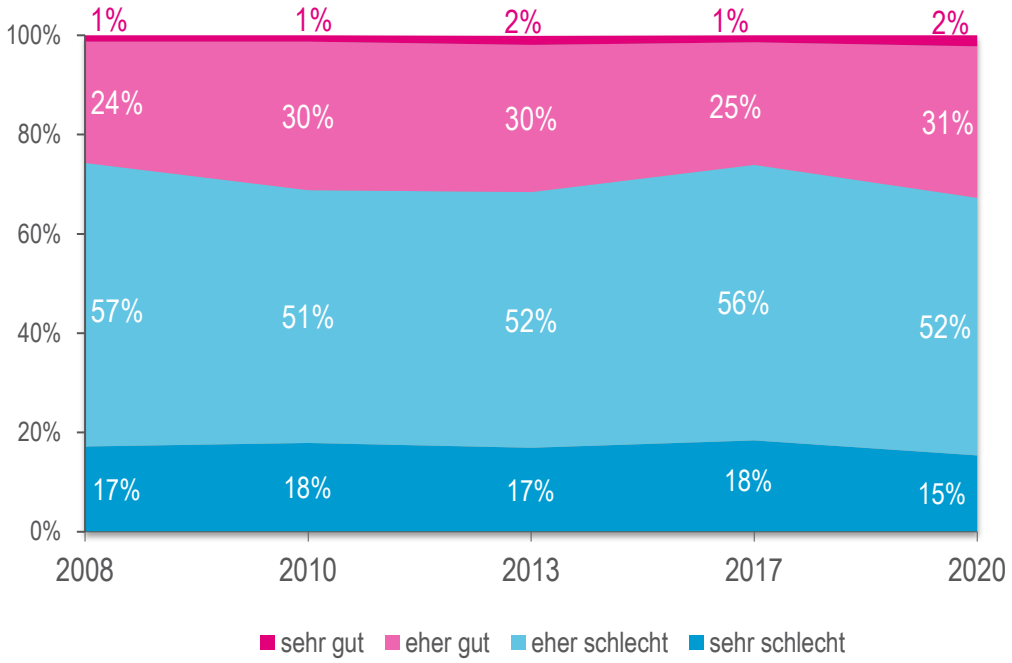
2.2 Informationsverbreitung

2.2.1 Subjektive Informiertheit über die EU-Förderpolitik in Brandenburg

Institutionen senden regelmäßig eine Vielzahl von Informationen an ihre verschiedenen Zielgruppen. Dies wird häufig damit gleichgesetzt, dass die Informiertheit dieser Gruppen relativ hoch sein müsse. Dabei werden jedoch drei Dinge vernachlässigt: Zum einen müssen diese Informationen ihre Empfänger gar nicht erreichen. Dies kann durch die Wahl falscher Medien geschehen oder durch geringe Priorisierung des Absenders bzw. Themas bei den Empfängern. Informationen können aber auch ihre Empfänger erreichen, dort jedoch die Informiertheit nicht bedeutsam steigern. Dies passiert z. B., wenn die Informationen für die Empfänger unverständlich oder verwirrend sind. Und zum Dritten besteht immer ein mehr oder weniger großer zeitlicher Unterschied zwischen dem Aussenden der Informationen und der Steigerung der Informiertheit bei den Empfängern, da diese erst verarbeitet und in bestehende Wissens- und Einstellungskontexte eingebettet werden müssen. Grundsätzlich kann man sagen, dass neben einer „Bringpflicht“ der Informationen auch eine „Holpflicht“ auf Seiten der Empfänger bestehen muss, damit die Information gelingt.

Es besteht also ein Unterschied zwischen der objektiven Informationspolitik und der subjektiven Informiertheit der Individuen. Deshalb haben wir die Brandenburger gefragt, wie gut sie sich über die EU-Förderpolitik im Land informiert fühlen. Das Ergebnis hat sich seit Beginn der Messungen nur leicht geändert, allerdings ist die Veränderung von 2017 zu 2020 signifikant. In 2020 fühlt sich – wie bisher - fast keiner sehr gut informiert. Nach einem kleinen „Zwischentief" in 2017 sind aktuell 31 Prozent der Meinung, sie seien eher gut informiert. Auf das vorherrschende Niveau von 2010 und 2013 gefallen ist der Anteil derjenigen, die sich eher schlecht informiert fühlen (56 % auf 52 %). Weitere 15 Prozent meinen sogar, sie seien sehr schlecht informiert. Dies ist der niedrigste Wert, der in den Umfragen bisher gemessen wurde (vgl. Grafik 2.38).

Grafik 2.38 – Frage P25: *Fühlen Sie sich über die EU-Förderpolitik Brandenburgs im Allgemeinen sehr gut, eher gut, eher schlecht oder sehr schlecht informiert?*

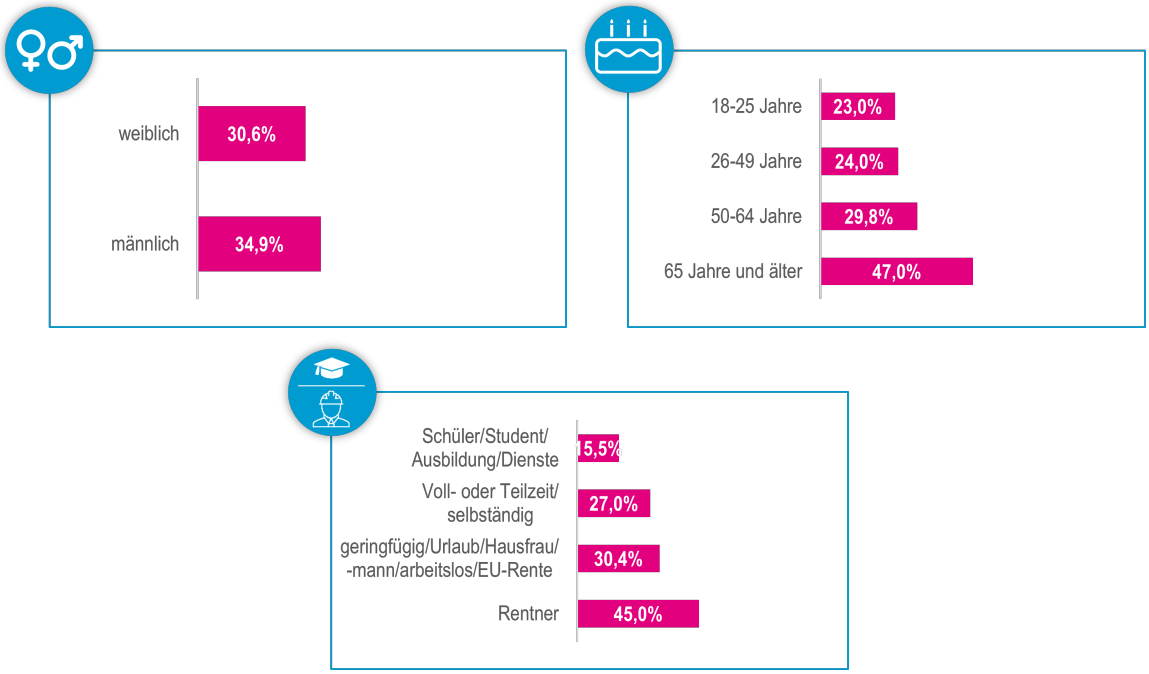


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht" | 2008: N=1.071 | 2010: N=1.015 | 2013: N=990 | 2017: N=1.946 | 2020: N=1.930

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Weiterhin gilt, dass die subjektive Informiertheit mit dem Alter der Befragten steigt. In der Altersgruppe ab 65 Jahren fühlen sich fast doppelt so viele Befragte sehr oder eher gut über die EU-Förderpolitik im Land informiert wie in der jüngsten Gruppe (47 % zu 23 %). Dieser Trend schlägt sich auch darin nieder, dass sich Rentner*innen signifikant informierter als der Durchschnitt der Bevölkerung fühlen. Außerdem geben Männer etwas häufiger als Frauen an, sehr oder eher gut über die EU-Förderpolitik in Brandenburg informiert zu sein (35 % zu 31 %, vgl. Grafik 2.39).

Grafik 2.39 – Frage P25: *Ich fühle mich über die EU-Förderpolitik in Brandenburg sehr oder eher gut informiert.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | Summe aus „sehr gut“ und „eher gut“

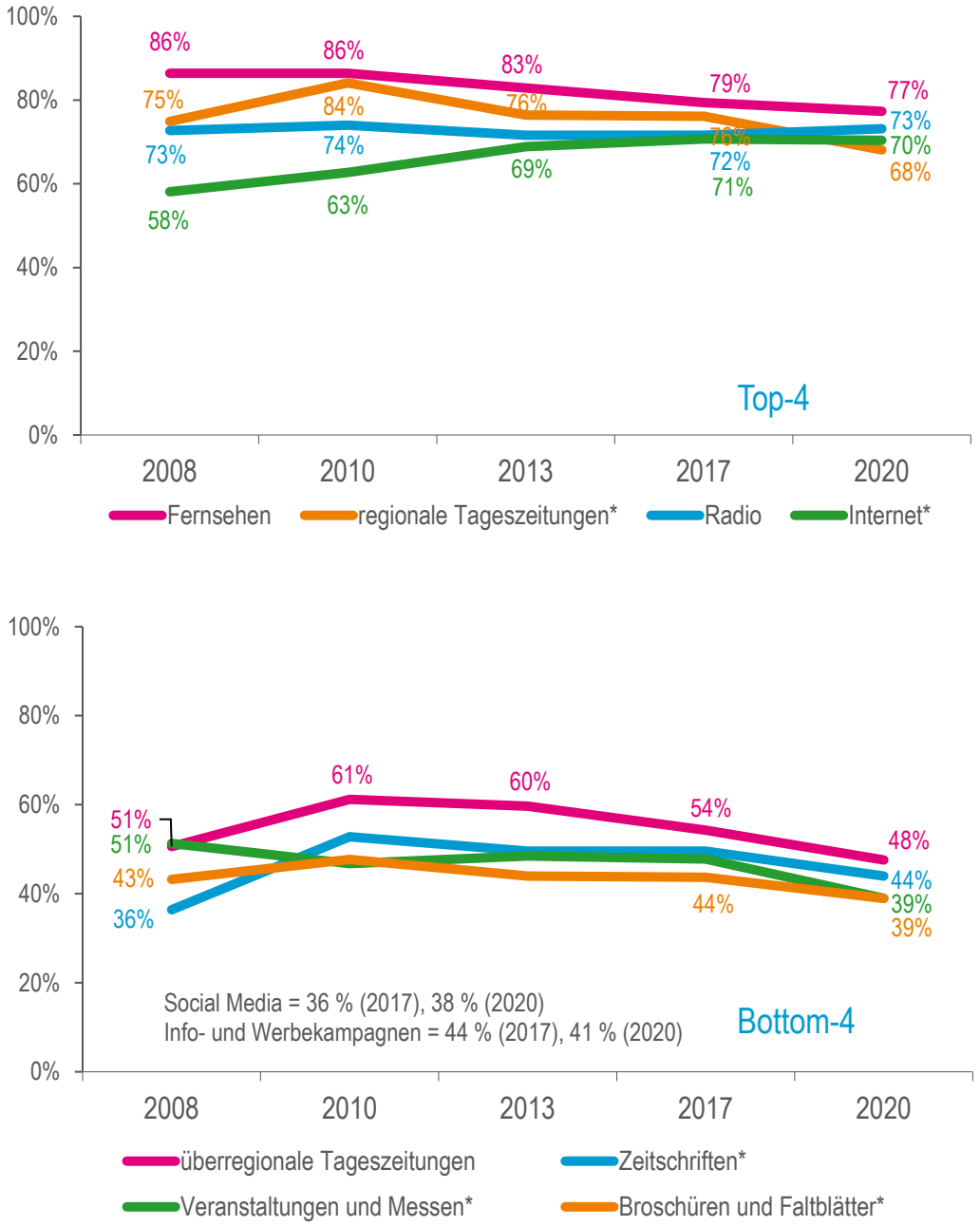
2.2.2 Wichtigkeit verschiedener Informationsquellen

Obwohl die EU-geförderten Projekte immer nur einen begrenzten Wirkungskreis besitzen, kann und sollte sehr wohl landesweit über sie berichtet werden. Dafür eignen sich im Wesentlichen die Massenmedien und diverse Streumedien der verantwortlichen Institutionen. Damit diese möglichst effizient und erfolgreich eingesetzt werden können, ist es wichtig zu wissen, über welche Quellen sich die Brandenburger Bevölkerung am liebsten über Themen wie die EU-Förderung informiert.

Seit Beginn der Messungen sind Fernsehen, regionale Tageszeitung und Radio die drei Spitzenreiter bei der Informationsbeschaffung über alle Befragten. Das ändert sich aktuell. Das Fernsehen bleibt zwar mit 77 Prozent weiterhin die wichtigste Informationsquelle der Bürger*innen, büßt aber seit Beginn der Messungen kontinuierlich an Bedeutung ein (2008 noch 86 %). Den stärksten Verlust verzeichnet aktuell die regionale Tageszeitung (von 76 % auf 68 %), während Internet und Radio kontinuierlich an Bedeutung gewinnen. Für 73 Prozent ist das Radio und für 70 Prozent das Internet sehr bzw. eher wichtig (vgl. Grafik 2.40).
Mit deutlichem Abstand folgt eine Gruppe weniger bedeutsamer Informationsquellen. Dazu gehören überregionale Tageszeitungen und Zeitschriften, die für jeweils weniger als die Hälfte der Befragten sehr oder eher wichtig sind (48 und 44 %). Die Bedeutung beider Medien nimmt aktuell weiter ab. Gleiches gilt für Veranstaltungen und Messen sowie Broschüren und Faltblätter. Beide waren und sind nur für je 39 Prozent der Befragten sehr oder eher wichtige Informationsquellen. In der Befragung 2017 wurden die Informationsquellen Informations- und Werbekampagnen und Social Media-Angebote neu abgefragt. Während erste etwas an Bedeutung verlieren (von 44 % auf 41 %), werden Social Media-Angebote für viele Bürger*innen etwas wichtiger (von 36 % auf 38 %).

Insgesamt sind also die klassischen Informationsmedien auch für das Thema „EU-Förderungen“ weiterhin ein guter Weg zur Informationsverbreitung. Sie kämpfen dort naturgemäß mit einer Vielzahl anderer, möglicherweise relevanterer, Themen. Eine entsprechend interessante und aufmerksamkeitsgenerierende Gestaltung ist dort also Pflicht. Gleichzeitig zeigt die Zunahme des Internets als Informationsquelle, dass dieser Weg für gezielte (also auch zielgruppenspezifische) Informationen immer interessanter wird. Hier kann der massenmediale Filter umgangen werden, auch dies benötigt aufgrund der Angebotsfülle im Internet jedoch ein gutes Konzept. Crossmediale Ansätze können die Wirksamkeit der Informationen weiter verstärken.

Grafik 2.40 – Frage P26: *Wie wichtig sind Ihnen folgende Quellen, um Informationen über die EU-Förderung zu erhalten?*



in Prozent aller Befragten, nur Antworten „sehr wichtig“ und „eher wichtig“

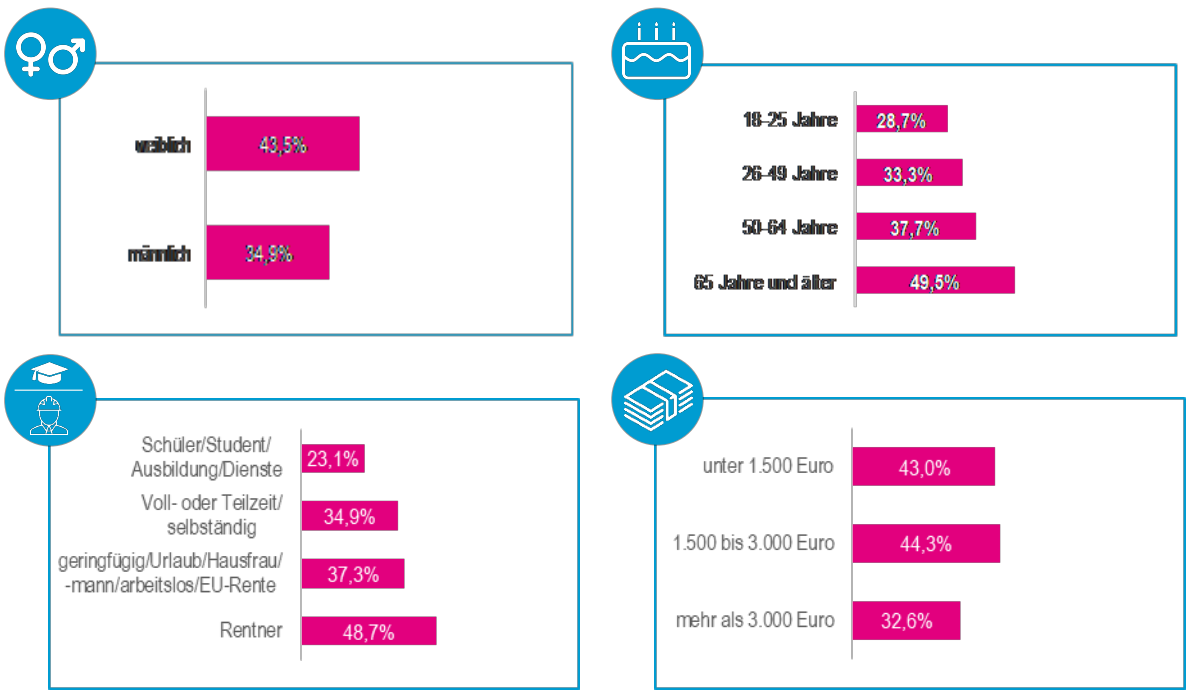
Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Die Unterschiede in der Bedeutung der Informationsquellen für die EU-Förderung entsprechen im Wesentlichen den gängigen Mediennutzungsdifferenzen. Im Folgenden vergleichen wir nur die Antworten „sehr wichtig“, um deutlichere Differenzierungen zu erhalten. Das wichtigste Medium für jüngere Befragte ist das Internet, je 46 Prozent der 18-25-Jährigen und der 26-49-Jährigen informieren sich darüber am meisten. Sie nennen von allen Befragten auch am häufigsten Social Media als wichtige Quelle (20 % gegenüber 8 % bei den Über-65-Jährigen). In der Gruppe der 50-64-Jährigen liegen Fernsehen und Internet in etwa gleichauf (38 % und 39 %). Befragte ab dem 65. Lebensjahr bevorzugen weiterhin das Fernsehen (50 %) und regionale Zeitungen (37 %).
Diese Verteilung spiegelt sich auch bei der Beschäftigungssituation wider: Während Personen, die sich auf dem Bildungsweg befinden oder Dienst leisten vermehrt das Internet und Soziale Medien zur Informationsbeschaffung heranziehen (62 % und 35 %), nutzen Rentner*innen, aber auch Personen mit geringfügiger oder keiner Beschäftigung stärker das Fernsehen (37 % und 49 %) und regionale Tageszeitungen (35 % und 34 %).

Die Nutzung des Fernsehens als Informationsmedium für EU-Förderungen ist vorwiegend für Personen mit niedrigen und mittleren Haushaltsnettoeinkommen von Interesse (43 % und 44 %). Demgegenüber informieren sich Personen mit mehr als 3.000 Euro Haushaltsnettoeinkommen häufiger über das Internet als andere (45 %). Jene mit mittlerem Einkommen nutzen eher regionale Zeitungen (35 %).

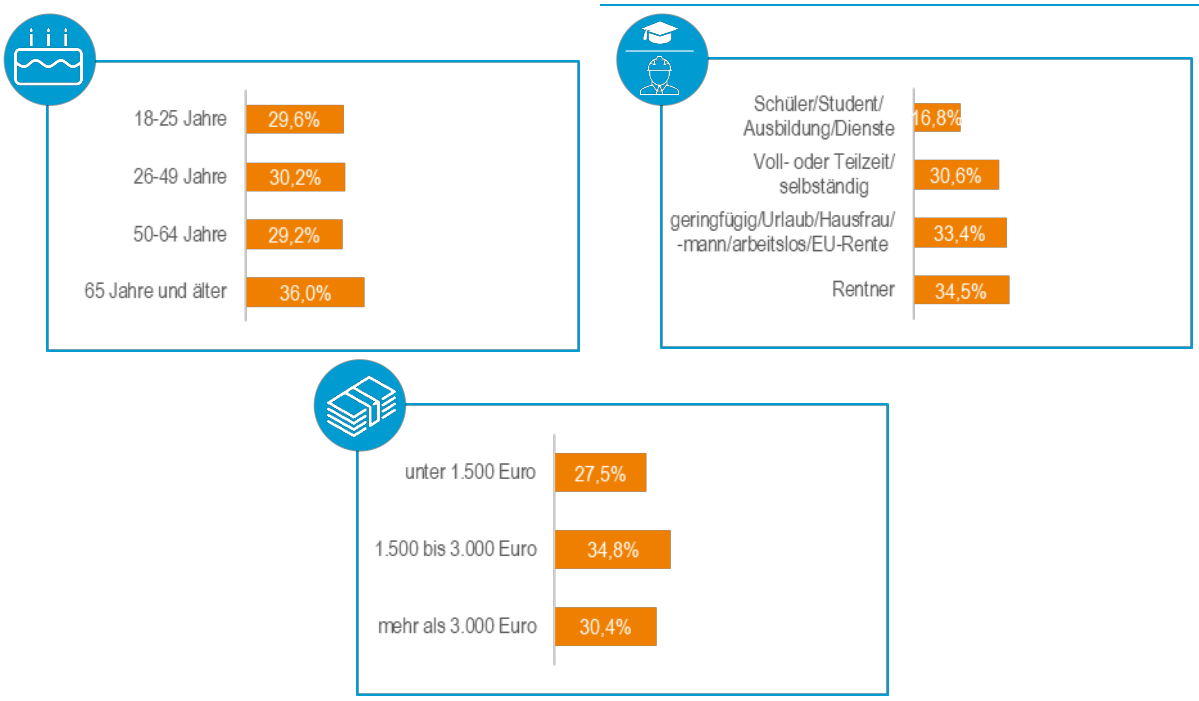
Frauen messen einigen Informationsquellen eine höhere Bedeutung bei als Männer. Besonders häufig nutzen sie das Fernsehen (44 %) und das Radio (37 %). Das Internet nutzen hingegen mehr Männer als Frauen (42 % zu 35 %). In den folgenden Grafiken sind alle signifikanten Unterschiede für jedes abgefragte Informationsmedium dargestellt.

Grafik 2.41 – Frage P26E: *Das Fernsehen ist als Informationsquelle über die EU-Förderung sehr wichtig.*



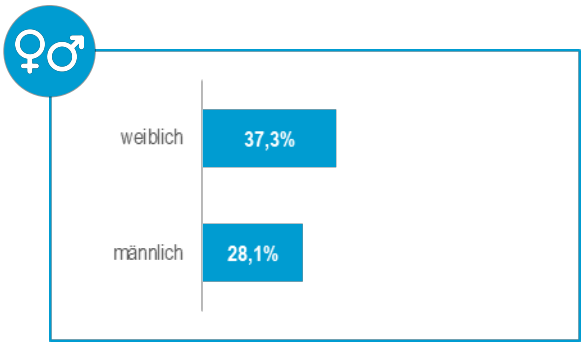
jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „sehr wichtig“

Grafik 2.42 – Frage P26B: *Regionale Zeitungen als Informationsquelle über die EU-Förderung sind sehr wichtig.*



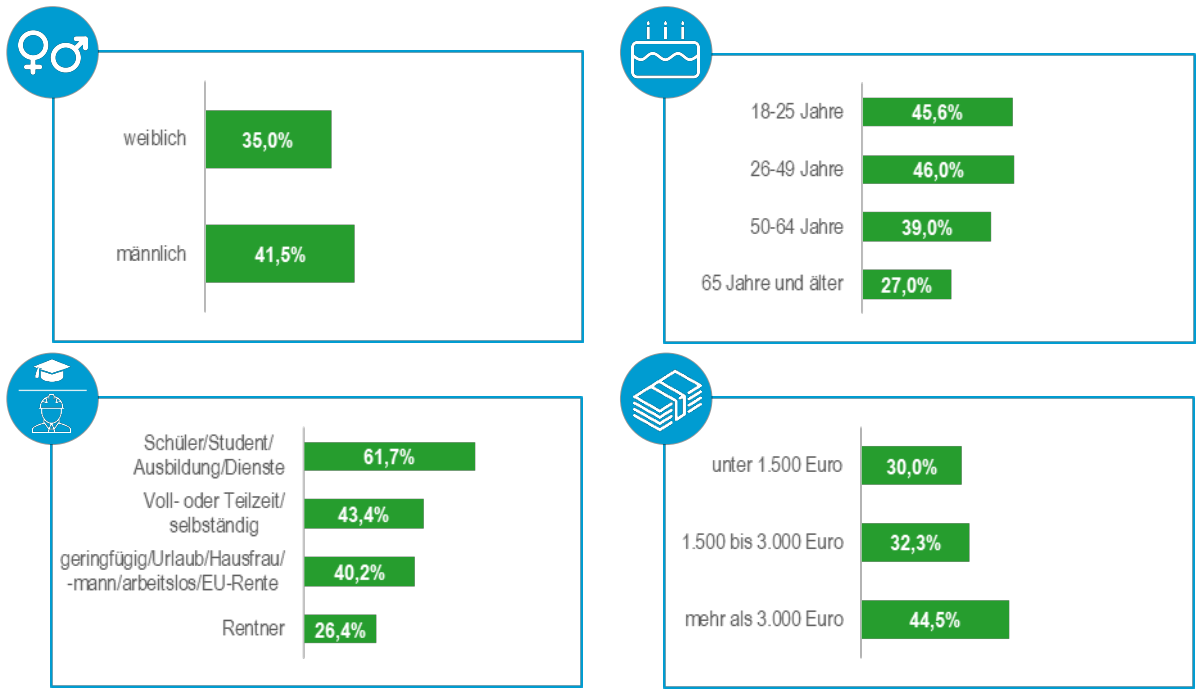
jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „sehr wichtig“

Grafik 2.43 – Frage P26F: *Das Radio ist als Informationsquelle über die EU-Förderung sehr wichtig.*



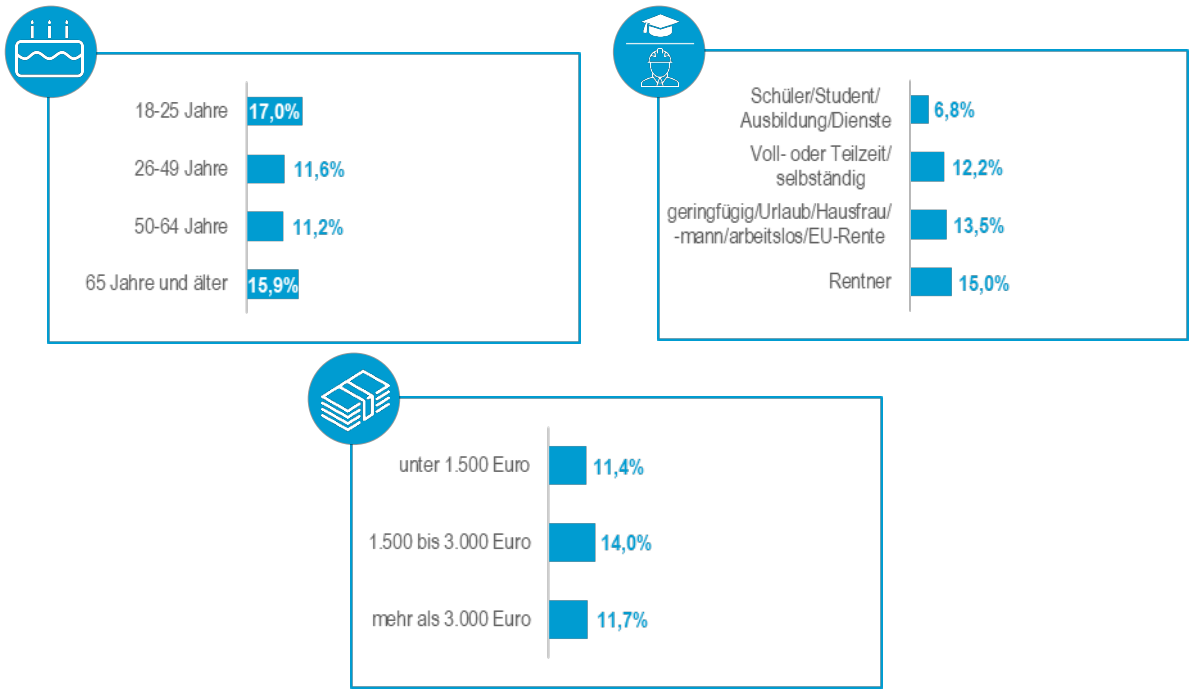
jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „sehr wichtig“

Grafik 2.44 – Frage P26G: *Das Internet ist als Informationsquelle über die EU-Förderung sehr wichtig.*



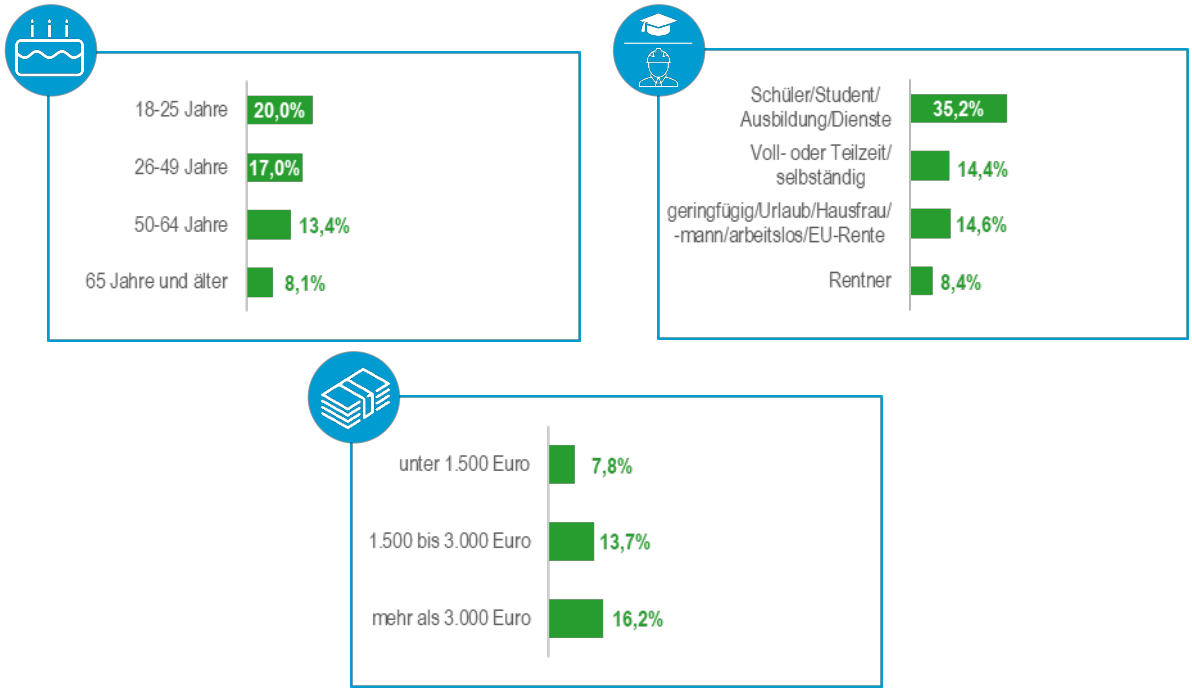
jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „sehr wichtig“

Grafik 2.45 – Frage P26D: *Zeitschriften sind als Informationsquelle über die EU-Förderung sehr wichtig.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „sehr wichtig“

Grafik 2.46 – Frage P26H: *Social Media ist als Informationsquelle über die EU-Förderung sehr wichtig.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „sehr wichtig“

2.2.3 Bekanntheit und Nutzung der landeseigenen Informationskanäle zur EU-Förderung

Die zuständigen Ministerien betreiben Kommunikationsaktivitäten zu den EU-Förderfonds über verschiedene Kanäle. Neben dem Weg über die Massenmedien können die Bürger*innen darüber auch direkt an Informationen zu den Fonds gelangen. Dazu müssen die Kanäle allerdings bekannt sein und genutzt werden. Am häufigsten trifft das auf die vielseitigen Internetangebote zur EU-Förderung in Brandenburg zu. Fast jede*r dritte Befragte kennt mindestens eine dieser Internetseiten (32 %), 11 Prozent gaben an, sie schon einmal genutzt zu haben (vgl. Grafik 2.47). Unter dem Kanal „Internetseiten zur Fondsförderung“ wurden die folgenden Internetangebote – die einzeln abgefragt wurden – zusammengefasst:

- esf.brandenburg.de
- efre.brandenburg.de
- eler.brandenburg.de
- eu-fonds.brandenburg.de
- brandenburg-da-geht-was.de

Deutlich weniger bekannt und genutzt sind Infostände auf Messen und Veranstaltungen: Knapp jede*r Fünfte kennt sie, nur 6 Prozent haben sie schon einmal genutzt. Den Newsletter BRANDaktuell kennen 11 Prozent der Bürger*innen, nur 2 Prozent geben allerdings an, ihn zu nutzen.

Grafik 2.47 – Frage P28: *Informationen über EU-Förderprogramme werden über verschiedene Kanäle bereitgestellt. Welche der folgenden Kanäle kennen Sie und welche davon haben Sie schon einmal für die Information über EU-Förderprogramme genutzt?*

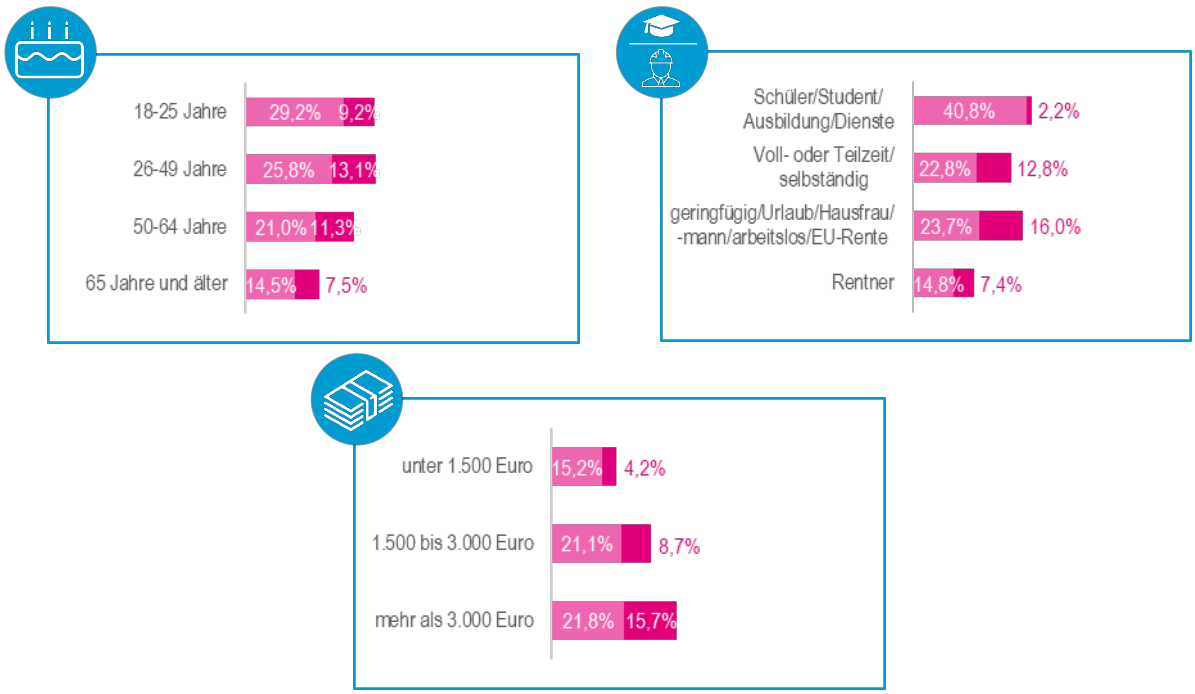
in Prozent aller Befragten | N=2.015

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

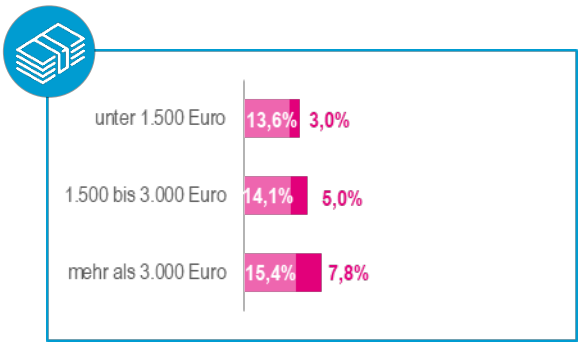
Bekanntheit und Nutzung der Internetseiten zur Fondsförderung stellen sich ähnlich dar wie die Nutzung des Internet als Informationsmedium generell: Bei den Jugendlichen bis 25 Jahre, aber auch bei den 26 bis 49-Jährigen sind sie am höchsten (38 % Bekanntheit, 9 % Nutzung und 39 % Bekanntheit, 13 % Nutzung), bei den Personen ab 65 Jahren am niedrigsten (22 % Bekanntheit, 8 % Nutzung). Neben Personen auf dem Bildungsweg und Dienst leistenden (die in etwa der Gruppe der Jugendlichen entsprechen), kennen und nutzen vor allem solche mit geringfügiger oder keiner beruflichen Beschäftigung die Internetseiten. Gleiches gilt für Personen in der höchsten Gruppe des Haushaltsnettoeinkommens (3.000 Euro, vgl. Grafik 2.48).

Bei den anderen Informationskanälen sind nur vereinzelt differenzierte Nutzungsmuster erkennbar. So werden Infostände auf Messen und Veranstaltungen vor allem von Personen mit höherem Haushaltsnettoeinkommen gekannt (15 %) und genutzt (8 %, vgl. Grafik 2.49). Und auch der Newsletter BRANDaktuell wird überdurchschnittlich häufig von Personen mit höherem Haushaltsnettoeinkommen gekannt (14 %, vgl. Grafik 2.50).

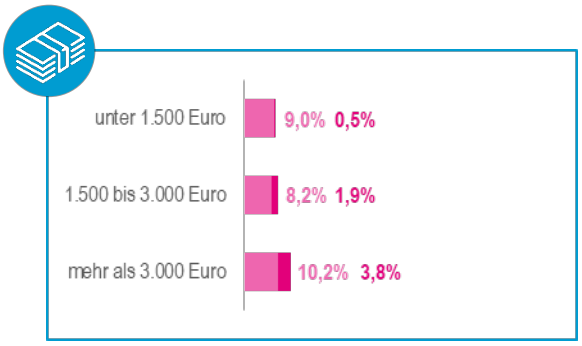
Grafik 2.48 – Frage P28A-E (neu gebildet): *Ich kenne/nutze Internetseiten zur Fondsförderung.*



Grafik 2.49 – Frage P28I: *Ich kenne/nutze Infostände auf Messen und Veranstaltungen.*



Grafik 2.50 – Frage P28G: *Ich kenne/nutze den Newsletter BRANDaktuell*

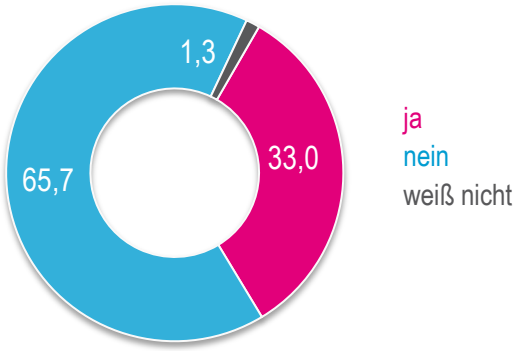


jeweils in Prozent aller Befragten | hell = Bekanntheit ohne Nutzung, dunkel = Nutzung

2.2.4 Bekanntheit der Imagekampagnen

Um die EU-Förderung in Brandenburg bekannter zu machen, führten die zuständigen Ministerien bis zum Jahr 2018 Informations- und Imagekampagnen durch, die letzte unter dem Titel „#BrandenburgDaGehtWas“. Diese ist noch 33 Prozent der Befragten bekannt (vgl. Grafik 2.51). Das ist aus unserer Sicht ein sehr hoher Wert für ein Thema, das sonst eher nicht (bewusst) im Alltag der Bürger*innen stattfindet. Allerdings muss einschränkend gesagt werden, dass diese am Telefon angegebene Bekanntheit die reale tendenziell überschätzt. Wie schon bei der gestützten Bekanntheit der Förderfonds können hier eine falsche Erinnerung oder Verwechslung sowie die soziale Erwünschtheit die Antworten verfälschen.

Grafik 2.51 – Frage P29: *Kennen Sie die Informationskampagne der EU-Fonds in Brandenburg mit dem Titel „#BrandenburgDaGehtWas“?*

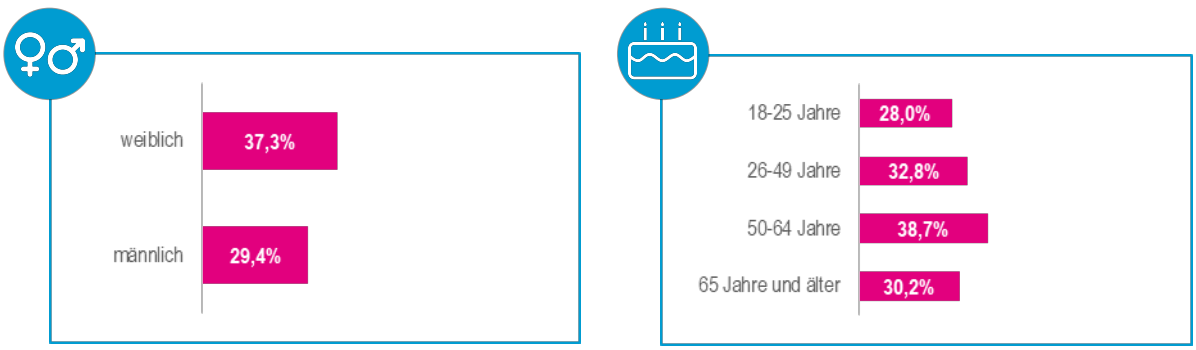


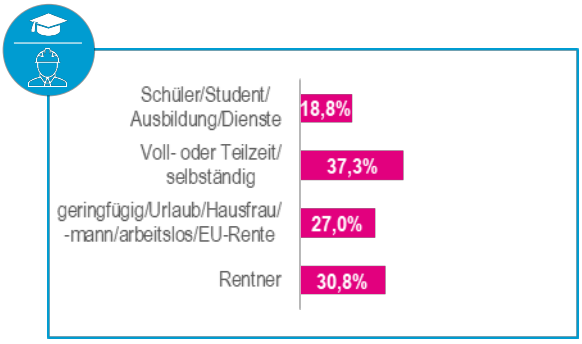
in Prozent aller Befragten | N=2.015

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Die Kampagne #BrandenburgDaGehtWas ist vor allem Frauen, Personen zwischen 50 und 64 Jahren und Voll- oder Teilzeiterwerbstätigen bekannt (37 %, 39 % und 37 %, vgl. Grafik 2.52).

Grafik 2.52 – Frage P29A: *Ich kenne die Kampagne „Brandenburg – auch ganz schön“.*



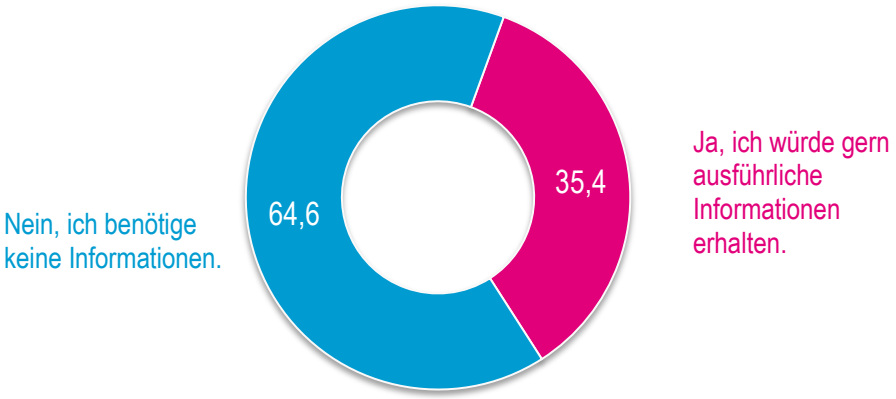


jeweils in Prozent aller Befragten

2.2.5 Informationswünsche in der Bevölkerung

Die Frage nach den Informationswünschen in der Bevölkerung wurde ab dem Jahr 2017 modifiziert gestellt, indem zunächst abgefragt wurde, *ob* überhaupt der Wunsch nach ausführlichen Informationen besteht, bevor die gewünschten Themen genannt werden sollten. 35 Prozent der Befragten äußerten den Wunsch nach ausführlichen Informationen über verschiedene Themen der EU-Förderung (vgl. Grafik 2.53), 5 Prozent weniger als 2017.

Grafik 2.53 – Frage P27: *Würden Sie über verschiedene Themen der EU-Förderung gerne ausführliche Informationen erhalten?*

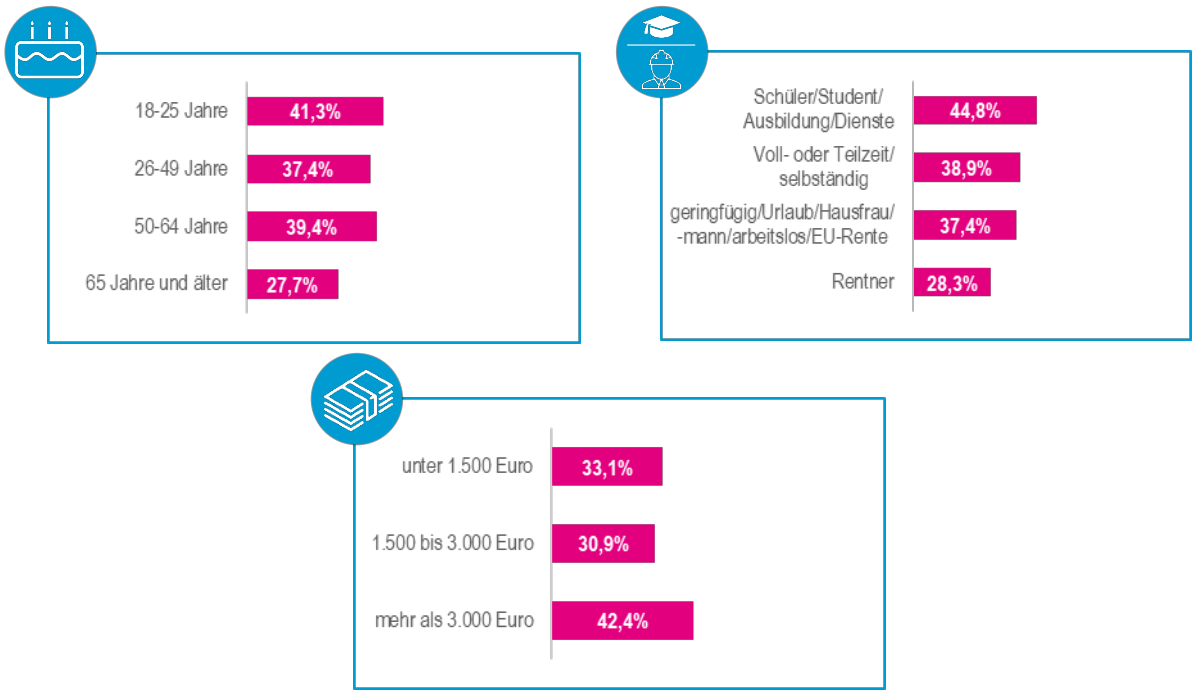


in Prozent aller Befragten | N=2.015

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Der Informationswunsch ist vom Alter, der Beschäftigungssituation und vom Haushaltsnettoeinkommen abhängig: Das Informationsinteresse ist bei Personen zwischen 18 und 64 Jahren etwa ähnlich ausgeprägt (zwischen 37 und 41 Prozent), bei den älteren Befragten sinkt es auf 28 Prozent. Ein stärkeres Interesse an Informationen haben Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen über 3.000 Euro (42 %, vgl. Grafik 2.54).

Grafik 2.54 – Frage P27: *Ich würde gern ausführliche Informationen zu verschiedenen Themen der EU-Förderung erhalten.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

Wenn jemand ausführliche Informationen wünscht, dann am meisten dazu, welche Projekte in der Nähe gefördert wurden oder werden (91 %). Danach folgen, wie viel Geld Brandenburg erhält (82 %) und welche Fördermöglichkeiten es gibt (77 %). Am wenigstens von Interesse ist – wie auch in den Jahren zuvor – wo man sich zu EU-Fördermöglichkeiten beraten lassen kann (59 %, vgl. Grafik 2.55). Diese Verteilung ist zu 2017 im Großen und Ganzen stabil geblieben.

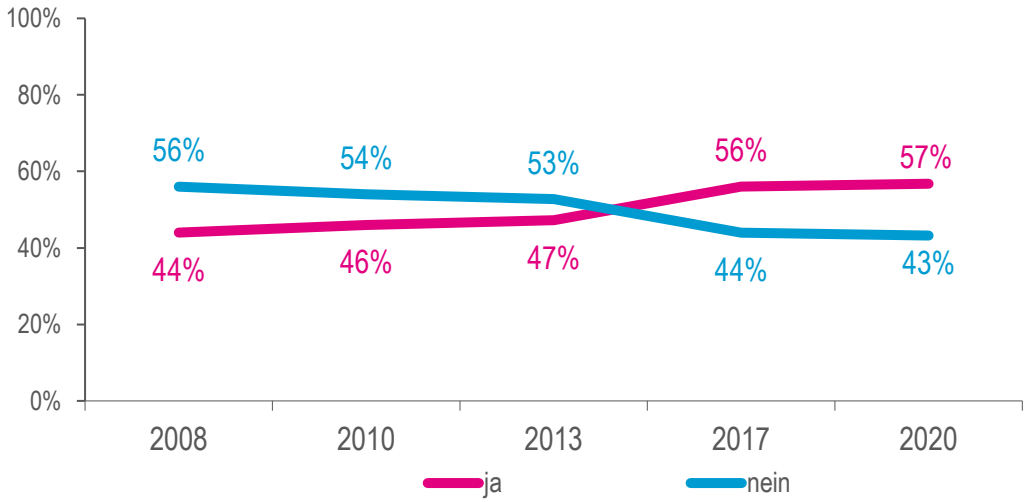
Grafik 2.55 – Frage P27A-F: *Über welche Themen bezogen auf die EU-Förderung würden Sie gerne ausführliche Informationen erhalten?*

in Prozent aller Befragten, die sich mehr Informationen wünschen | N=710

2.3 Einstellung zur Europawahl

Zum Abschluss des Interviews wurden die Befragten um ihre Einschätzung gebeten, ob sie mit ihrer Stimme bei der Europawahl die Politik des Europäischen Parlamentes beeinflussen könnten. Hier ist seit 2013 eine deutlich positive Entwicklung erkennbar. Während bis dahin die Gruppe derjenigen, die den Europawahlen eine entsprechende Bedeutung zumaß, in der Minderheit war und nur sehr leicht zunahm, ist sie in 2017 mit 56 Prozent und aktuell mit 57 Prozent in der Mehrheit (vgl. Grafik 2.56). Das bedeutet einen Anstieg von 2013 um 10 Prozentpunkte.

Grafik 2.56 – Frage P30: *Stimmen Sie folgender Aussage zu? „Mit den Wahlen zum Europäischen Parlament kann ich die Politik der EU beeinflussen."*

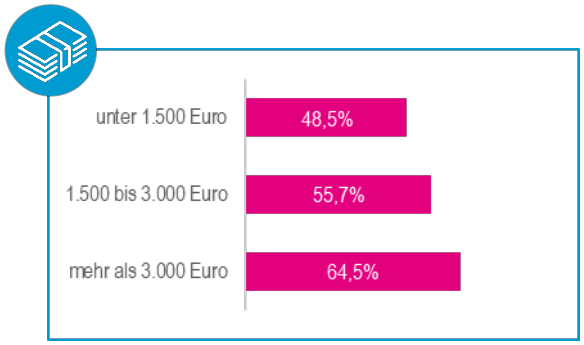


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht", 2008: N=1.057 | 2010: N=988 | 2013: N=977 | 2017: N=1.947 | 2020: N=1.947

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Wie auch in 2017 zeigt sich, dass mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen Personen stärker der Aussage zustimmen, dass man mit seiner Stimme zur Europawahl die Politik der EU beeinflussen könne. Zwei Drittel der Personen mit höherem Haushaltsnettoeinkommen sind dieser Auffassung (vgl. Grafik 2.57).

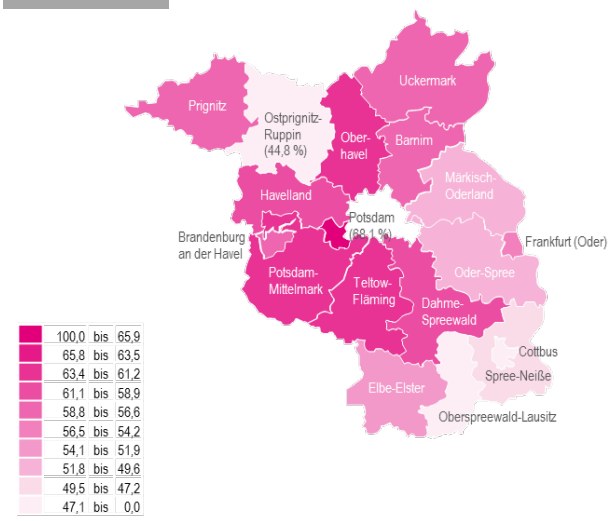
Grafik 2.57 – Frage P30: *Mit den Wahlen zum Europäischen Parlament kann ich die Politik der EU beeinflussen.*



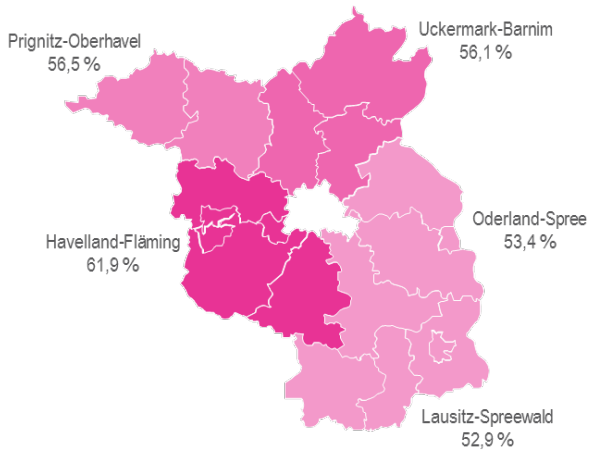
jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

Grafik 2.58 – Frage P30: *Mit den Wahlen zum Europäischen Parlament kann ich die Politik der EU beeinflussen.*

Landkreise



Planungsregionen



jeweils in Prozent aller gültigen Antworten | nur „ja“ | Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

3 Ergebnisse der Unternehmensbefragung

Methodische Eckdaten

Fallzahl:	751
Feldzeit:	30. September bis 23. Oktober 2020, 9.00 bis 16.00 Uhr
Methode:	CATI-Interviews aus dem Telefonlabor der aproxima GmbH
Zielpopulation:	Betriebe im Land Brandenburg in vorgegebenen Branchen (Land- und Forstwirtschaft, produzierendes Gewerbe, Handel und Gastgewerbe, Ernährungswirtschaft, Verkehr und Dienstleistungen, Non-Profit)

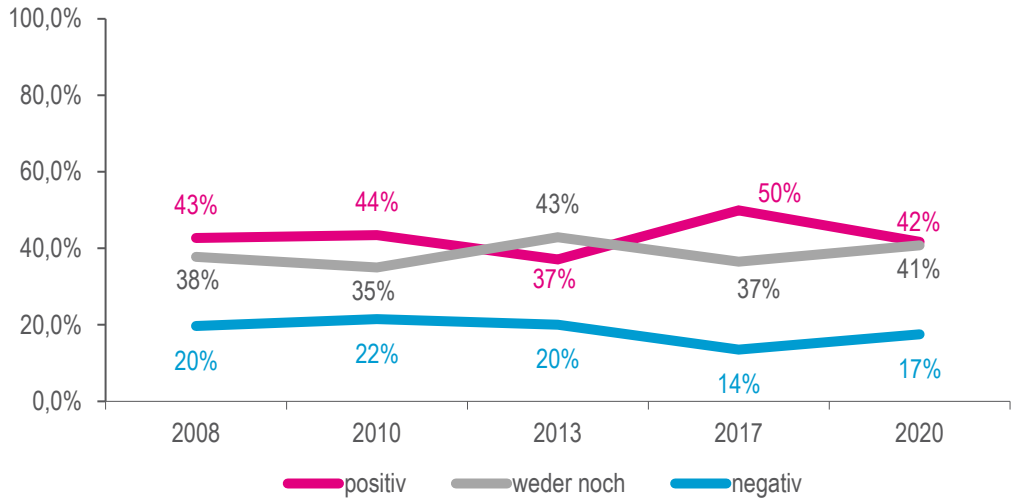
Ein detaillierter Bericht zur Methodik und Vorgehensweise findet sich in Kapitel 5.

3.1 Image und Bekanntheitsgrad

3.1.1 Einstellung gegenüber der EU-Förderpolitik

Die Einstellung der befragten Unternehmen zur EU-Förderpolitik unterlag zwischen 2008 und 2020 einigen Schwankungen. Nach einer leicht abnehmenden Tendenz bis 2013 stieg der Anteil der Unternehmen, welche die EU-Förderpolitik positiv sehen, zwischen 2013 und 2017 von 37 auf 50 Prozent. Aktuell fällt er allerdings wieder auf 42 Prozent (vgl. Grafik 3.1). Entsprechend steigen die Anteile für negative (14 auf 17 %) und neutrale (37 auf 41%) Positionen. Die Entwicklung in der Bevölkerung ist nicht ganz so stark, hier sinkt der Wert der positiven Einstellung nur um 2 Prozentpunkte auf 69 Prozent.

Grafik 3.1 – Frage U1: *Ganz allgemein gesprochen, sehen Sie die EU-Förderpolitik? Sehen Sie sie positiv, weder positiv noch negativ oder negativ?*

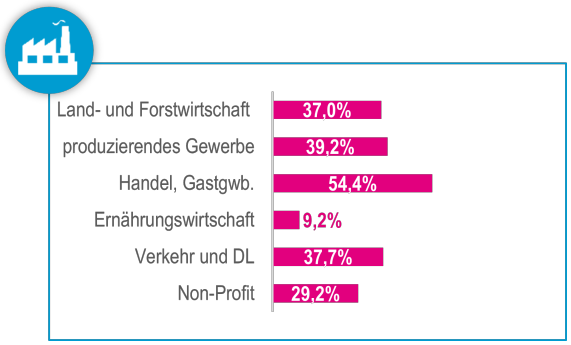


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=508 | 2010: N=474 | 2013: N=464 | 2017: N=678 | 2020: N=665

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Besonders positiv stehen der Handel und das Gastgewerbe der EU-Förderpolitik gegenüber: Während in allen anderen Branchen der Wert für die positive Einstellung zwischen 29 und 39 Prozent pendelt, liegt er bei Unternehmen aus dem Handel und Gastgewerbe bei 54 Prozent. Am kritischsten ist die Ernährungswirtschaft der EU-Förderpolitik gegenüber eingestellt. Lediglich 9 Prozent bewerten diese positiv (vgl. Grafik 3.2).

Grafik 3.2 – Frage U1: *Wir sehen die EU-Förderpolitik positiv.*

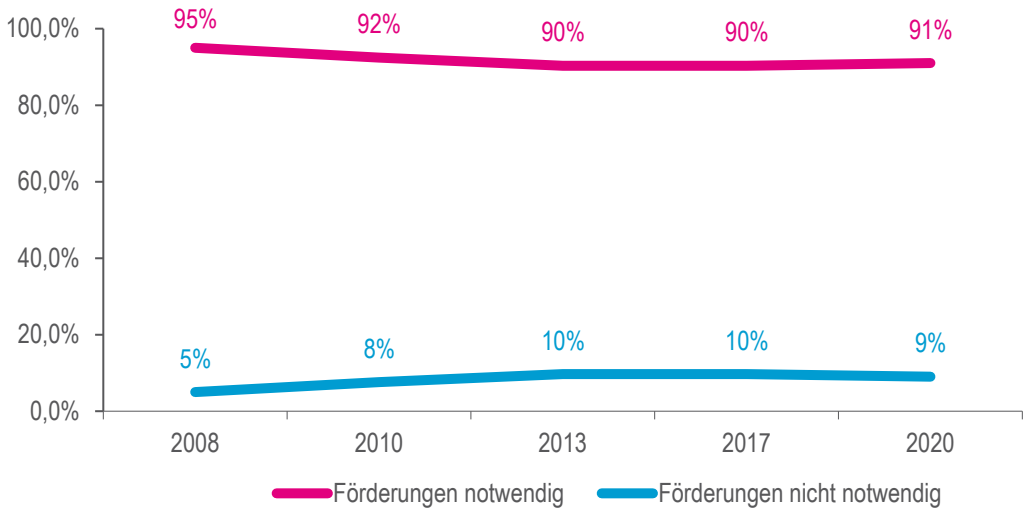


jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

3.1.2 Notwendigkeit von EU-Förderungen in Brandenburg

Die Ansicht, dass EU-Förderungen in Brandenburg notwendig sind, ist etwa auf dem gleichen Niveau verblieben wie 2013: Mit 91 Prozent aller Unternehmen ist die überwiegende Mehrheit der Ansicht, dass Brandenburg eines der Gebiete der Europäischen Union ist, das finanzielle Förderung aus EU-Mitteln braucht. Der leichte Abwärtstrend in dieser Frage seit Beginn der Messungen ist damit gestoppt (vgl. Grafik 3.3).

Grafik 3.3 – Frage U4A: *Meinen Sie, dass Brandenburg eines der Gebiete der Europäischen Union ist, das finanzielle Förderung aus EU-Mitteln braucht?*



in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=521 | 2010: N=503 | 2013: N=486 | 2017: N=723 | 2020: N=713

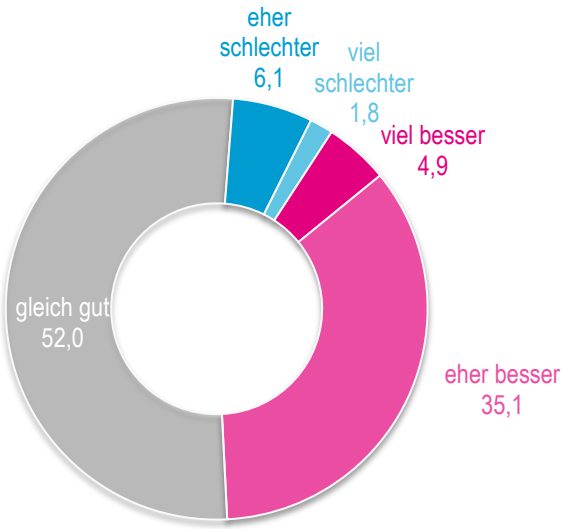
Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2017

Es zeigen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Unternehmensgruppen.

3.1.3 Profit von EU-Förderungen in Brandenburg

Wie bereits in der Bevölkerungsbefragung festgestellt, zeigen sich auch bei den Unternehmen deutliche Unterschiede, ob der Nutzen der EU-Förderungen bezogen auf Brandenburg oder das eigene Unternehmen gesehen wird. So sah die große Mehrheit der Unternehmen den Nutzen für Brandenburg, im Jahr 2017 waren es zuletzt 91 Prozent. Doch in der 2020 neu gestellten Frage, ob es ihrem Unternehmen durch die EU-Förderungen in Brandenburg besser, gleich oder schlechter gehe, sagten nur 40 Prozent, es gehe dem Unternehmen dadurch viel oder eher besser. Für die Hälfte der Unternehmen blieb die eigene Lage in Brandenburg auch mit EU-Förderungen unverändert. Ein geringer Teil von acht Prozent gibt an, dass es ihm durch die Förderpolitik schlechter geht (vgl. Grafik 3.4).

Grafik 3.4 – Frage U5Neu: *Geht es Ihrem Unternehmen durch die EU-Förderungen in Brandenburg besser oder schlechter?*



in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2020: N=612

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Die Land- und Forstwirtschaft profitiert nach eigenen Angaben am stärksten von den EU-Förderungen, während die Ernährungswirtschaft den geringsten Nutzen wahrnimmt. Drei von fünf Unternehmen aus der Land- und Forstwirtschaft geben demnach an, dass es ihrem Unternehmen durch die EU-Förderungen in Brandenburg (viel) besser geht. Bei Unternehmen aus der Ernährungswirtschaftsbranche trifft das nur auf 16 Prozent zu. Unterschiede zeigen sich auch in den Planungsregionen, wo Prignitz-Oberhavel und Uckermark-Barnim die stärksten Profiteure sind.

Grafik 3.5 – Frage U5Neu: *Geht es Ihrem Unternehmen durch die EU-Förderungen in Brandenburg besser oder schlechter?*

in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2020: N=612 | Karte: Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

3.1.4 Bekanntheitsgrad und Nutznießer der EU-Förderinstrumente

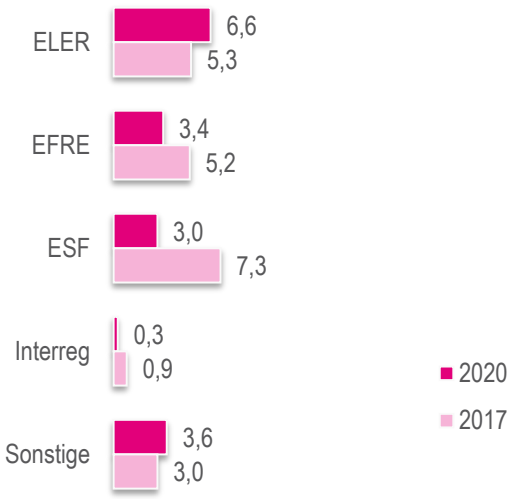
3.1.4.1 Bekanntheitsgrad der EU-Förderinstrumente

Wie auch bei der Bevölkerung wurde zur Ermittlung der Bekanntheit zunächst die offene Frage gestellt:

> *„Drei Europäische Förderfonds unterstützen die Entwicklung Brandenburgs in den Bereichen Wirtschaft, Beschäftigung und Landwirtschaft/ländliche Entwicklung. Können Sie einen oder mehrere benennen?“*

Anders als 2017 konnten diesmal die Befragten in den Unternehmen am häufigsten den ELER erinnern (7 %), die beiden anderen Fonds liegen mit etwas Abstand dahinter (3 %, vgl. Grafik 3.6). Die ungestützte Erinnerung des ELER ist damit bei den Unternehmen höher als in der Bevölkerung, liegt allerdings immer noch deutlich unter 10 Prozent. Auch hier spielt sich also das Thema EU-Förderung nicht im „Top of mind“ der meisten Befragten ab. Aufgrund der geringen Prozentzahlen sollten auch die Schwankungen nicht überbewertet werden.

Grafik 3.6 – Frage U3: *Drei Europäische Förderfonds unterstützen die Entwicklung Brandenburgs in den Bereichen Wirtschaft, Beschäftigung und Landwirtschaft/ländliche Entwicklung. Können Sie einen oder mehrere benennen?*

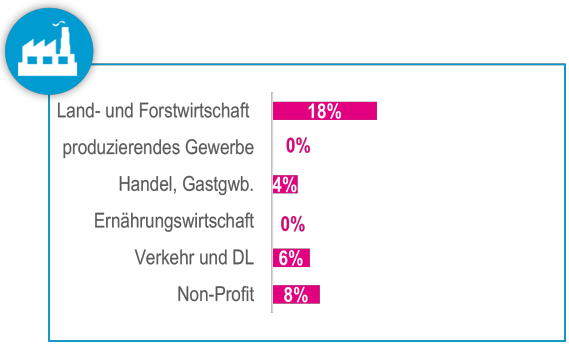


in Prozent aller Befragten, N=750

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Der ELER ist vor allem Befragten aus der Land- und Forstwirtschaft ein Begriff (18 %, vgl. Grafik 3.7), wo er auch hauptsächlich zum Einsatz kommt.

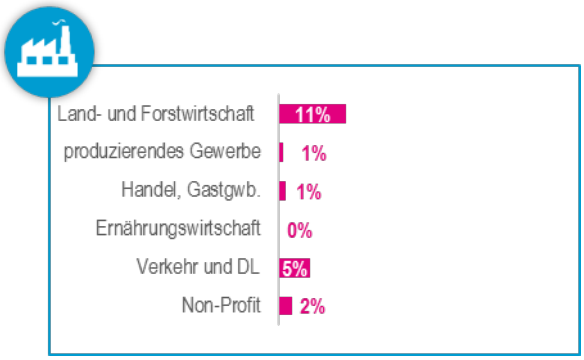
Grafik 3.7 – Frage U3: *ELER ungestützt genannt*



jeweils in Prozent aller Befragten

Auch der EFRE ist der Land- und Forstwirtschaft überdurchschnittlich bekannt (11 %). Mit deutlichem Abstand folgend die Bereiche Verkehr und Dienstleistungen (5 %) sowie Non-Profit (2 %). Beim ESF zeigten sich keine signifikanten Unterschiede in den Unternehmensgruppen.

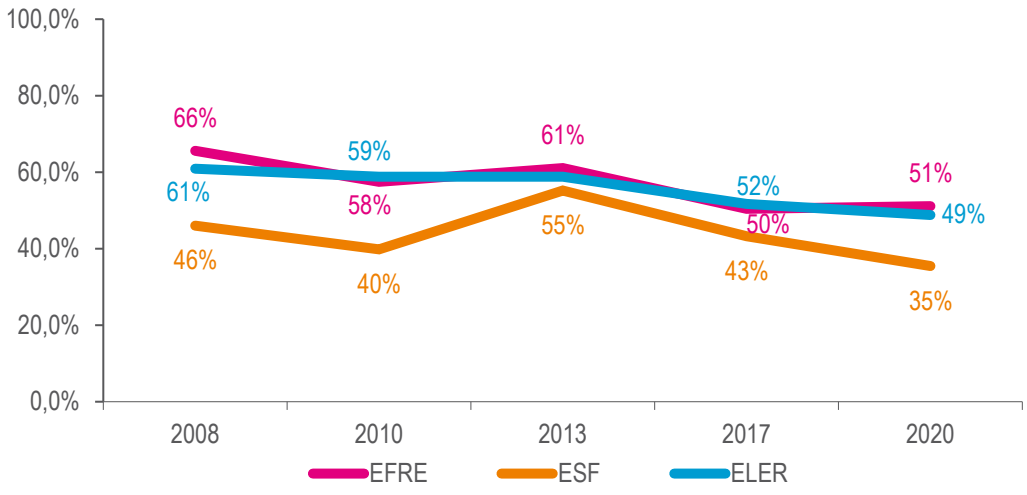
Grafik 3.8 – Frage U3: *EFRE ungestützt genannt*



in Prozent aller Befragten

Während die gestützte Bekanntheit aller drei Fonds seit 2013 in der Bevölkerung stabil geblieben ist, ist sie bei den Unternehmensvertreter*innen weiter gesunken. Einzig der EFRE wird wieder etwas mehr erinnert und erreicht damit den höchsten Bekanntheitsgrad. Knapp dahinter liegt der ELER mit 49 Prozent Bekanntheit, der in 2017 mit 52 Prozent noch der bekannteste Fonds war. Hingegen deutlich gesunken ist 2020 zu 2017 die Bekanntheit des ESF. Nur noch 35 Prozent aller Befragten geben an, zumindest schon einmal von ihm gehört zu haben. 2017 waren das noch 43 Prozent (vgl. Grafik 3.9). Damit sind der ESF und der ELER bei den Unternehmen noch unbekannter als in der Bevölkerung (45 % und 48 %). Alle diese negativen Veränderungen sind statistisch signifikant. Nur ein kleiner Teil davon ist erklärbar durch die Zusammensetzung der Stichprobe seit der Erhebung 2017: Sie enthält (nach der Repräsentativgewichtung) mehr Kleinstunternehmen bis 9 Mitarbeiter*innen als in den Vorjahren 2008 bis 2013. Damit kann geringfügig der Abstieg von 2013 auf 2017 erklärt werden. Wahrscheinlicher ist jedoch eine andere Erklärung, da der Abwärtstrend von 2017 zu 2020 weiter besteht. Ein Grund dafür könnte sein, dass die Förderungen so angelegt sind, dass Fördersummen und -möglichkeiten im Laufe der Jahre sinken. Die abnehmende Bekanntheit kann also auch als Erfolg der Fondsförderung interpretiert werden: Je weniger Unternehmen eine Förderung benötigen, desto weniger kennen sie natürlich auch.

Grafik 3.9 – Frage U5-7A: *Ist Ihnen eines der folgenden EU-Förderinstrumente, wenn auch nur dem Namen nach, bekannt?*

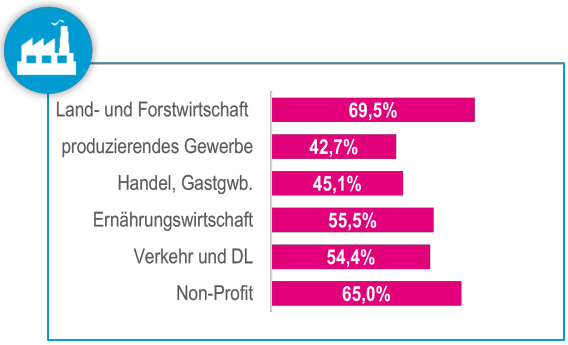


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | alle Veränderungen sind signifikant

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Mit Blick auf die Branchen kennen überdurchschnittlich viele Befragte aus der Land- und Forstwirtschaft den EFRE auf Nachfrage (70 %) – wie auch bei der ungestützten Bekanntheit. Weniger bekannt ist der Fonds im produzierenden Gewerbe (43 %) sowie in Handel und Gastgewerbe (45 %, vgl. Grafik 3.10).

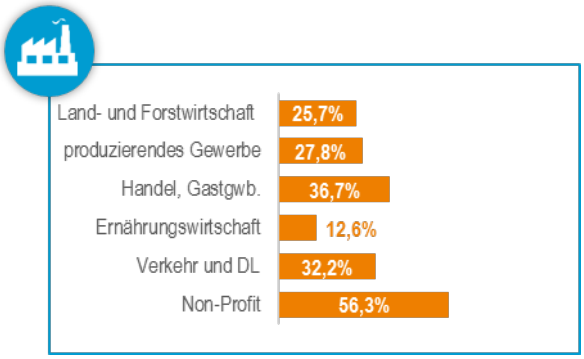
Grafik 3.10 – Frage U5A: *Ich kenne den EFRE.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

Der ESF ist am bekanntesten im Non-Profit-Bereich, wo ihn gut die Hälfte der Befragten auf Nachfrage kennt. Unternehmensvertreter*innen aus der Land- und Forstwirtschaft sowie der Ernährungswirtschaft wissen am wenigsten mit ihm anzufangen (26 und 13 Prozent, vgl. Grafik 3.11).

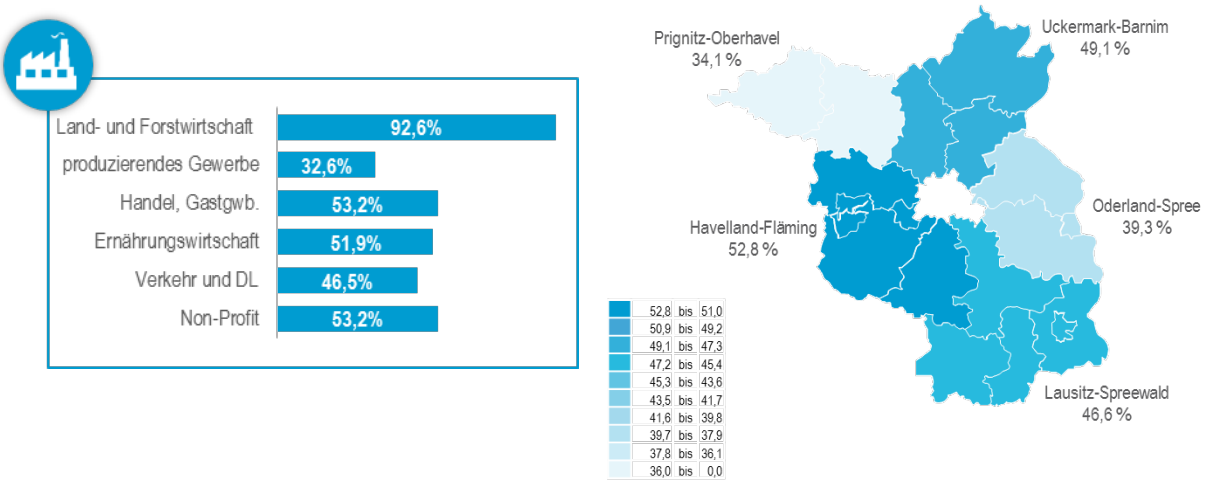
Grafik 3.11 – Frage U6A: *Ich kenne den ESF.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

In der Land- und Forstwirtschaft kennt dafür praktisch jede*r Befragte den ELER (93 %). Hier besitzt er auch seine wesentlichen Einsatzfelder. Am wenigsten bekannt ist er im produzierenden Gewerbe sowie in Handel und im Verkehr und Dienstleistungssektor (vgl. Grafik 3.12). Überdurchschnittliche Bekanntheit genießt der Fonds in der Region Havelland-Fläming (53 %).

Grafik 3.12 – Frage U7A: *Ich kenne den ELER.*

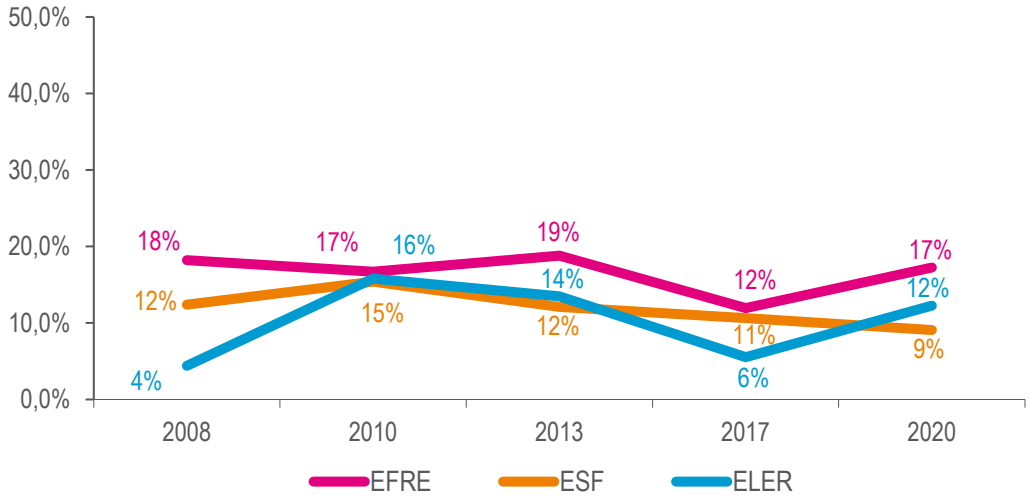


jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | Karte: Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

3.1.4.2 Nutznießer der EU-Förderinstrumente

Diejenigen Unternehmen, die angaben, einen Fonds zu kennen, wurden danach gefragt, ob sie bereits von diesem Fonds profitiert haben. Diese Quote ist bei der Unternehmensbefragung erwartungsgemäß höher als bei der Bevölkerung. Während beim ESF auch hier die Werte sinken, steigen sie hingegen bei den beiden anderen Fonds wieder an, nachdem sie 2017 ebenfalls gesunken waren. Vom EFRE profitieren danach 17 Prozent der Unternehmen, bei denen der Fonds bekannt ist, in 2017 waren es 12 Prozent. Beim ELER steigt der Wert von 6 Prozent auf 12 Prozent. Am seltensten profitiert haben die Unternehmen 2020 vom ESF (9 %), hier sank der Wert seit 2010 um 6 Prozentpunkte (vgl. Grafik 3.13).

Grafik 3.13 – Frage U5-7B: *Und hat Ihr Unternehmen bereits von einem dieser Fonds profitiert?*

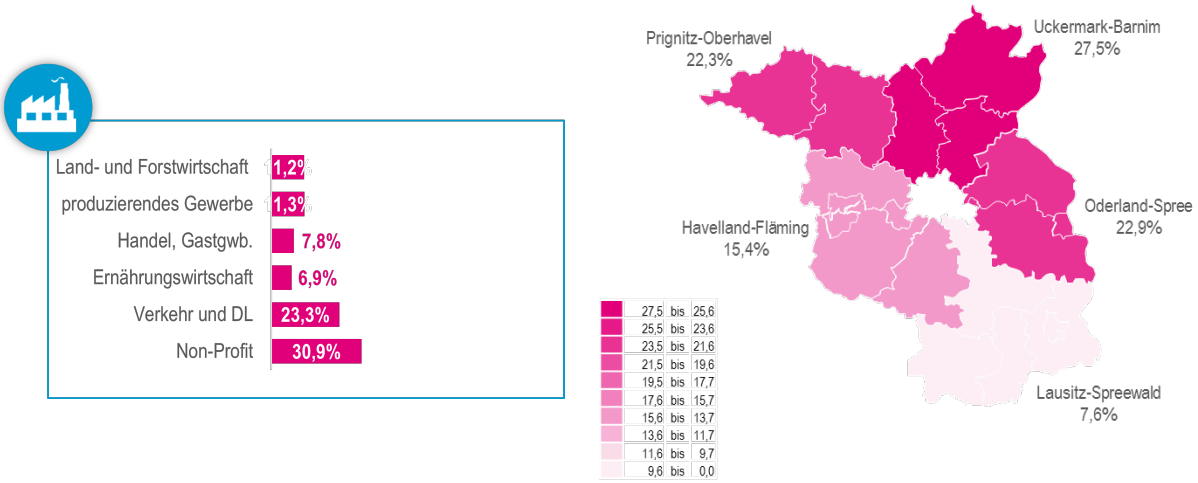


in Prozent der Befragten, die den jeweiligen Fonds kennen | Veränderungen bei EFRE und ELER sind signifikant

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

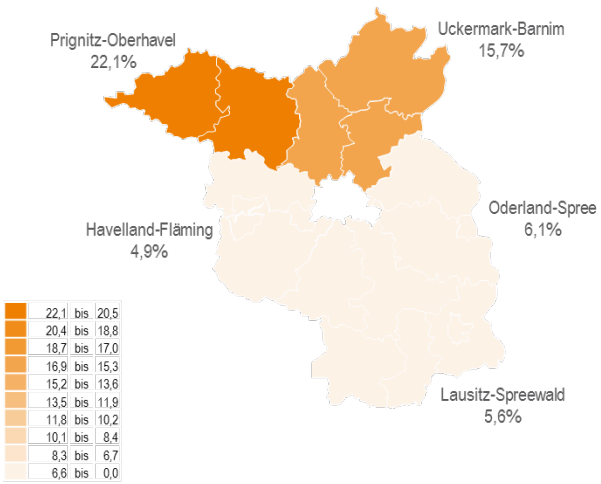
Eine Branchenspezifik zeigen sich beim EFRE und ELER: Demnach sagen 31 Prozent der Unternehmen in Non-Profit Bereichen, sie hätten bereits von EFRE profitiert. Beim ELER profitierten 53 Prozent der befragten Unternehmensvertreter*innen – deutlich mehr als in den anderen Branchen (vgl. Grafik 3.14 und 3.16). Sowohl beim EFRE als auch beim ESF geben sichtbar mehr Unternehmen aus den nördlichen Planungsregionen an, sie hätten bereits von den Förderungen profitiert. Beim ELER sind es vor allem Unternehmen aus der Regionen Regionen Prignitz-Oberhavel und Oderland-Spree (vgl. Grafik 3.14).

Grafik 3.14 – Frage U5B: *Unser Unternehmen hat bereits vom EFRE profitiert.*



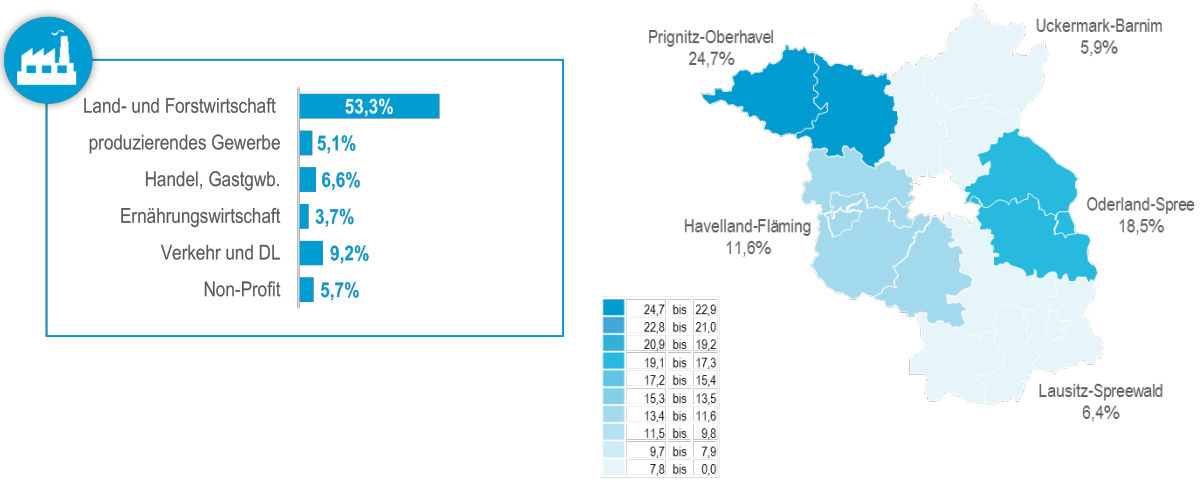
jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | Karte: Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

Grafik 3.15 – Frage U6B: *Unser Unternehmen hat bereits vom ESF profitiert.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

Grafik 3.16 – Frage U7B: *Unser Unternehmen hat bereits vom ELER profitiert.*



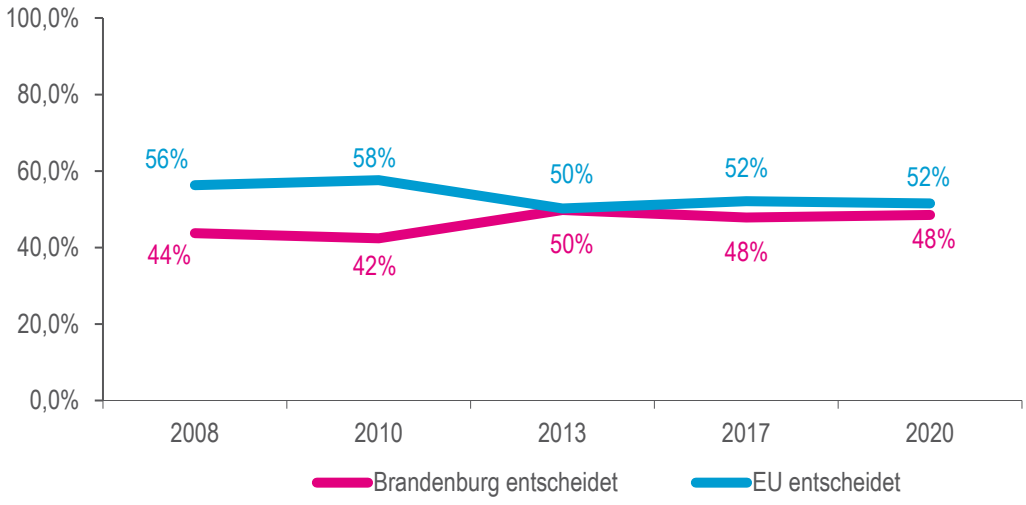
jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

3.1.5 Wahrnehmung der EU-Förderung in Brandenburg

3.1.5.1 Ort der Entscheidung über den EU-Fördermitteleinsatz

Nachdem im Jahr 2013 je 50 Prozent der befragten Ansprechpartner*innen in den Unternehmen meinten, die Entscheidung falle in Brandenburg bzw. in Brüssel, ist seit 2017 der Anteil derjenigen, die sie in Brandenburg verorten, wieder leicht gesunken und bleibt 2020 bei dem Wert von 48 Prozent (vgl. Grafik 3.17). Die Entwicklung ist allerdings nicht signifikant. Das bedeutet, dass die Kenntnis über die Entscheidungshoheit von Brandenburg seit Beginn der Messungen leicht gestiegen ist, der steigende Trend seit 2013 allerdings stagniert.

Grafik 3.17 – Frage U12: *Wer, glauben Sie, entscheidet in erster Linie über den Einsatz der Fördermittel - das Land Brandenburg oder die EU?*



in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=524 | 2010: N=510 | 2013: N=502 | 2017: N=701 | 2020: N=682

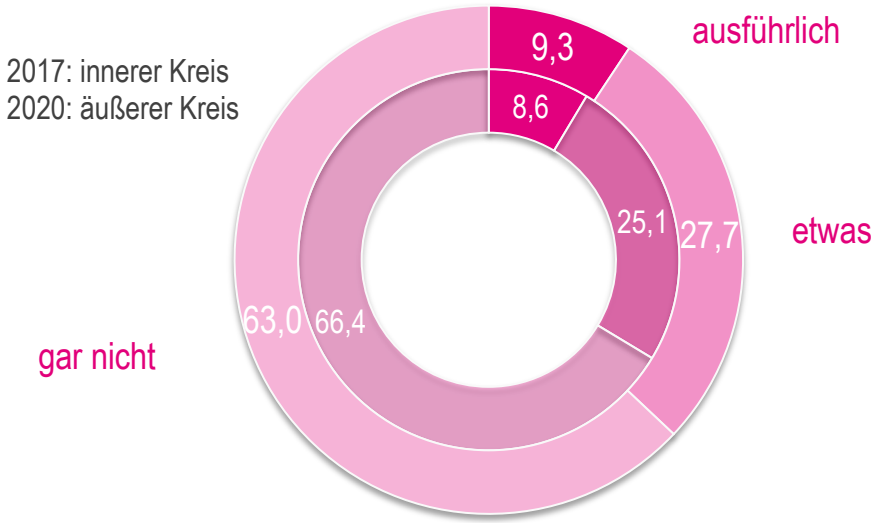
Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2017

Zwischen den Unternehmensgruppen zeigen sich in 2020 keine signifikanten Unterschiede.

3.1.5.2 Beschäftigung mit den Möglichkeiten der Europäischen Förderung

Die Unternehmen selbst haben sich in der Mehrheit noch nicht mit den Möglichkeiten der Europäischen Förderung beschäftigt. Nur in jedem vierten von ihnen fand eine oberflächliche Beschäftigung statt, 9 Prozent haben dies bereits ausführlich getan (vgl. Grafik 3.18). Im Vergleich zu 2017 stiegen beide Werte geringfügig an. Dennoch besteht weiterhin ein großes Informationspotenzial, zum Beispiel durch ein noch aktiveres Zugehen auf die Unternehmen.

Grafik 3.18 – Frage U13: *Wie ausführlich hat sich Ihr Unternehmen bisher mit den Möglichkeiten der Europäischen Förderung beschäftigt?*

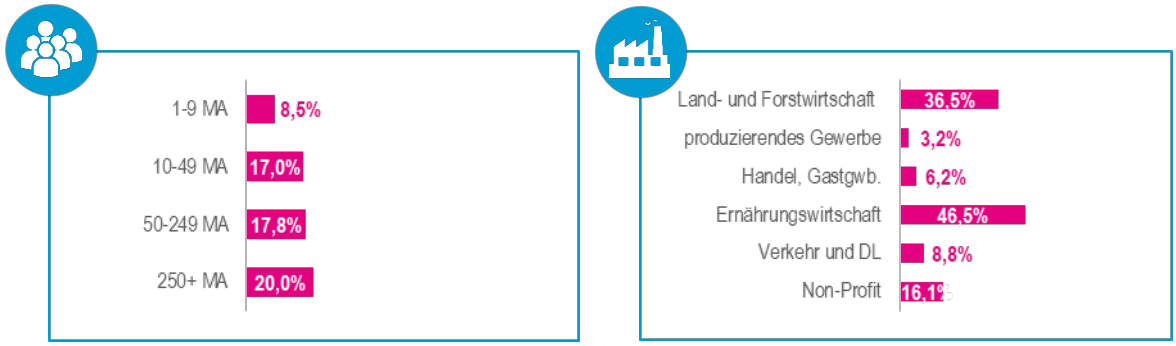


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2017: N=735 | 2020: N=737

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Vor allem in kleinen Unternehmen beschäftigt man sich nur wenig mit den Möglichkeiten der EU-Förderung (9 %). In etwa jedem fünften Unternehmen mit mehr als 10 Mitarbeiter*innen fand eine ausführliche Beschäftigung mit den Möglichkeiten der Europäischen Förderung statt (vgl. Grafik 3.19). Deutlich überdurchschnittlich ist dieser Anteil auch bei Unternehmen der Land- und Forstwirtschaft (37 %), wo die europäische Förderung traditionell einen hohen Stellenwert besitzt. In der Ernährungswirtschaft ist das Thema jedoch am wichtigsten. Knapp die Hälfte der befragten Unternehmensvertreter*innen hat sich dort bereits damit auseinandergesetzt. Trotz des hohen Stellenwertes erfuhr diese Branche den geringsten Profit durch EU-Förderungen und nur 16 Prozent, der befragten Vertreter*innen gaben an, dass es ihrem Unternehmen durch die EU-Förderungen (viel) besser geht. Dies sind deutlich weniger als in allen anderen Branchen. Und es scheint Einfluss auf die positive Einstellung zur EU-Förderpolitik zu haben. Im Vergleich zu allen anderen Branchen ist diese hier sehr gering (9 %). Es stellt sich die Frage, ob es eventuell spezifische Hinderungsgründe im Förderprozess gibt, denen durch entsprechende Gegenmaßnahmen, wie z. B. gezielte Informationen begegnet werden könnte.

Grafik 3.19 – Frage U13: *Unser Unternehmen hat sich bereits ausführlich mit den Möglichkeiten der Europäischen Förderung beschäftigt.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

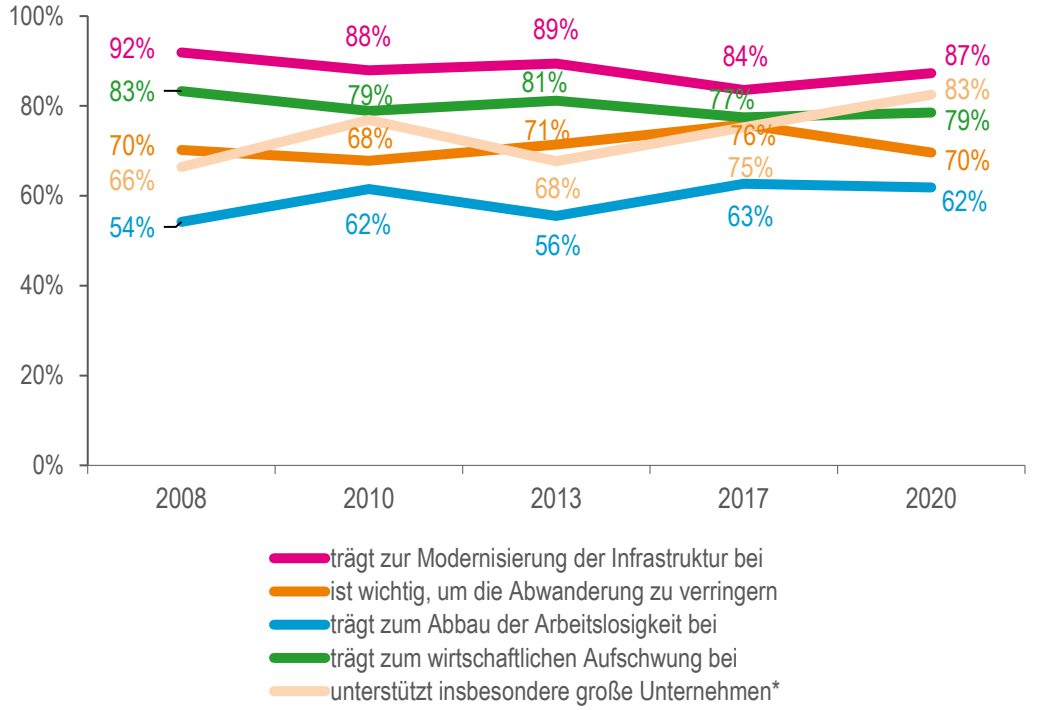
3.1.5.3 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg

Wie in der Bevölkerungsbefragung wurden den Unternehmen zur Beurteilung der Wirkung von EU-Förderungen für Brandenburg verschiedene Aussagen präsentiert, die sie bewerten sollten. Diese gleichen im Wesentlichen denen der Bevölkerungsbefragung. Wir stellen die Ergebnisse wieder anhand der Themenkomplexe Wirtschaft und Arbeit sowie Soziales und Umwelt dar.

3.1.5.3.1 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg – Themenkomplex Wirtschaft und Arbeit

Wie schon in der Bevölkerung, sind für viele wirtschaftliche Effekte die Zustimmungsraten bei den Unternehmen über die Förderperiode hinweg erfreulich hoch (vgl. Grafik 3.20). So sind 87 Prozent der Unternehmen der Ansicht, die EU-Förderungen tragen zur Modernisierung der Infrastruktur in Brandenburg bei, ein leichter Anstieg der Zustimmungsrate seit 2017 um 3 Prozentpunkte. Das seit Beginn der Messungen auf Platz zwei liegende Item, die EU-Förderung trage zum wirtschaftlichen Aufschwung bei (79 %), fällt auf Platz drei. Beide Items bewerten die Unternehmensvertreter*innen ähnlich wie die Bevölkerung. Dahinter liegt die Zustimmung zu der Aussage, die EU-Förderung sei wichtig, um Abwanderung zu verringern (76 %), die nach dem Anstieg 2013 seit 2017 wieder um 6 Prozentpunkte gefallen ist. Bei der Aussage, die EU-Förderung trage zum Abbau der Arbeitslosigkeit bei, bleibt die Zustimmungsrate stabil und misst aktuell 62 Prozent. Bei der Bevölkerung stieg der Zustimmungswert stetig von 2013 mit 49 Prozent auf 61 Prozent in 2020. Die Werte in der Bevölkerung und den Unternehmen liegen nun also in diesem Punkt gleichauf. Grund für diese positive Entwicklung könnte die allgemeine gute wirtschaftliche Lage und damit niedrige Arbeitslosigkeit sein, die vor allem bei der Bevölkerung ankommt und bei den Unternehmen für Stabilität sorgt.

Grafik 3.20 – Frage U15: *Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zur EU-Politik und EU-Förderpolitik in Brandenburg vor. Bitte sagen Sie mir, inwiefern diese Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft.*

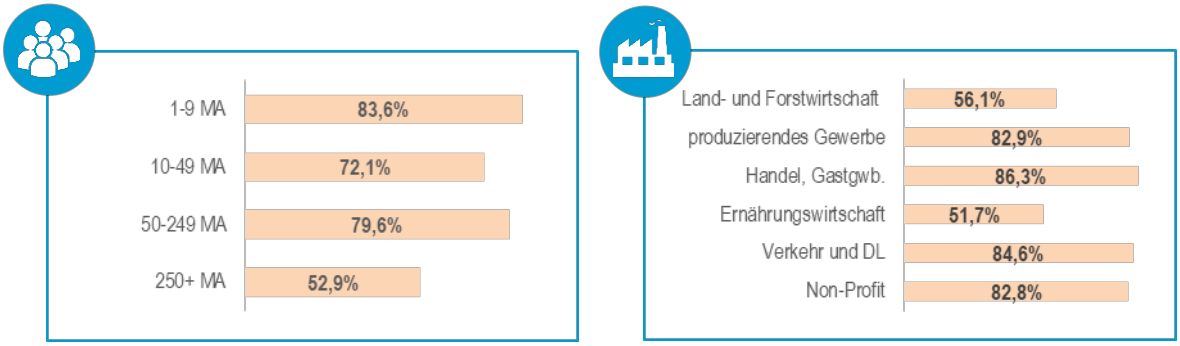


jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | Summe aus „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“ | Einzelne Veränderungen sind signifikant (*).

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Die zweithäufigste Zustimmung gaben die Unternehmen aktuell dem Item, dass die EU-Förderung insbesondere große Unternehmen unterstützt. Seit 2013 steigt hier die Zustimmungsrate kontinuierlich (von 68 % auf 83 %). Wie ein Blick auf die Unternehmensgröße zeigt, ist dies vor allem bei Unternehmen mit unter 10 Mitarbeiter*innen der Fall. Diese Meinung vertreten weniger Unternehmen aus der Branche Land- und Forstwirtschaft sowie der Ernährungswirtschaft (vgl. 3.21).

Grafik 3.21 – Frage U15K: *Die EU-Förderung unterstützt insbesondere große Unternehmen.*



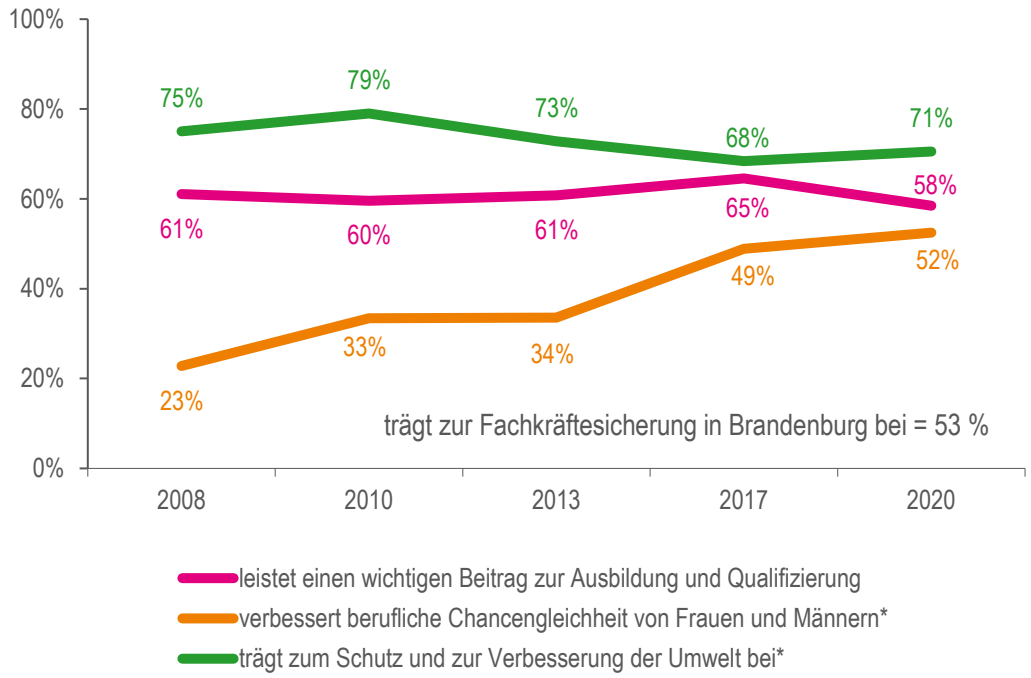
in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

3.1.5.3.2 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg – Themenkomplex Soziales und Umwelt

Auch im Bereich Soziales und Umwelt ist die Zustimmung zu zwei von drei Aussagen gestiegen. So sagen 71 Prozent der Befragten, dass die EU-Förderung zum Schutz und zur Verbesserung der Umwelt beitrage, ein Anstieg von 3 Prozentpunkten seit 2017 (vgl. Grafik 3.22). In der Bevölkerung stieg der Wert noch höher, von 2017 mit 68 Prozent auf aktuell 75 Prozent. Der Abstieg zu 2017 kann damit zusammen hängen, dass die großen EU-geförderten Umweltschutzmaßnahmen abgeschlossen und damit weniger sichtbar waren. Aktuell geförderte Umweltschutzprojekte aus dem Förderprogramm "Natürliches Erbe" können hingegen für den aktuellen Anstieg verantwortlich sein.

Dass die EU-Förderung einen positiven Effekt auf die berufliche Chancengleichheit habe, glauben 2020 52 Prozent, während es 2017 nur 49 Prozent der Unternehmensvertreter*innen waren. Seit Beginn der Messung steigt dieser Wert kontinuierlich an. Ein besonders deutlicher Anstieg – wie auch bei der Bevölkerung – wurde von 2013 zu 2017 gemessen. Dies kann zum Teil darauf zurückzuführen sein, dass bis 2013 explizit die Chancengleichheit „von Frauen und Männern“ thematisiert wurde. In 2017 wurde die Aussage auf Chancengleichheit allgemein geändert. Rückgängig ist hingegen die Überzeugung, dass die EU-Förderung einen wichtigen Beitrag zur Ausbildung und Qualifizierung der Menschen leiste. Sagten das 2017 noch 65 Prozent, sind es 2020 nur noch 58 Prozent der Befragten. Dem 2020 erstmals abgefragten Item, dass die EU-Förderung zur Fachkräftesicherung in Brandburg beiträgt, stimmten 53 Prozent zu.

Grafik 3.22 – Frage U15: *Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zur EU-Politik und EU-Förderpolitik in Brandenburg vor. Bitte sagen Sie mir, inwiefern diese Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft.*

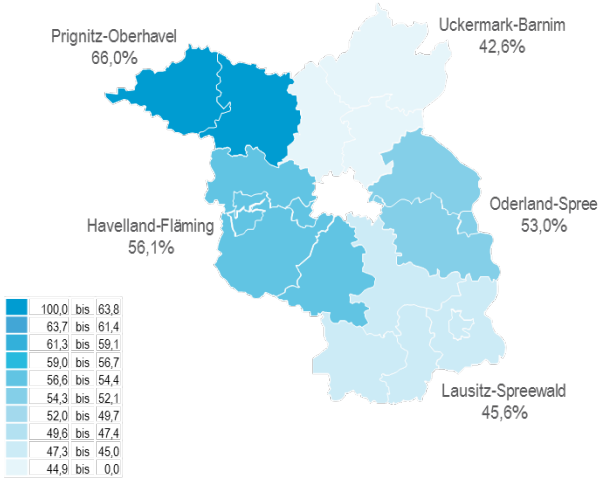


jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | Summe aus „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“ | Einzelne Veränderungen sind signifikant (*). | Das Item „verbessert berufliche Chancengleichheit“ (ab 2017) hieß vorher „verbessert berufliche Chancengleichheit von Frauen und Männern“.

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Unterschiedliche Ansichten zur Aussage, dass die EU-Förderpolitik zur Fachkräftesicherung beiträgt, zeigen sich auch regional. In den Regionen Prignitz-Oberhavel und Havelland-Fläming stimmen die Unternehmensvertreter*innen dieser Aussage überdurchschnittlich häufig zu.

Grafik 3.23 – Frage U15L_Neu: *Die EU-Förderpolitik trägt zur Fachkräftesicherung in Brandenburg bei. (neu 2020)*

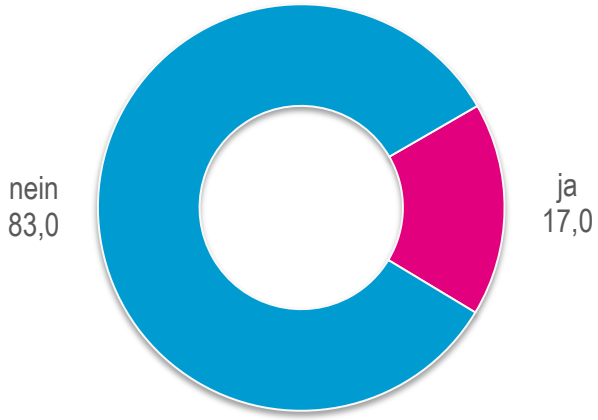


jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | nur „trifft voll und ganz zu“ | Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

3.1.5.3.3 Beurteilung der EU-Förderung für Brandenburg – Corona-Krise

Wie bereits bei der Bevölkerungsbefragung ist die Mehrheit der befragten Unternehmensvertreter*innen nicht der Ansicht, dass die EU geholfen habe, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden. Lediglich 17 Prozent fanden Europa für Brandenburg in dieser Krise hilfreich (vgl. Grafik 3.24). In der Bevölkerung waren es 10 Prozent.

Grafik 3.24 – Frage U17Neu: *Hat die EU Ihrer Meinung nach dabei geholfen, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden?*

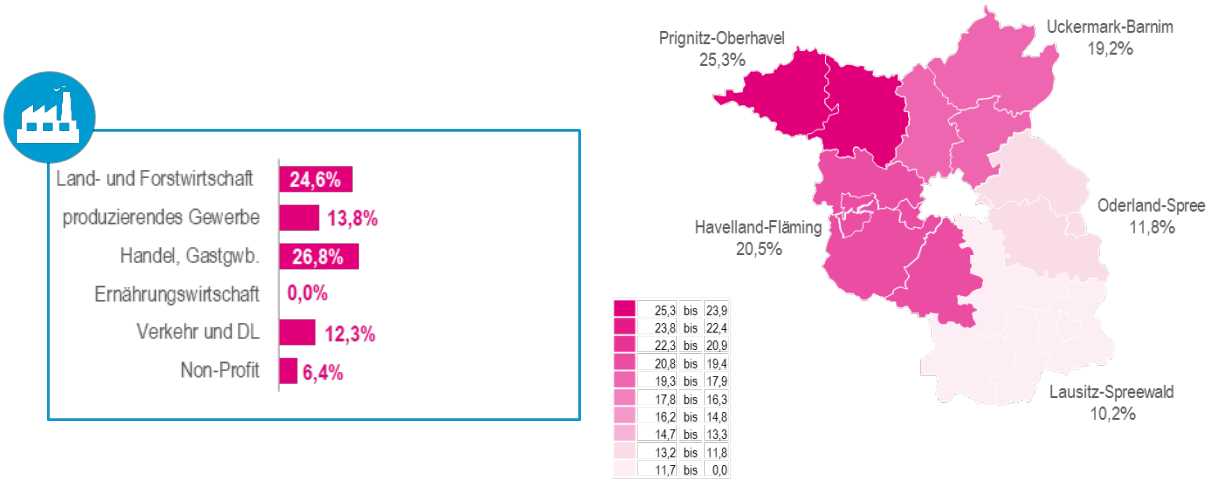


in Prozent aller Befragten, 2020: N=636

Bevölkerungsgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Am häufigsten sind Unternehmensvertreter*innen aus der Land- und Forstwirtschaft sowie dem Handel und Gastgewerbe der Meinung, dass die EU Brandenburg durch die Corona-Krise geholfen hat (25 % und 27 %). Ähnlich verhält es sich bei den in der Planungsregion Prignitz-Oberhavel ansässigen Unternehmen. Hier stimmte ebenfalls ein Viertel der Aussage zu.

Grafik 3.25 – Frage P15Neu: *Hat die EU Ihrer Meinung nach dabei geholfen, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden?*



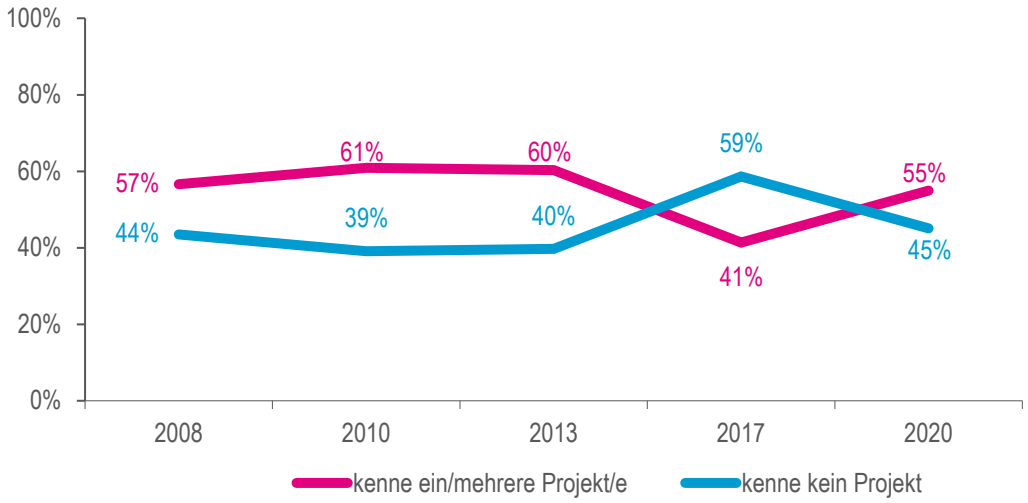
jeweils in Prozent aller Befragten | nur „ja“ | Karte: Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

3.1.6 Kenntnis EU-geförderter Projekte

Die seit 2013 deutlich gesunkene konkrete Kenntnis EU-geförderter Projekte in Brandenburg steigt wieder. Aktuell geben wieder mehr als die Hälfte der Befragten an, ein solches Projekt zu kennen, 2017 waren es nur 41 Prozent (vgl. Grafik 3.26). In der Bevölkerung liegt der Wert mit 40 Prozent etwas niedriger.

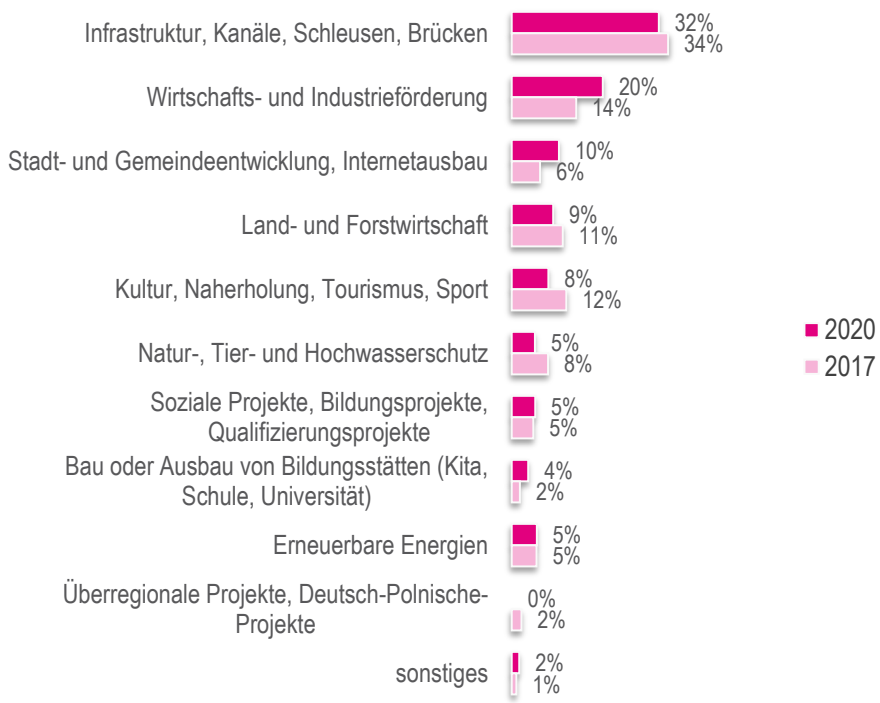
In Grafik 3.27 sind die aus den 334 genannten Projekten gebildeten Kategorien aufgeführt. Auch bei den Unternehmen werden überwiegend Infrastrukturprojekte genannt (32 % der Antworten), wobei auch hier die Nennungen meist sehr unspezifisch waren (z. B. „Straßenbau“ oder „Radwege“). An zweiter Stelle stehen Projekte aus der Wirtschafts- und Industrieförderung (20 %, vgl. Grafik 3.27). Hier kamen Investitions- und Gründerförderungen zur Sprache, der (Aus-)Bau von Gewerbe- und Technologieparks (bspw. die Ansiedlung von Tesla) sowie konkrete Einzelmaßnahmen. An dritter und vierter Stelle wurden Projekte aus der Stadt- und Gemeindeentwicklung sowie aus der Land- und Forstwirtschaft genannt. In der Landwirtschaft kamen vor allem die konventionellen Förderungen und solche für Öko-Landbau zur Sprache, außerdem Projekte der ländlichen Entwicklung. In der Stadt- und Gemeindeentwicklung wurden überdurchschnittlich häufig konkrete Fördergegenstände genannt, so zum Beispiel „Kirche in Mühlberg“, der Ausbau der Glasfasernetze oder die „Schlossruine Dahme“.

Grafik 3.26 – Frage U17A: *Kennen Sie EU-geförderte Projekte im Land Brandenburg?*



in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=527 | 2010: N=519 | 2013: N=504 | 2017: N=750 | 2020: N=742

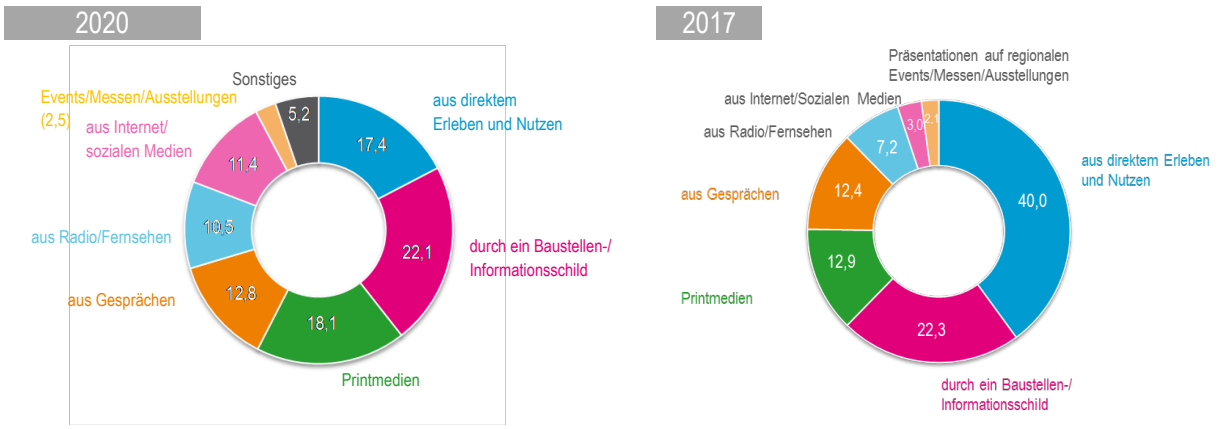
Grafik 3.27 – Frage U17B: *Welche EU-geförderten Projekte kennen Sie?*



in Prozent aller Antworten, 2017: N=360 / 2020: N=334 | Kategorisierung einer offenen Frage | Mehrfachnennungen möglich

Wie auch bei der Bevölkerung kamen die meisten Befragten aus den Unternehmen über Infotafeln (22 %), das direkte Erleben (17 %) oder durch Druckerzeugnisse (18 %) mit den genannten Projekten in Berührung. Auffallend ist, dass das direkte Erleben seit 2017 deutlich zurückgegangen ist (von 40 % auf nun noch 17 %). Hingegen gibt es mehr Berührungspunkte via Druckerzeugnisse sowie Internet und soziale Medien (Anstieg von 3 auf 11 %). Radio und Fernsehen waren für die Bekanntheit ca. jedes zehnten genannten Projektes verantwortlich (vgl. Grafik 3.28).

Grafik 3.28 – Frage U17C: *Wie haben Sie von den Projekten Kenntnis erlangt?*

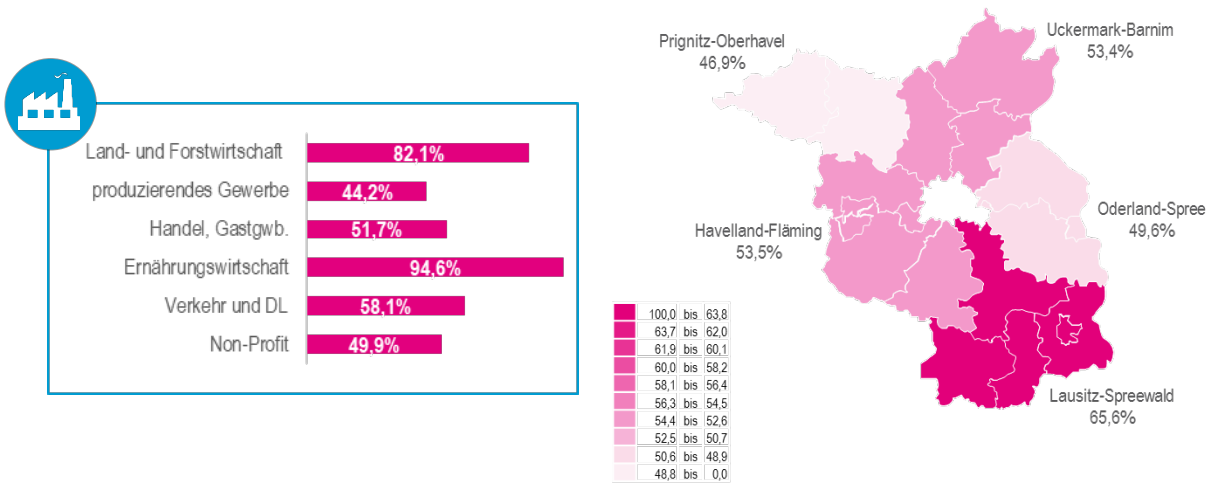


in Prozent aller Befragten, die ein Projekt kennen, N=287

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

EU-geförderte Projekte sind überdurchschnittlich häufig den Befragten aus den Branchen Land- und Forstwirtschaft und der Ernährungswirtschaft sowie Unternehmensvertreter*innen aus der Planungsregion Lausitz-Spreewald bekannt (vgl. Grafik 3.29).

Grafik 3.29 – Frage U17A: *Kennen Sie EU-geförderte Projekte im Land Brandenburg?*



jeweils in Prozent aller Befragten | nur „ja“ | Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert. Die zehn Farbstufen unterteilen das Anteilsspektrum in zehn gleichmäßige Teile.

3.1.7 Bekanntheit und Bewertung von Förder- und Beratungsinstitutionen

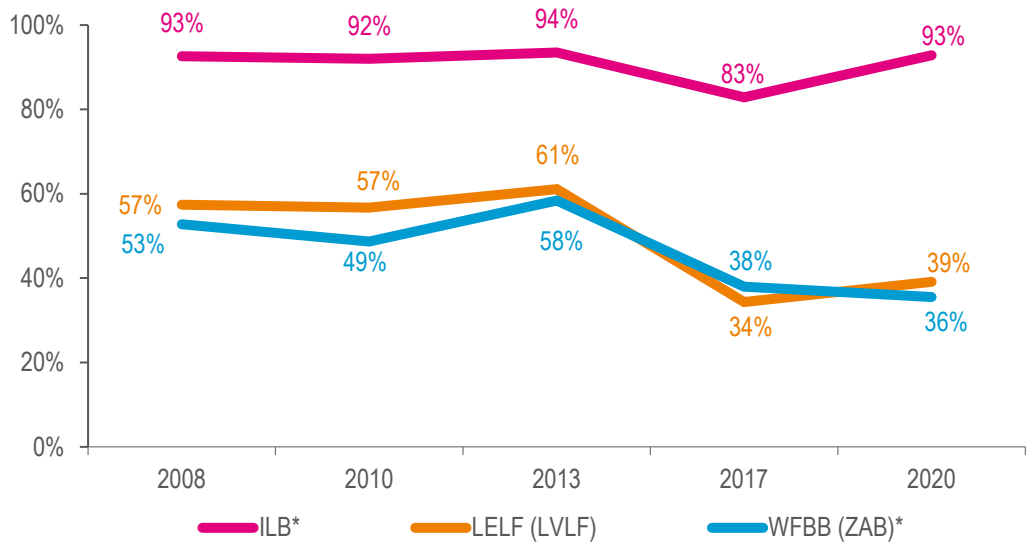
Für Unternehmen stehen in Brandenburg verschiedene Institutionen zur Verfügung, bei denen sie sich über EU-Förderungen beraten sowie bei deren Beantragung begleiten lassen können oder die EU-Fördermittel vergeben. Im Rahmen dieser Evaluation sollte – wie auch in den letzten Befragungen – ermittelt werden, wie bekannt diese Institutionen sind, wie häufig sie genutzt werden und wie zufrieden die Unternehmen mit deren Dienstleistungen sind. Die abgefragten Institutionen sind:

- Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB)
- Wirtschaftsförderung Brandenburg (WFBB, als Nachfolgerin der ZukunftsAgentur Brandenburg (ZAB))
- Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung (LELF, als Nachfolgerin des Landesamts für Verbraucherschutz, Landwirtschaft und Flurneuordnung (LVLF))

3.1.7.1 Bekanntheit verschiedener Förder- und Beratungsinstitutionen

Mit deutlichem Abstand am bekanntesten von allen abgefragten Institutionen bleibt seit Beginn der Messungen die ILB. Nach dem Absinken im Jahr 2017, steigt die Bekanntheit wieder. 93 Prozent aller Unternehmen in Brandenburg kennen sie im Jahr 2020 zumindest dem Namen nach. Im Jahr 2013 erinnerten sich 83 Prozent der befragten Unternehmensvertreter*innen gestützt an sie. Mit sehr deutlichem Abstand liegen die WFBB und das LELF bei einer ähnlichen Bekanntheit von 36 bzw. 39 Prozent. Gegenüber 2013 und 2017 sinkt die Bekanntheit der WFBB weiter, während die des LELF wieder um 5 Prozentpunkte ansteigt (vgl. Grafik 3.30).

Grafik 3.30 – Frage U18/20/21A: *Welche der folgenden Ansprechpartner zur Beratung von Förderungen der EU-Fonds sind Ihnen bekannt?*

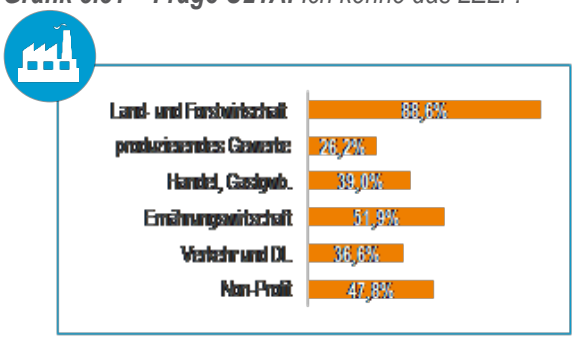


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | Einzelne Veränderungen sind signifikant (*).

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Das LELF ist erwartungsgemäß besonders bekannt bei Unternehmen der Land- und Forstwirtschaft. Hier kennen es 89 Prozent der befragten Unternehmensvertreter*innen. In allen anderen Branchen ist seine Bekanntheit deutlich geringer, am niedrigsten im produzierenden Gewerbe (26 %).

Grafik 3.31 – Frage U21A: *Ich kenne das LELF.*

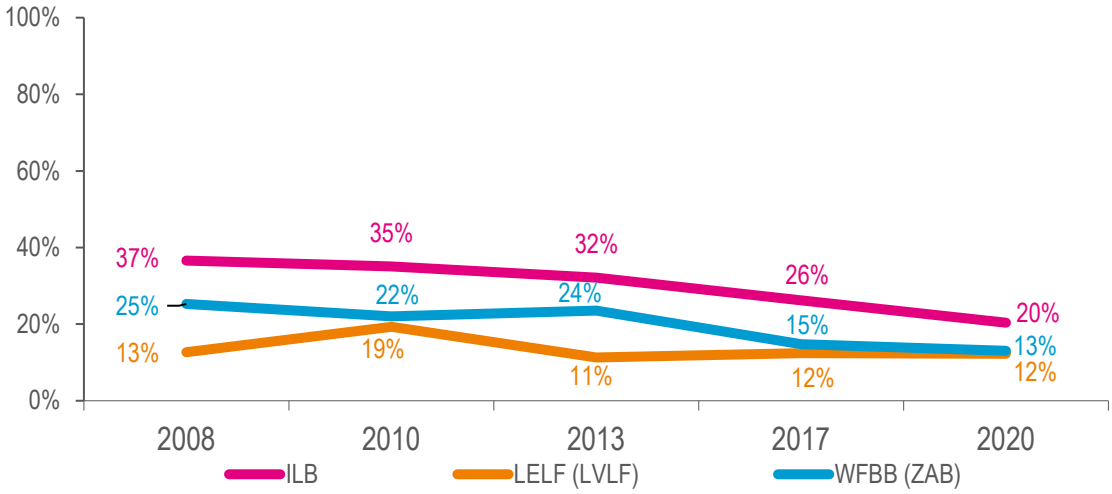


jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“

3.1.7.2 Inanspruchnahme von Beratungen bei den Förder- und Beratungsinstitutionen

Die meisten Unternehmen kennen die verschiedenen Institutionen zwar, haben jedoch bisher noch kein Beratungsgespräch in Anspruch genommen. Bei der ILB liegt der Anteil der Beratungsgespräche bei einem Fünftel derjenigen, welche die Institutionen kennen. Dieser Wert ist seit 2013 gesunken, damals war es noch knapp ein Drittel. Gleiches gilt für die Inanspruchnahme einer Beratung bei der WFBB: Sie liegt aktuell bei 13 Prozent der Unternehmen, welche die Einrichtung kennen. Bei der Vorgängerin ZAB lag der Wert in der vorherigen Förderperiode immer über 20 Prozent, 2013 bei 24 Prozent (vgl. Grafik 3.32). Beim LELF gaben 12 Prozent der Unternehmen, welche das Amt kennen, an, ein persönliches Beratungsgespräch zur EU-Förderung in Anspruch genommen zu haben. Dieser Wert bleibt seit 2013 stabil 2013 (11 %).

Grafik 3.32 – Frage U18/20/21B: *Haben Sie bei dieser Stelle bisher ein persönliches Beratungsgespräch zur Unterstützung aus EU-Mitteln in Anspruch genommen?*



in Prozent aller Befragten, welche die Institution kennen, ohne „weiß nicht“.

3.1.7.3 Zufriedenheit mit den Beratungen bei den Förder- und Beratungsinstitutionen

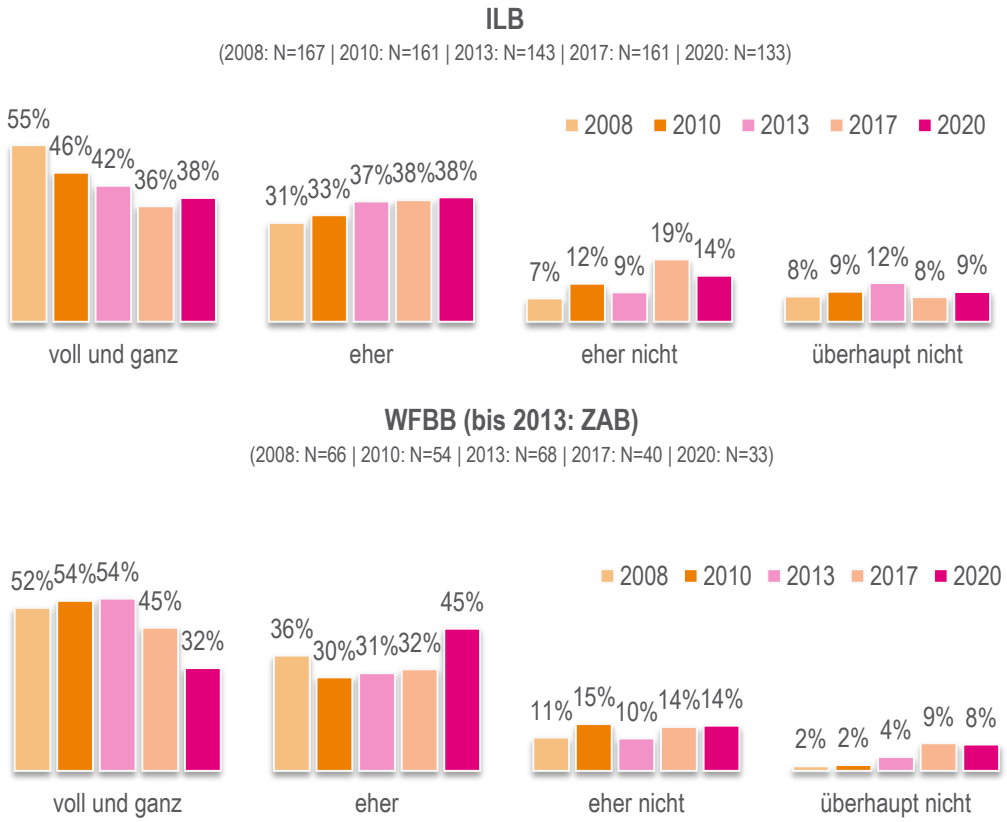
Diejenigen Unternehmen, die eine Beratung bei einer der genannten Institutionen in Anspruch genommen haben, wurden gebeten, ihre Zufriedenheit damit anzugeben. Aufgrund der geringen Zahl dieser Unternehmen kann an dieser Stelle nur eine überblicksartige Darstellung dieser Werte vorgenommen werden.

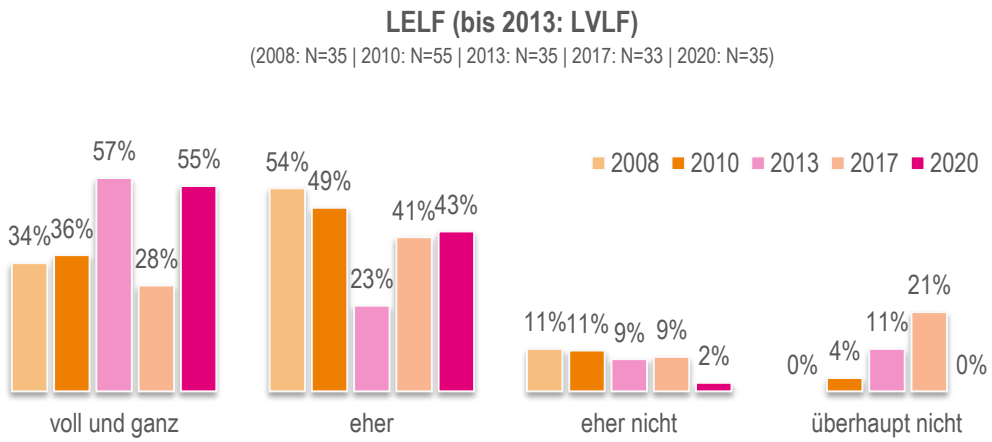
Von den 133 Unternehmen, die eine Beratung bei der Investitionsbank des Landes Brandenburg in Anspruch genommen hatten, waren 38 Prozent damit sehr zufrieden, weitere 38 Prozent eher zufrieden. 23 Prozent zeigen sich eher oder überhaupt nicht zufrieden (vgl. Grafik 3.34). Damit hat sich die Zufriedenheit gegenüber 2017 leicht verbessert.

Die Beratungsqualität der WFBB ist im Vergleich zur Vorgängerinstitution ZAB aus Sicht der Befragten weiter leicht gesunken. Waren im Jahr 2013 noch 54 Prozent und 2017 45 Prozent der Befragten mit der Beratung der ZAB sehr zufrieden, sind es heute bei der WFBB nur noch 32 Prozent. Der Anteil der sehr oder eher Unzufriedenen bleibt in etwa gleich. Es lag 2017 bei 23 Prozent und liegt jetzt bei 22 Prozent.

Bei relativ geringen Fallzahlen zeigt sich die Beratungsqualität des LELF im Vergleich zum Vorgänger LVLF wieder deutlich besser. Der Anteil der Zufriedenen (voll und ganz und eher zusammen) stieg von 69 auf 98 Prozent. Damit wird der höchste Zufriedenheitswert seit Beginn der Messungen erzielt. Lediglich 2 Prozent der Befragten, die eine Beratung beim LELF in Anspruch nahmen, vergaben dafür eine schlechte Note.

Grafik 3.33 – Frage U18/20/21C: *Wie zufrieden waren Sie mit dieser Beratung?*





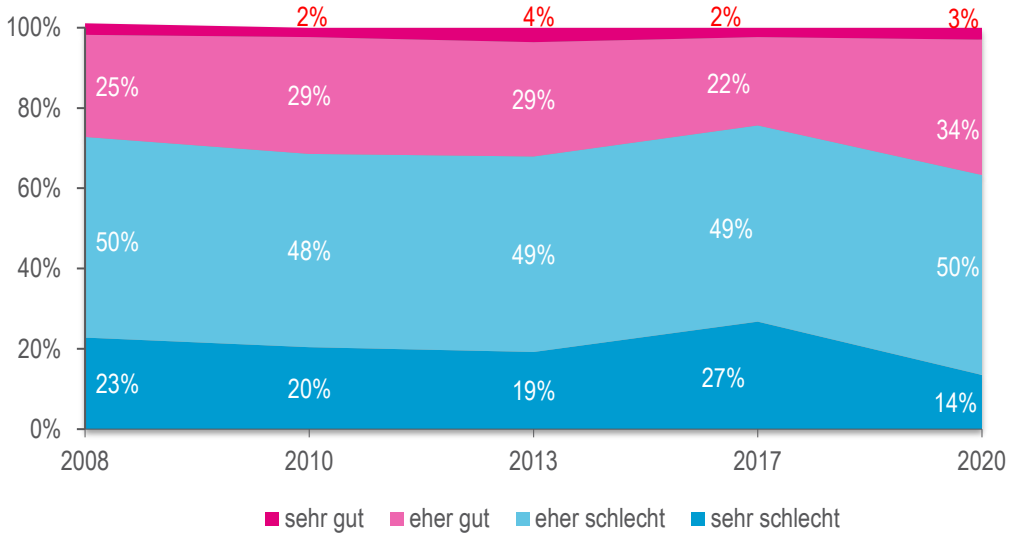
in Prozent aller Befragten, welche ein Beratungsgespräch in Anspruch genommen haben, ohne „weiß nicht“

3.2 Informationsverbreitung

3.2.1 Subjektive Informiertheit über die EU-Förderpolitik in Brandenburg

Ähnlich wie die Bevölkerung fühlen sich auch die Unternehmen in Brandenburg noch nicht ausreichend über die EU-Förderpolitik im Land informiert. Doch nach dem Absinken seit 2013 stieg der Grad der Informiertheit ab 2017 auf einen Höchstwert. Aktuell fühlt sich mehr als ein Drittel der befragten Unternehmensvertreter*innen über die EU-Förderpolitik sehr oder eher gut informiert, gegenüber 2017 eine Steigerung um 12 Prozentpunkte. Der Anteil der Personen, die sich sehr schlecht informiert fühlen, fällt von 27 auf ein Rekordtief von 14 Prozent (vgl. Grafik 3.34).

Grafik 3.34 – Frage U25: *Fühlen Sie sich über die EU-Förderpolitik Brandenburgs im Allgemeinen sehr gut, eher gut, eher schlecht oder sehr schlecht informiert?*

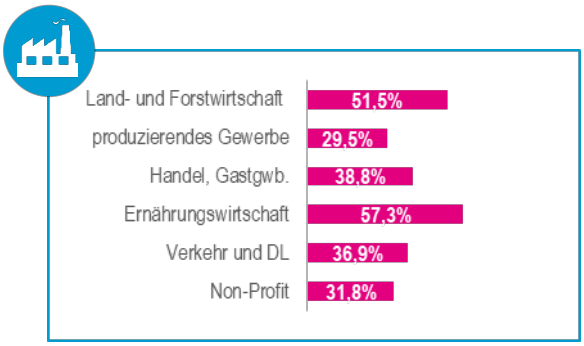


in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=524 | 2010: N=515 | 2013: N=501 | 2017: N=750 | 2020: N=704

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Signifikante Unterschiede gibt es mit Blick auf die Branchen: Unternehmen der Ernährungswirtschaft fühlen sich zu 57 Prozent sehr oder eher gut informiert, auch bei der Land- und Forstwirtschaft liegt der Anteil mit 52 Prozent über dem Durchschnitt. Besonders uninformiert fühlen sich die Unternehmen im produzierenden Gewerbe (30 %, vgl. Grafik 3.35).

Grafik 3.35 – Frage U25: *Ich fühle mich über die EU-Förderpolitik in Brandenburg sehr oder eher gut informiert.*



jeweils in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“ | Summe aus „sehr gut“ und „eher gut“

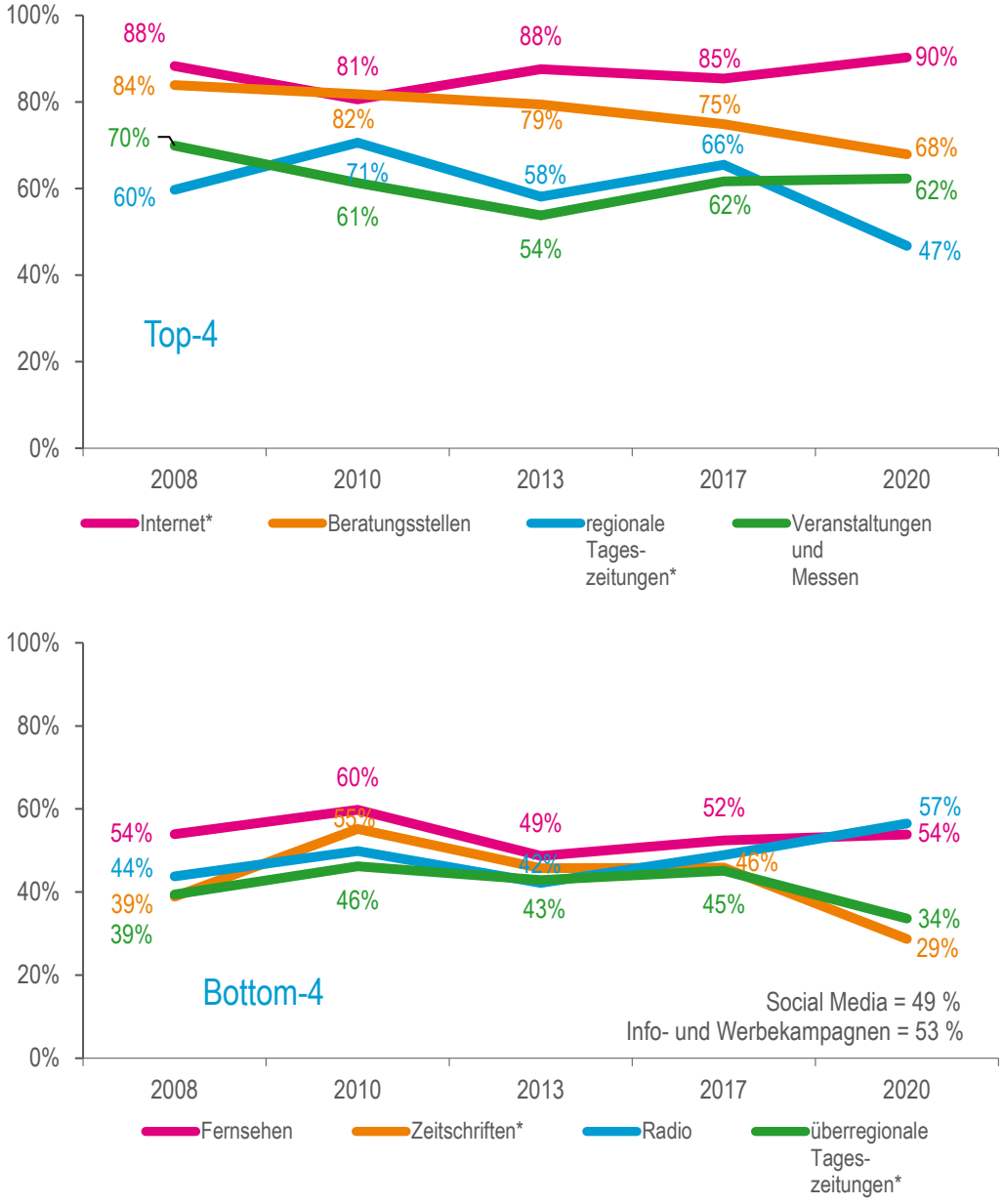
3.2.2 Wichtigkeit verschiedener Informationsquellen

Um auch die Unternehmen optimal mit Informationen über die EU-Förderungen versorgen zu können, wurden sie gefragt, wie wichtig ihnen verschiedene Informationsquellen zur EU-Förderung sind.

Das Internet ist seit Beginn der Messungen das wichtigste Informationsmedium für EU-Förderungen. Aktuell halten es 90 Prozent der Befragten für sehr oder eher wichtig (2017: 85 %, vgl. Grafik 3.36). Die Beratungsstellen liegen ebenfalls seit Beginn der Messungen auf dem zweiten Rang, nehmen allerdings in ihrer Bedeutung kontinuierlich ab. 2013 fanden sie 79 Prozent der Befragten sehr oder eher wichtig, 2017 75 Prozent und aktuell sind es nur noch 68 Prozent. Trotz wieder steigender Zufriedenheitswerte mit in Anspruch genommenen Beratungsgesprächen sollte dieser Entwicklung aktiv entgegen gesteuert werden, wenn die eigenen Beratungsstellen als wirksame Multiplikatoren der EU-Förderung weiterhin Geltung behalten sollen. Neben den Beratungsgesprächen büßen die Printmedien ihre Relevanz als Informationsquellen ein. Fanden 2017 noch zwei Drittel der Befragten regionale Tageszeitungen sehr oder eher wichtig, um Informationen über die EU-Förderung zu erhalten, sind es 2020 nur noch 47 Prozent. Damit sinkt der Wert deutlich unter das Niveau von 2008 und unter die Werte der Medien Fernsehen und Radio, die sonst unter den Bottom-4 aufgeführt sind. Auch überregionale Zeitungen sowie Zeitschriften verlieren deutlich an Bedeutung. Waren beide 2017 noch knapp der Hälfte der Befragten als Informationsquelle sehr oder eher wichtig, sind es 2020 jeweils nur noch knapp ein Drittel.

Damit rutschen Veranstaltungen und Messen bei stabil bleibendem Wert von 62 Prozent auf Rang 3 der Informationsquellen, dicht gefolgt von den Massenmedien Radio und Fernsehen. Sie sind rund der Hälfte der befragten Unternehmensvertreter*innen sehr oder eher wichtig für die Information über EU-Förderungen. Auch die 2017 neu aufgenommenen Informationskanäle sind den Befragten teils wichtiger als Printmedien: Social Media halten 41 Prozent für sehr oder eher wichtig, Informations- und Werbekampagnen 57 Prozent.

Grafik 3.36 – Frage U26A-K: *Wie wichtig sind Ihnen folgende Quellen, um Informationen über die EU-Förderung zu erhalten?*



in Prozent aller Befragten, nur „sehr wichtig“ und „eher wichtig“, einzelne Veränderungen sind signifikant (*)

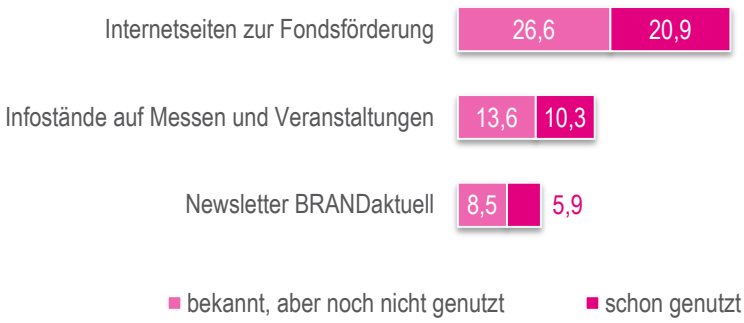
3.2.3 Bekanntheit und Nutzung der landeseigenen Informationskanäle zur EU-Förderung

Von den landeseigenen Informationskanälen sind auch bei den Unternehmen die Internetseiten zur Fondsförderung am bekanntesten. 48 Prozent der befragten Unternehmensvertreter*innen kennen mindestens eine der Internetseiten, gut jede*r Fünfte hat sie auch schon genutzt. (vgl. Grafik 3.37). Dies sind mehr als 2017, wo es gut jede*r Siebte war. Unter dem Kanal „Internetseiten zur Fondsförderung“ wurden die folgenden Internetangebote – die einzeln abgefragt wurden – zusammengefasst:

- esf.brandenburg.de
- efre.brandenburg.de
- eler.brandenburg.de
- eu-fonds.brandenburg.de
- brandenburg-da-geht-was.de

Wie auch bei der Bevölkerung sind die Infostände auf Messen und Veranstaltungen am zweitbekanntesten – allerdings mit deutlichem Abstand. 25 Prozent der Befragten geben an, sie zu kennen, 10 Prozent haben sie schon genutzt. Auf Rang 3 liegt der Newsletter BRANDaktuell, den 14 Prozent der Unternehmen kennen, allerdings nur 6 Prozent auch nutzen.

Grafik 3.37 – Frage U28A-I: *Informationen über EU-Förderprogramme werden über verschiedene Kanäle bereitgestellt. Welche der folgenden Kanäle kennen Sie und welche davon haben Sie schon einmal für die Information über EU-Förderprogramme genutzt?*

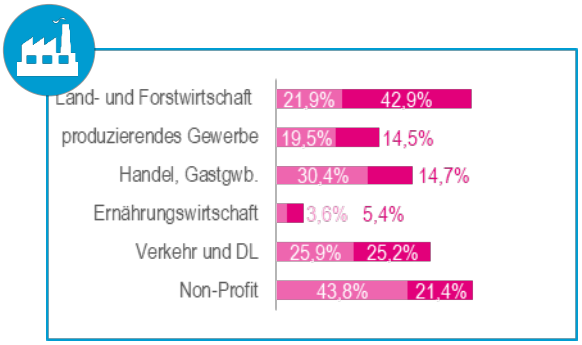


in Prozent aller Befragten | N=751

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

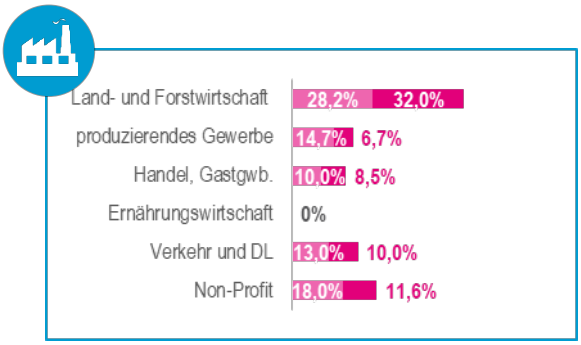
Mit Blick auf die Branchen zeigt sich, dass man vor allem in der Land- und Forstwirtschaft die Internetseiten kennt und nutzt (43 %). Auch bei Non-Profit-Unternehmen sind die Bekanntheit (65 %) und Nutzung (21 %) überdurchschnittlich (vgl. Grafik 3.38). Ähnliche Differenzen zeigen sich bei der Kenntnis und Nutzung von Infoständen auf Messen und Veranstaltungen. Branchenspezifisch liegt der Schwerpunkt von Bekanntheit (60 %) und Nutzung (32 %) der Infostände wieder bei der Land- und Forstwirtschaft (vgl. Grafik 3.39). Den Newsletter BRANDaktuell kennen vor allem Unternehmensvertreter*innen der Ernährungswirtschaft (65 %), genutzt wird er allerdings insbesondere von Non-Profit-Unternehmen (17 %, vgl. Grafik 3.40).

Grafik 3.38 – Frage U28A-E (neu berechnet): *Ich kenne/nutze Internetseiten zur Fondsförderung.*



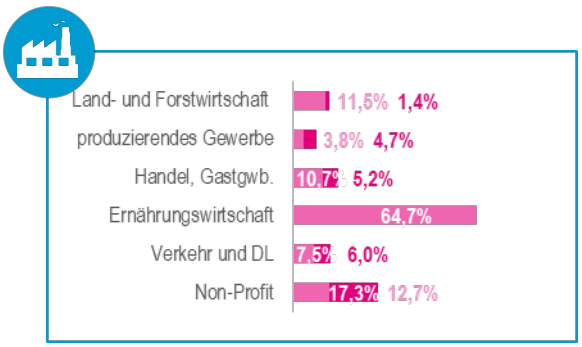
jeweils in Prozent aller Befragten | hell = Kenntnis ohne Nutzung, dunkel = Nutzung

Grafik 3.39 – Frage U28I: *Ich kenne/nutze Infostände auf Messen und Veranstaltungen.*



jeweils in Prozent aller Befragten | hell = Kenntnis ohne Nutzung, dunkel = Nutzung

Grafik 3.40 – Frage P28G: *Ich kenne/nutze den Newsletter BRANDaktuell*

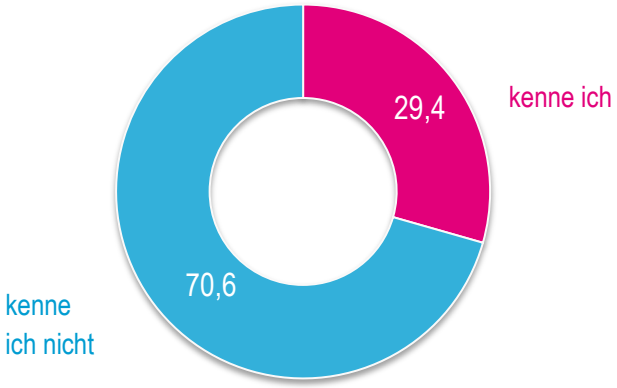


jeweils in Prozent aller Befragten | hell = Kenntnis ohne Nutzung, dunkel = Nutzung

3.2.4 Bekanntheit der Imagekampagne

Ähnlich wie bei der Bevölkerung, ist die Kampagne „#BrandenburgDaGehtWas“ knapp einem Drittel der befragten Unternehmensvertreter*innen bekannt (vgl. Grafik 3.41). Dies ist ein deutlicher Anstieg von 10 Prozentpunkten gegenüber 2017.

Grafik 3.41 – Frage U29: *Kennen Sie die Informationskampagne der EU-Fonds in Brandenburg mit dem Titel „#BrandenburgDaGehtWas“?*

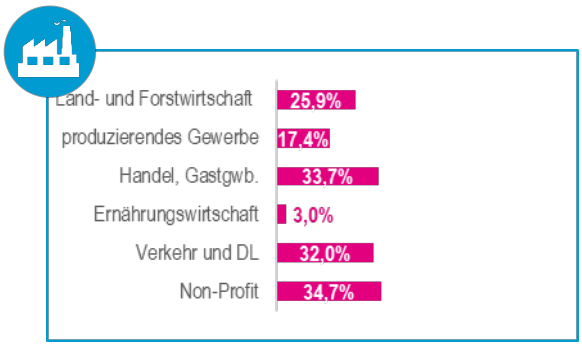


in Prozent aller Befragten | N=751

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Signifikante Differenzen bei der Bekanntheit der Kampagne zeigen sich zwischen den Branchen. Die Kampagne ist am wenigsten in der Ernährungswirtschaft sowie dem produzierenden Gewerbe bekannt (3 % und 17 %), überdurchschnittlich häufig dagegen in Handel und Gastgewerbe (34 %), Verkehr und Dienstleistungen (32 %) sowie dem Non-Profit-Sektor (35 %).

Grafik 3.42 – Frage U29B: *Ich kenne die Kampagne „#BrandenburgDaGehtWas“.*

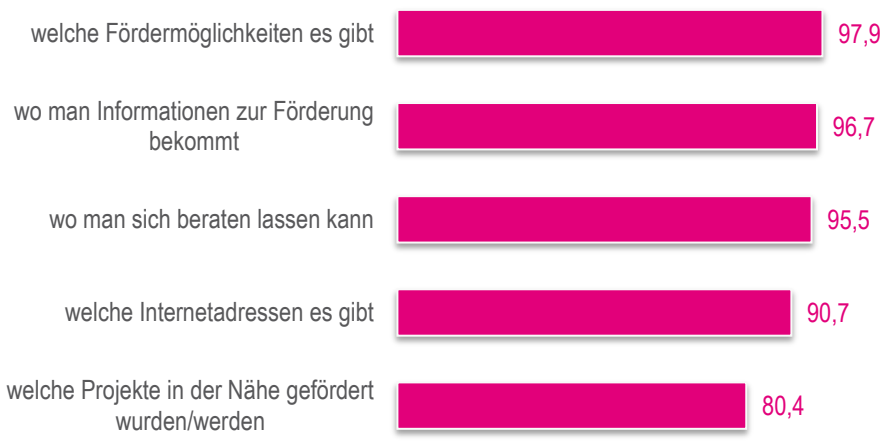


in Prozent aller Befragten | N=751 | Karte: Angegeben sind der höchste und der niedrigste Prozentwert Die Farbstufen unterscheiden sich jeweils um 5 Prozent. Je heller die Farbe, desto niedriger ist der Prozentwert (dunkelste Stufe = 28,7 - 27,4 % → hellste Stufe = 15,8 % und niedriger.

3.2.5 Informationswünsche der Unternehmen

Die Informationswünsche bei den Unternehmen sind ungebrochen hoch. Fast alle Befragten wüssten gern welche Fördermöglichkeiten es gibt, wo man Informationen zur Förderung bekommt, wo man sich beraten lassen kann und welche Internetadressen es gibt (vgl. Grafik 3.43). Eher zweitrangig sind demgegenüber Angaben zu geförderten Projekten in der Nähe (80 Prozent), die ja in der Bevölkerung am gefragtesten sind.

Grafik 3.43 – Frage U27A-E: *Über welche Themen bezogen auf die EU-Förderung würden Sie gerne ausführliche Informationen erhalten?*



in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, N=751 | Mehrfachnennungen möglich

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

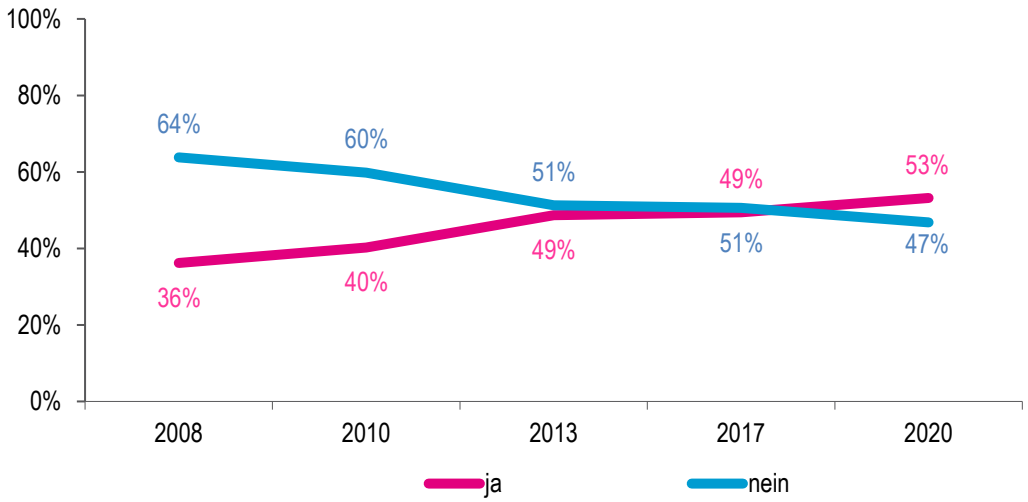
Signifikante Unterschiede zwischen den Unternehmensgruppen existieren im Jahr 2020 nicht.

3.3 Einstellung zur Europawahl

Auch die Vertreter*innen der Brandenburger Unternehmen wurden zum Abschluss des Interviews um ihre Einschätzung gebeten, ob sie mit ihrer Stimme bei der Europawahl die Politik des Europäischen Parlamentes beeinflussen könnten. In diesem Fall sprechen die Angaben natürlich noch deutlicher als sonst für die jeweilige Person, die uns geantwortet hat und nicht für das Unternehmen, das sie vertritt.

Seit 2008 gab es bereits deutlich positive Tendenz bei dieser Frage: Sagten damals noch 36 Prozent der Befragten, dass ihre Stimme die Politik der EU beeinflussen könne, waren es 2013 und 2017 schon rund die Hälfte. Aktuell steigt dieser Wert weiter auf 53 Prozent (vgl. Grafik 3.44). Die Bevölkerung ist im Vergleich seit 2017 der Europawahl gegenüber deutlich positiver eingestellt als die Unternehmensvertreter*innen.

Grafik 3.44 – Frage U30: *Stimmen Sie folgender Aussage zu? „Mit den Wahlen zum Europäischen Parlament kann ich die Politik der EU beeinflussen.“*



in Prozent aller Befragten, ohne „weiß nicht“, 2008: N=517 | 2010: N=507 | 2013: N=505 | 2017: N=721 | 2020: N=727

Unternehmensgruppen: Differenzen im Jahr 2020

Zwischen den Unternehmensgruppen zeigen sich bei dieser Frage keine signifikanten Differenzen.

4 Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

- Generell haben sich seit der letzten Messung im Jahr 2017 nur wenige Dinge grundlegend verändert, so dass unsere Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen aus dem letzten Bericht weiterhin Gültigkeit besitzen. Insbesondere sind dies:

- Die grundsätzliche Einstellung gegenüber der EU und ihrer Förderpolitik hat sich seit 2013 deutlich verbessert. Dieser „Rückenwind" kann für die eigene Kommunikationsarbeit genutzt werden. Europa und die EU werden wieder zu Begriffen, die ein Image positiv aufladen können. Insbesondere gilt dies für die Arbeit der Fördermittel-verteilenden Institutionen in Brandenburg.

- Die konkrete Namenskenntnis von ELER, EFRE und ESF stagniert oder entwickelt sich uneinheitlich. Es scheint so, als wäre sie auf einem Plateaubereich angelangt, über den sie ohne eine grundlegend andere oder stärkere Kommunikation nicht mehr heraus kommt. Wir weisen dazu noch einmal darauf hin, dass ein kurzer, leicht zu merkender Claim die Erinnerung an die Fonds unterstützen könnte: „EFRE – Der Entwicklungsfonds", „ESF – Der Sozialfonds", „ELER – Der Fonds fürs Land". Werden diese kontinuierlich mitkommuniziert, prägen sie sich in das Gedächtnis der Bürger*innen und Unternehmen ein – zusammen mit ihrer thematischen Ausrichtung, die sie im Beinamen tragen.

- Die konkreten geförderten Projekte sind die beste Werbung für die EU-Förderpolitik. Allerdings scheint es so, dass sie zunehmend aus der Alltagserfahrung der Bürger*innen verschwinden. Sehr viel stärker als im Jahr 2017 werden sie vermittelt und nicht über das direkte Erleben vor Ort erfahren. Dies könnte damit zusammen hängen, dass es immer weniger aktive geförderte Projekte gibt. Diese sollten jedoch weiterhin möglichst aufmerksamkeitsstark gekennzeichnet werden. Wir empfehlen weiterhin eine über die Pflichtkennzeichnung hinaus gehende Form, die mit einer Agentur zusammen entwickelt werden müsste.

- Weiterhin gilt auch, dass seit Beginn der Messungen nicht deutlicher gemacht werden konnte, dass die Entscheidungen über die Verteilung der Fördermittel in Brandenburg fallen. Momentan scheint dies für die Akzeptanz der Förderung kein Problem zu sein, da das Image der EU mehrheitlich positiv ist. Es wäre jedoch sinnvoll, das Zusammenspiel zwischen EU-Geldern und regionaler Fachkenntnis über deren Verteilung stärker herauszustellen. So werden die Landesministerien als Entscheidungsinstitutionen gestärkt. Dies sollte dazu als eine zu vermittelnde Kernbotschaft in den nächsten Informationskampagnen aufgenommen werden.

- Nur wenige Bürger*innen und Unternehmen geben an, dass die EU in Zeiten der Corona-Krise eine Unterstützung war. Dies sollte durch entsprechende Maßnahmen und deren aktive Kommunikation geändert werden. Gerade jetzt, wo öffentlicher Unterstützungsbedarf so hoch wie seit Jahrzehnten nicht mehr ist, könnten sich die EU und ihre Fördermaßnahmen so als zuverlässige Begleiter profilieren.

- Bei den Unternehmen sollte nach wie vor der Schwerpunkt darauf liegen, solche mit wenig Mitarbeiter*innen und damit auch geringeren Ressourcen dabei zu unterstützen, geeignete Fördermöglichkeiten identifizieren und beantragen zu können. Gerade im Zuge der Corona-Krise werden Unternehmen nach öffentlicher Unterstützung suchen. Sie sollten schnell wissen, wie sie diese auch von der EU erhalten können. Kleine Unternehmen können sehr gut erreicht werden über Multiplikatoren in Netzwerken und Verbänden. Haben diese Gruppen die entsprechenden Kenntnisse zu den Förderungen, können sie diese aktiv an die Basis der Brandenburger Unternehmen weitergeben und so als Vermittler zwischen Förderinstitutionen und potenziellen Förderempfängern dienen.

5 Methodenbericht

Die Durchführung der Feldphase und der Analyse lagen in der Verantwortung von aproxima Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung Weimar mbH. In enger Abstimmung mit der Auftraggeberin und den federführend zuständigen Mitarbeiter*innen der Europäischen Förderfonds des Landes Brandenburg wurden bei aproxima Stichprobendesign und -ziehung, die Datenerhebung, deren Bereinigung und Gewichtung sowie die Analyse geleistet.

Die Befragung wurde mittels computergestützter Telefoninterviews (CATI) realisiert. Die Telefoninterviews mit den Zielpersonen in Brandenburg wurden aus dem Telefonlabor der aproxima Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung Weimar mbH geführt. Dazu wurden die Fragebögen elektronisch für den Computer in ein CATI-Format umgesetzt. Für die Programmierung und Durchführung von Telefoninterviews wurde das Programm „EFS Survey und PRONTO 3“ (inkl. Predictive-Dialing) des Herstellers VOXCO genutzt. Dieses CATI-Programm stellt ein Gesamtsystem dar, das alle Arbeiten von der Programmierung des Fragebogens über die Verwaltung der Stichprobe, die Kontrolle der Quoten sowie der Ausschöpfung bis hin zur Qualität der Interviews ermöglicht. Die Interviews wurden als standardisierte fragebogengestützte Interviews konzipiert und enthielten nur einige wenige Filtersprünge.

Für die Bevölkerungsbefragung wurde ein Nettoumfang von 2.000 (N analysierbare Fälle), für die Unternehmensbefragung von 750 Fällen angestrebt. Insgesamt wurden im Rahmen der Erhebung letztendlich 751 verwertbare Interviews mit Unternehmen sowie 2.015 Interviews mit Bewohner*innen Brandenburgs ab 18 Jahren geführt.

Erhebungszeitpunkt

Die Feldzeit der Bevölkerungsbefragung lag zwischen dem 08. September und dem 17. Oktober 2020. Die Unternehmen wurden zwischen dem 30. September und dem 23. Oktober 2020 befragt.

Die Gespräche der Bevölkerungsbefragung wurden montags bis freitags jeweils von 15 bis 21 Uhr und samstags zwischen 13 und 18 Uhr geführt. Die Unternehmen wurden während der üblichen Dienstzeiten montags bis freitags von 9 bis 18 Uhr angerufen. Natürlich waren Terminwünsche außerhalb dieser Zeiten möglich.

Wir verfügen über einen Pool von ca. 100 Interviewer*innen, die an 20 CATI-Stationen arbeiten. Die Interviewer*innen wurden entsprechend ihrer Fähigkeiten für das Projekt eingesetzt und geschult. Dabei wurde aus Qualitätsaspekten darauf geachtet, dass der Anteil eines Interviewers an der Gesamtzahl der Interviews zehn Prozent nicht übersteigt. Eine methodische Kontrolle der Arbeit der Interviewer*innen war durch eine*n ständig anwesende*n Chefinterviewer*in gewährleistet. Die Bevölkerungsbefragung wurde von insgesamt 69 Interviewer*innen telefoniert. An der Unternehmensbefragung waren 24 Interviewer*innen beteiligt. Die maximale Interviewzahl eines Interviewers betrug bei der Unternehmensbefragung 72 (=9,6 Prozent aller 751 Telefoninterviews) und bei der Bevölkerungsbefragung 97 Interviews (=4,8 Prozent aller 2.015 Telefoninterviews).

Die Schulung der Interviewer*innen für das Projekt erfolgte mündlich (inklusive der Ausgabe schriftlicher Schulungsunterlagen). Alle Interviewer haben vor Beginn ihrer Tätigkeit eine Basisschulung absolviert, in der sie den methodischen Hintergrund von Befragungen theoretisch kennengelernt und praktisch mittels Probeinterviews geübt haben. Die Interviewer wurden während ihrer Arbeit kontinuierlich durch eine*n permanent anwesende*n Chefinterviewer*in supervisiert. Interviews, die nicht in den eigenen Räumen stattfinden konnten, wurden mit Hilfe von Audioaufnahmen durch die Leitung des Telefonstudios von aproxima supervisiert. Zudem wurden die erhobenen Daten auf Plausibilität und Ähnlichkeit zu den selbst erhobenen Daten kontrolliert.

Interviewdauer

Die Interviews der Bevölkerungsbefragung dauerten im Durchschnitt 12 Minuten (unteres Quartil: 10 Minuten, oberes Quartil: 14 Minuten). 28 Personen unterbrachen das Interview zwischendurch, um es später fortzuführen. 86 brachen das Interview ab und wollten es auch nicht zu einem späteren Zeitpunkt zu Ende führen. Ca. 20 Personen brachen gleich nach der ersten Frage ab. Sie befanden die Fragen für sich nicht relevant oder interessant genug. Weitere 20 stellten dies im Verlauf der ersten Hälfte des Interviews fest. Die weiteren Abbrüche verteilten sich auf den Rest des Fragebogens. Die Befragten verloren die Lust und das Interesse bzw. wollten nicht weitere Zeit investieren. In wenigen Fällen mussten die Interviewer*innen das Gespräch beenden, da die Befragten den Fragen inhaltlich aus sprachlichen oder auch Altersgründen nicht folgen konnten und sich nicht innerhalb der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten einordnen konnten.

Die Unternehmensinterviews dauerten im Mittel ebenfalls 12 Minuten (unteres Quartil: 10 Minuten, oberes Quartil: 13 Minuten). Hier nutzten 31 Personen die Möglichkeit, das Interview zu unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt fortzuführen. 24 Probanden brachen das Interview ab und wollten es nicht mehr beenden. Die Abbrüche verteilen sich auf verschiedene Stellen im Interview. Die Befragten gaben bei Abbruch an, dass für sie die Befragung nicht sinnvoll ist, da sie die Fragen ihrer Meinung nach nicht gut beantworten können.

Stichprobe

Die Bevölkerungsbefragung sollte in der volljährigen Bevölkerung Brandenburgs durchgeführt werden. Die Grundgesamtheit der Befragung sind also alle Einwohner*innen dieses Gebiets ab dem 18. Lebensjahr. Da aus ökonomischen Gründen nicht alle von ihnen befragt werden können, wurde eine repräsentative Stichprobe gezogen. Um die Anforderung der Repräsentativität bestmöglich erfüllen zu können, erfolgte der Zugang zu den Befragten über eine Zufallsstichprobe auf Basis eines öffentlichen Telefonverzeichnisses. Hierzu wurde die Stichprobenziehung nach ADM-Design genutzt. Die ADM-Telefonauswahlgrundlage ist ein von der Arge „ADM-Stichproben“ betreuter und genutzter Pool von Telefonnummern aus dem deutschen Fest- und Mobilnetz, der in jährlich aktualisierter Form bereitgestellt wird. Er basiert auf den Eckdaten des Nummernraums, den die Bundesnetzagentur den Telefonanbietern zur Verfügung stellt und verwaltet. Dieser Nummernraum umfasst prinzipiell alle in Deutschland nutzbaren Telefonnummern. Unter adaptiver Nutzung des von Gabler und Häder entwickelten Generierungsverfahrens werden die relevanten Eckdaten der Bundesnetzagentur so aufbereitet, dass sie die Basis für die Generierung von 10er Blöcken bilden, die alle in der BRD nutzbaren Festnetznummern umfassen (sog. Festnetzdatei).

Die Festnetznummern sind mit regionalen Zuordnungen versehen, die es erlauben, bis auf Ebene der Gemeindekennziffer - und bei einer Reihe von Großstädten bis auf Stadtteilebene - regional zu schichten. Darüber hinaus sind bei einem Großteil der Nummern Kennzeichnungen für private oder geschäftliche Nutzung verfügbar.

Auch die Zielperson wurde nach einem Zufallsverfahren – der sogenannten Last-Birthday-Methode - ausgewählt. Für das Land Brandenburg wurden auf diese Weise 65.800 Telefonnummern zufällig generiert. Es wurden 2.015 vollständige Interviews realisiert.

Die Telefonnummern für die Unternehmensbefragung stammten aus einer Firmendatenbank (Bisnode Deutschland GmbH). Wir erhielten einen Pool von 7.410 Telefonnummern, sortiert nach Branchen und Unternehmensgröße. In diesem Jahr war die Stichprobe in Bezug auf die Unternehmensgröße erneut

disproportional angelegt, um Unternehmen der oberen beiden Klassen (50 bis 249 MA und 250+ MA) in höherem Maße in die Auswertung einbeziehen zu können.

Für das Stichprobendesign wurden wie in den vergangenen Jahren zwei Strukturierungsdimensionen angewendet:

- Strukturierung nach vier Betriebsgrößen (1 bis 9, 10 bis 49, 50 bis 249 und alle Betriebe mit mehr als 250 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten)
- Strukturierung nach sechs Branchen (Land- und Forstwirtschaft (WZ A), produzierendes Gewerbe (WZ C13-35 / E / F), Handel, Gastgewerbe und Tourismus (WZ G / I), Verkehr und Dienstleistungen (WZ H / J-N / S), Non-Profit-Unternehmen (WZ Q / P))

Die Angaben zur Grundgesamtheit - also zur Verteilung aller Brandenburger Unternehmen auf die beiden Strukturierungsdimensionen - kamen vom Statistischen Landesamt Brandenburg. Für einzelne Branchen standen hierbei jedoch nur Gesamtangaben und keine Verteilungen nach Unternehmensgrößen zur Verfügung. Hieraus wurde ein Stichprobenplan für die Befragung erstellt. Für die Branchen ohne genaue Angaben zur Verteilung auf die Unternehmensgrößen ergaben sich die Zielgrößen aus den Differenzen aus den anderen Abschnitten und der Gesamtsumme.

Insgesamt wurden 751 vollständige Interviews mit Brandenburger Unternehmen geführt. Durch die disproportional angelegte Stichprobe unterscheiden sich die Anzahl der Interviews in den einzelnen Zellen von den Werten in den vergangenen Jahren. Für die Analyse wurden diese jedoch mit Hilfe einer Gewichtung wieder an die tatsächliche Verteilung in der Grundgesamtheit angepasst.

Ausschöpfung

Die Ausschöpfung bei der Bevölkerungsumfrage liegt bei 17,2 Prozent. Sie kann als durchschnittlich gelten und ist etwas geringer als bei der Befragung 2017. Um die Befragten nicht mit mehrfachen Anrufen pro Tag zu stören, wurde jede Nummern nur einmal täglich angerufen (mit Ausnahme der Termine). Insgesamt wurde jede Nummer bis zu sechs Mal angerufen.

Die Ausschöpfung der Unternehmensbefragung liegt mit 21,7 Prozent niedriger als 2017 (25,3 Prozent), jedoch höher als die der Bevölkerungsumfrage. Zwar müssen sich die Interviewer bei Unternehmensbefragungen zunächst zum richtigen Ansprechpartner durchfragen, wodurch es meist mehrere Versuche dauert, bis das Interview an sich geführt werden kann. Jedoch wirkt bei Unternehmen die Nennung des Auftraggebers und des Themas mehr als in der Bevölkerung. Unternehmen haben vermutlich einen größeren Bezug zum Thema, da sie meist direkt von den Förderungen aus Europäischen Fonds profitieren. Zudem ist es bei geschäftlichen Anrufen eher unüblich, dass man sofort auflegt, wenn die Worte „Studie“ oder „Befragung“ fallen. Somit haben die Interviewer hier bessere Chancen ihre Argumente für eine Teilnahme vorzubringen. Die Interviewer hatten außerdem die Möglichkeit, den Unternehmen auf Wunsch ein Infoschreiben per E-Mail zukommen zu lassen, das über die Hintergründe der Studie aufklärte.

Gewichtung

Nach dem Ende der Feldphase wird in den meisten Fällen ein nochmaliger Eingriff in die Stichprobe notwendig, um die Daten repräsentativ für die gewünschte Grundgesamtheit zu machen. Trotz der Prämisse, dass die generierte Stichprobe bereits ein verallgemeinerbares Abbild ihrer Generierungsgrundlage sein sollte, kommt es durch verschiedene Faktoren während der Feldphase zu leichten Verzerrungen, die durch eine nachträgliche

Gewichtung ausgeglichen werden. Die Gewichtung der Bevölkerungsstichprobe erfolgte anhand der Merkmale Alter, Geschlecht, Planungsregion und BIK-Größenklasse. Die vier verwendeten Merkmale wurden aus folgenden Gründen ausgewählt: Zum einen beschreiben sie die Bevölkerungsverteilung in ihren basalen Dimensionen. Zum anderen sind sie relativ zuverlässig und unkompliziert zu beschaffen. Alle Angaben zur Grundgesamtheit haben wir vor der Untersuchung aktuell vom statischen Landesamt sowie dem Statistischen Bundesamt bezogen. Nach der Gewichtung entspricht die Struktur der Stichprobe in diesen vier Merkmalen der Struktur der Grundgesamtheit und ist repräsentativ hinsichtlich dieser Merkmale. Somit entsprechen auch alle anderen Merkmalsverteilungen unter Berücksichtigung der Fehlertoleranzen ihrer Verteilung in der Grundgesamtheit.

Da die Unternehmensstichprobe in diesem Jahr disproportional hinsichtlich der Unternehmensgröße angelegt war, wurde im Nachgang eine Gewichtung vorgenommen, die die Verteilung wieder an die Grundgesamtheit anpasst. Somit sind die Daten mit den Vorgängerwellen vergleichbar.

Fehlerquote

Bei jeder statistischen Erhebung entsteht ein gewisser Fehler, der nicht zu vermeiden ist. Es ist deshalb nicht völlig sicher, dass die berechneten Prozentwerte exakt die Verteilung in der Grundgesamtheit wiedergeben. Sie können stattdessen innerhalb eines bestimmten Intervalls schwanken. Das so genannte Konfidenzintervall hängt ab von der Stichprobengröße und dem jeweils angegebenen Prozentwert. Für diese Bevölkerungsbefragung beträgt es z. B. für Prozentwerte von 50% ± 2,2 und für Prozentwerte von 5% ± 1,0. Bei der Unternehmensbefragung liegt es z. B. für Prozentwerte von 50% ± 3,6 und für Prozentwerte von 5% ± 1,6. Die zufallsbedingten Fehlerquoten werden in den berichteten Signifikanztests berücksichtigt.

6 Anhang

6.1 Fragenkatalog Privatpersonen

Einleitungstext

Guten Tag, mein Name ist [Name] von der Gesellschaft aproxima aus Weimar. Im Auftrag des Ministeriums der Finanzen und für Europa des Landes Brandenburg führen wir zur Zeit eine Bevölkerungsbefragung zum Thema EU durch. Vielleicht haben Sie schon etwas in der Presse darüber gelesen?

Dazu befragen wir 2.000 zufällig ausgewählte Bürgerinnen und Bürger in ihrem Bundesland. Das Interview dauert nur ca. 10 Minuten. Bin ich denn mit einem Privatanschluss verbunden?

(INT: bei Skepsis evtl. gleich auf Homepage https://eu-fonds.brandenburg.de verweisen. Dort stehen Infos zur Studie.)

Falls ja: Um einen repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung zu erreichen, müsste ich mit der Person aus Ihrem Haushalt sprechen, die zuletzt Geburtstag hatte und mindestens 18 Jahre alt ist. Wer ist das denn bei Ihnen?

Falls Person am Telefon: Hätten Sie denn kurz Zeit für mich? Die Teilnahme an der Befragung ist natürlich freiwillig, jedoch wäre es wünschenswert, dass jede ausgewählte Person teilnimmt, damit die Ergebnisse wissenschaftlich vertretbar sind. Es geht uns um Ihre Meinung - ich möchte Ihnen nichts verkaufen. Die Befragung wird nicht mehr als 10 Minuten dauern.

Ansonsten mit entsprechender Person verbinden lassen.

Bevor das Interview startet, habe ich noch ein paar kurze Informationen: Gerne geben wir Ihnen die Kontaktdaten unseres Datenschutzbeauftragten bekannt, den Sie unter https://datenschutz.aproxima.de finden. Dort finden Sie auch unsere ausführlichen Informationen zum Datenschutz und u. a. Ihre Rechte auf Auskunft, Berichtung, Löschung und Einschränkung sowie Widerspruch gegen die Verarbeitung und das Recht auf Beschwerde bei der Datenschutzaufsichtsbehörde.

Frage 1: Einstellung zur EU

(Quelle: 2017)

Ganz allgemein gesprochen, wie sind Sie der Europäischen Union gegenüber eingestellt? Sehen Sie die EU positiv, weder positiv noch negativ oder negativ?

(Einfachnennung)

- positiv
- weder positiv noch negativ
- negativ
- weiß nicht

Frage 2: Einstellung zur EU-Förderpolitik

(Quelle: 2017)

Die Europäische Union unterstützt Regionen und Länder durch die EU-Förderpolitik und EU-Fonds. Und wie sehen Sie die EU-Förderpolitik? Sehen Sie sie positiv, weder positiv noch negativ oder negativ?

(Einfachnennung)

- positiv
- weder positiv noch negativ
- negativ
- weiß nicht

Frage 3: ungestützte Bekanntheit der Fonds

(Quelle: 2017)

Drei Europäische Förderfonds unterstützen die Entwicklung Brandenburgs in den Bereichen Wirtschaft, Beschäftigung und Landwirtschaft/ländliche Entwicklung. Können Sie einen oder mehrere der Fonds benennen?

(offene Frage mit verdeckten Antwortmöglichkeiten)

- ELER
- EFRE
- ESF
- Interreg
- andere Nennungen: _____
- keine Antwort

Frage 4: Notwendigkeit von EU-Förderungen

(Quelle: 2017)

Meinen Sie, dass Brandenburg eines der Gebiete der Europäischen Union ist, das finanzielle Förderung aus EU-Mitteln braucht?

(Einfachnennung)

- ja
- nein
- weiß nicht

Frage 5: Persönlicher Nutzen der EU-Förderungen

(Quelle: NEU)

Was würden Sie sagen: Geht es Ihnen durch die EU-Förderungen in Brandenburg persönlich besser oder schlechter? Geht es Ihnen dadurch viel besser, eher besser, gleich gut, eher schlechter oder viel schlechter?

(Einfachnennung)

- viel besser
- eher besser
- gleich gut
- eher schlechter
- viel schlechter
- weiß nicht

Frage 6: gestützte Bekanntheit der EU-Fonds

(Quelle: 2017)

Ist Ihnen eines der folgenden EU-Förderinstrumente, wenn auch nur dem Namen nach, bekannt?

(zufällige Positionierung der Items, Skala: ja, nein, weiß nicht)

- Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, abgekürzt EFRE
- Europäischer Sozialfonds, abgekürzt ESF
- Europäische Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums, abgekürzt ELER

Frage 7a: persönliche Vorteile durch EU-Fonds

(Quelle: 2017)

Haben Sie persönlich bereits durch … Vorteile erfahren?

(für jeden Fonds, der in Frage 6 bekannt ist / Skala: ja, nein, weiß nicht)

- EFRE-Förderungen
- ESF-Förderungen (z. B. an einem ESF-Projekt teilgenommen)
- ELER-Förderungen

Frage 7b: Konkretisierung der persönlichen Vorteile durch EU-Fonds

(Quelle: 2017)

Können Sie bitte so genau wie möglich beschreiben, was das war?

(für jeden Fonds, bei dem in Frage 7a „ja" gesagt wurde / offene Frage)

- EFRE-Förderungen: _____
- ESF-Förderungen: _____
- ELER-Förderungen: _____

Frage 8: Entscheidungsort über Einsatz der Fördermittel

(Quelle: 2017)

Wer, glauben Sie, entscheidet in erster Linie über den Einsatz der Fördermittel – das Land Brandenburg oder die EU?

(Einfachnennung)

- Brandenburg
- EU
- weiß nicht

Vorteile der EU-Förderung für Brandenburg

Frage 9: Aussagen zu den Wirkungen der EU-Förderung

(Quelle: 2017)

Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zur EU-Politik und EU-Förderpolitik in Brandenburg vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob die Aussage Ihrer Meinung nach voll und ganz zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft.

(zufällige Anordnung der Items / Skala: trifft voll und ganz zu, trifft eher zu, trifft eher nicht zu, trifft überhaupt nicht zu, weiß nicht)

- Die EU-Förderpolitik trägt zum wirtschaftlichen Aufschwung in Brandenburg bei.
- Die EU-Fördermittel tragen zum Abbau der Arbeitslosigkeit in Brandenburg bei.
- Die EU-Förderpolitik trägt dazu bei, benachteiligte Personen in den Arbeitsmarkt zu integrieren.
- Die EU-Förderpolitik ist wichtig, um die Abwanderung aus Brandenburg zu verringern.
- Die EU-Fördermittel tragen zur Modernisierung der Infrastruktur in Brandenburg bei.
- Die Chancengleichheit in Brandenburg wird durch die EU-Förderung verbessert.
- Die EU-Förderpolitik leistet einen wichtigen Beitrag zur Ausbildung und Qualifizierung der Menschen in Brandenburg.
- Die EU-Fördermittel tragen zum Schutz und zur Verbesserung der Umwelt in Brandenburg bei.

Frage 17: EU-Förderung und Corona-Krise

(Quelle: NEU)

Hat die EU Ihrer Meinung nach dabei geholfen, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden?

(Einfachnennung)

- ja → Inwiefern? (offen)
- nein
- weiß nicht

Kenntnis der Inhalte der EU-Förderpolitik

Frage 10a: Kenntnis EU-geförderter Projekte

(Quelle: 2017)

Kennen Sie EU-geförderte Projekte im Land Brandenburg?

(Einfachnennung)

- ja
- nein → weiter mit Frage 11
- weiß nicht → weiter mit Frage 11

Frage 10b: Konkretisierung bekannter EU-geförderter Projekte

(Quelle: 2017)

Welche geförderten Projekte kennen Sie? Nennen Sie bitte ein Beispiel.

(offene Frage)

- Antwort: _____

Frage 10c: Quelle der Kenntnis EU-geförderter Projekte

(Quelle: eigene Frage)

Wie sind Sie auf das Projekt aufmerksam geworden?

(Einfachnennung)

- Druckerzeugnisse (z.B. Zeitung, Faltblatt, Plakat, Broschüre)
- Radio/Fernsehen
- Internet
- Soziale Medien
- Blogs
- Präsentationen auf regionalen Events/Messen/Ausstellungen
- aus direktem Erleben/Nutzen
- aus Gesprächen

- durch ein Baustellen-/Informationsschild
- Sonstiges, und zwar: _____
- weiß nicht

Informationsverbreitung

Frage 11: Subjektive Informiertheit über die EU-Förderpolitik Brandenburgs

(Quelle: 2017)

Fühlen Sie sich über die EU-Förderpolitik Brandenburgs im Allgemeinen sehr gut, eher gut, eher schlecht oder sehr schlecht informiert?

(Einfachnennung)

- sehr gut
- eher gut
- eher schlecht
- sehr schlecht

Frage 12: Bedeutung von Informationsquellen zur EU-Förderung

(Quelle: 2017)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Quellen, um Informationen über die EU-Förderung zu erhalten? Bitte Antworten Sie mit sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig oder gar nicht wichtig.

(zufällige Anordnung der Items / Skala: sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig, gar nicht wichtig)

- regionale Zeitungen
- überregionale Tageszeitungen
- Zeitschriften
- Fernsehen
- Radio
- Internet
- Social Media
- Spezialveröffentlichungen, wie zum Beispiel Broschüren und Faltblätter
- Veranstaltungen und Messen
- Informations- und Werbekampagnen

Frage 13: Bekanntheit der Kampagne #BrandenburgDaGehtWas

(Quelle: 2017)

Kennen Sie die Informationskampagne der EU-Fonds in Brandenburg mit dem Titel „#BrandenburgDaGehtWas“?

(Einfachnennung)

- ja → Woher kennen Sie die Kampagne (offen)?
- nein
- weiß nicht

Frage 14: Informationsquellen zu EU-Förderprogrammen in Brandenburg

(Quelle: 2017)

Informationen über EU-Förderprogramme werden über verschiedene Kanäle bereitgestellt. Welche der folgenden Kanäle kennen Sie und welche davon haben Sie schon einmal für die Information über EU-Förderprogramme genutzt?

(zufällige Anordnung der Items / Skala: habe ich schon einmal genutzt, kenne ich, habe sie aber noch nicht genutzt, kenne ich nicht, weiß nicht)

- Internetseite esf.brandenburg.de *(nur wenn ESF bekannt)*
- Internetseite efre.brandenburg.de *(nur wenn EFRE bekannt)*
- Internetseite eler.brandenburg.de *(nur wenn ELER bekannt)*
- Internetseite eu-fonds.brandenburg.de
- Internetseite brandenburg-da-geht-was.de *(nur wenn Kampagne bekannt)*
- E-Mail-Newsletter BRANDaktuell
- Informationsstände zu EU-Fonds auf Messen und Veranstaltungen
- andere Materialien oder Kanäle, und zwar: _____

Frage 15a: Informationsinteresse zur EU-Förderung in Brandenburg

(Quelle: 2017)

Würden Sie über verschiedene Themen der EU-Förderung gerne ausführliche Informationen erhalten?

(Einfachnennung)

- ja
- nein → weiter mit Frage 16

Frage 15b: Konkretisierung des Informationsinteresses zur EU-Förderung in Brandenburg

(Quelle: 2017)

Würden Sie gerne mehr darüber erfahren, …

(zufällige Positionierung der Items / Skala: ja, nein, weiß nicht)

- welche Fördermöglichkeiten es gibt?
- wo man sich zu EU-Förderungen beraten lassen kann?
- welche Projekte in Ihrer Nähe durch die Europäischen Fonds gefördert wurden oder werden?
- wie viel Geld Brandenburg aus den Europäischen Fonds erhält?
- Sonstiges, und zwar: _____

Bedeutung der Wahlen des EU-Parlaments

Frage 16: Bedeutung der Wahlen zum EU-Parlament

(Quelle: 2017)

Stimmen Sie folgender Aussage zu? Mit den Wahlen zum Europäischen Parlament kann ich die Politik der EU beeinflussen.

(Einfachnennung)

- ja
- nein
- weiß nicht

Demographie

Frage S1: Geschlecht

(Quelle: 2017)

Sind Sie …

(Einfachnennung)

- männlich
- weiblich
- divers

Frage S2: Alter

(Quelle: 2017)

In welchem Jahr sind Sie geboren?

(offene Frage)

- Jahr: _____

Frage S3: Beschäftigungssituation

(Quelle: Demographische Standards (modifiziert))

Was tun Sie derzeit? Sind Sie …

(Einfachnennung)

- Schüler*in
- Student*in
- In einer beruflichen Ausbildung
- Im freiwilligen Wehrdienst, im Bundesfreiwilligendienst oder im Freiwilligen Sozialen Jahr
- Voll- oder Teilzeit-erwerbstätig
- Selbständig oder freiberuflich tätig
- Geringfügig beschäftigt, 450-Euro-Job, Mini-Job
- In Mutterschafts-, Erziehungsurlaub, Elternzeit oder sonstiger Beurlaubung
- Hausfrau*Hausmann
- Arbeitslos
- Dauerhaft erwerbsunfähig
- Rentner*in, Pensionär*in, im Vorruhestand
- Sonstiges, und zwar: _____

Frage S4: höchster allgemeinbildender Schulabschluss

(Quelle: 2017)

Welchen höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss haben Sie?

(Einfachnennung)

- noch Schüler einer allgemeinbildenden Schule
- von der Schule abgegangen ohne Abschluss
- Hauptschulabschluss
- Realschulabschluss (Mittlere Reife) bzw. Abschluss der Polytechnischen Oberschule (POS)
- Abitur oder Fachabitur bzw. Erweiterte Oberschule (EOS)
- ein anderer, und zwar: _____
- keine Angabe

Frage S5: Personen im Haushalt

(Quelle: 2017)

Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt, Sie selbst mit eingeschlossen?

(Einfachnennung)

- Anzahl der Personen: _____

Frage S6: HHNE

Wie hoch ist das monatliche Haushaltsnettoeinkommen Ihres Haushalts? Gemeint ist das monatliche Einkommen aller Personen, die zu Ihrem Haushaltseinkommen beitragen, nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben, zuzüglich von Wohn- oder Kindergeld.

- Unter 750 Euro
- 750 bis unter 1.500 Euro
- 1.500 bis unter 2.250 Euro
- 2.250 bis unter 3.000 Euro
- 3.000 bis unter 4.000 Euro
- 4.000 bis unter 5.000 Euro
- 5.000 Euro und mehr

6.2 Fragenkatalog Unternehmen

Einleitungstext

Guten Tag, mein Name ist [Name] von der Gesellschaft aproxima aus Weimar. Wir führen zurzeit eine Unternehmensbefragung zum Thema EU im Auftrag des Ministeriums der Finanzen und für Europa des Landes Brandenburg durch. Könnte ich hierzu bitte kurz mit dem Geschäftsführer Ihrer Firma sprechen?

(INT: sollte der Geschäftsführer nicht zu sprechen sein, kann auch nach seinem Stellvertreter o. ä. gefragt werden)

Wir befragen 750 zufällig ausgewählte Unternehmen in Ihrem Bundesland. Die Teilnahme ist natürlich freiwillig, aber es wäre wichtig, dass alle ausgewählten Personen teilnehmen, damit die Umfrage ein möglichst genaues Ergebnis liefert.

Das Interview dauert nur ca. 10 Minuten. Hätten Sie kurz Zeit für mich oder möchten Sie einen Termin vereinbaren?

(Int.: bitte verbinden lassen wenn AP nicht dran ist)

Bevor das Interview startet, habe ich noch ein paar kurze Informationen: Gerne geben wir Ihnen die Kontaktdaten unseres Datenschutzbeauftragten bekannt, den Sie unter https://datenschutz.aproxima.de finden. Dort finden Sie auch unsere ausführlichen Informationen zum Datenschutz und u. a. Ihre Rechte auf Auskunft, Berichtung, Löschung und Einschränkung sowie Widerspruch gegen die Verarbeitung und das Recht auf Beschwerde bei der Datenschutzaufsichtsbehörde.

Frage 2: Einstellung zur EU-Förderpolitik

(Quelle: 2017)

Die Europäische Union unterstützt Regionen und Länder durch die EU-Förderpolitik und EU-Fonds. Ganz allgemein gesprochen, wie sehen Sie die EU-Förderpolitik? Sehen Sie sie positiv, weder positiv noch negativ oder negativ?

(Einfachnennung)

- positiv
- weder positiv noch negativ
- negativ
- weiß nicht

Frage 3: ungestützte Bekanntheit der Fonds

(Quelle: 2017)

Drei Europäische Förderfonds unterstützen die Entwicklung Brandenburgs in den Bereichen Wirtschaft, Beschäftigung und Landwirtschaft/ländliche Entwicklung. Können Sie einen oder mehrere der Fonds benennen?

(offene Frage mit verdeckten Antwortmöglichkeiten)

- ELER
- EFRE
- ESF
- Interreg
- andere Nennungen: _____
- keine Antwort

Frage 4: Notwendigkeit von EU-Förderungen

(Quelle: 2017)

Meinen Sie, dass Brandenburg eines der Gebiete der Europäischen Union ist, das finanzielle Förderung aus EU-Mitteln braucht?

(Einfachnennung)

- ja
- nein
- weiß nicht

Frage 5: Konkreter Nutzen der EU-Förderungen

(Quelle: NEU)

Und was glauben Sie: Geht es Ihrem Unternehmen durch die EU-Förderungen in Brandenburg besser oder schlechter? Geht es dem Unternehmen dadurch viel besser, eher besser, gleich gut, eher schlechter oder viel schlechter??

(Einfachnennung)

- viel besser
- eher besser
- gleich gut
- eher schlechter
- viel schlechter
- weiß nicht

Frage 6: gestützte Bekanntheit der EU-Fonds

(Quelle: 2017)

Ist Ihnen eines der folgenden EU-Förderinstrumente, wenn auch nur dem Namen nach, bekannt?

(zufällige Positionierung der Items, Skala: ja, nein, weiß nicht)

- Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, abgekürzt EFRE
- Europäischer Sozialfonds, abgekürzt ESF
- Europäische Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums, abgekürzt ELER

Frage 7a: Unternehmensvorteile durch EU-Fonds

(Quelle: 2017)

Hat Ihr Unternehmen bereits vom … profitiert?

(für jeden Fonds, der in Frage 6 bekannt ist / Skala: ja, nein, weiß nicht)

- EFRE
- ESF
- ELER

Frage 7b: Konkretisierung der Unternehmensvorteile durch EU-Fonds

(Quelle: 2017)

Können Sie bitte so genau wie möglich beschreiben, was das war?

(für jeden Fonds, bei dem in Frage 7b „ja“ gesagt wurde / offene Frage)

- EFRE: _____
- ESF: _____
- ELER: _____

Frage 8: Entscheidungsort über Einsatz der Fördermittel

(Quelle: 2017)

Wer, glauben Sie, entscheidet in erster Linie über den Einsatz der Fördermittel – das Land Brandenburg oder die EU?

(Einfachnennung)

- Brandenburg
- EU
- weiß nicht

Frage 19: Beschäftigung mit EU-Förderung

(Quelle: 2017)

Wie ausführlich hat sich Ihr Unternehmen bisher mit den Möglichkeiten der Europäischen Förderung beschäftigt? Ausführlich, etwas, oder gar nicht?

(Einfachnennung)

- ausführlich
- etwas
- gar nicht
- weiß nicht

Vorteile der EU-Förderung für Brandenburg

Frage 9: Aussagen zu den Wirkungen der EU-Förderung

(Quelle: 2017)

Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zur EU-Politik und EU-Förderpolitik in Brandenburg vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob die Aussage Ihrer Meinung nach voll und ganz zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft.

(zufällige Anordnung der Items / Skala: trifft voll und ganz zu, trifft eher zu, trifft eher nicht zu, trifft überhaupt nicht zu, weiß nicht)

- Die EU-Förderpolitik trägt zum wirtschaftlichen Aufschwung in Brandenburg bei.
- Die EU-Fördermittel tragen zum Abbau der Arbeitslosigkeit in Brandenburg bei.
- Die EU-Förderpolitik trägt zur Fachkräftesicherung in Brandenburg bei. (NEU)
- Die EU-Förderpolitik ist wichtig, um die Abwanderung aus Brandenburg zu verringern.
- Die EU-Fördermittel tragen zur Modernisierung der Infrastruktur in Brandenburg bei. *(Int: auf Nachfrage Beispiele nennen: Forschungsinfrastruktur, Infrastruktur für erneuerbare Energien, Stadtentwicklung)*
- Die Chancengleichheit in Brandenburg wird durch die EU-Förderung verbessert.
- Die EU-Förderpolitik leistet einen wichtigen Beitrag zur Ausbildung und Qualifizierung der

Menschen in Brandenburg.
- Die EU-Fördermittel tragen zum Schutz und zur Verbesserung der Umwelt in Brandenburg bei.
- Die EU-Förderung unterstützt insbesondere große Unternehmen.

Frage 17: EU-Förderung und Corona-Krise

(Quelle: NEU)

Hat die EU Ihrer Meinung nach dabei geholfen, die Corona-Krise in Brandenburg zu überwinden?

(Einfachnennung)

- ja → Inwiefern? (offen)
- nein
- weiß nicht

Kenntnis der Inhalte der EU-Förderpolitik

Frage 10a: Kenntnis EU-geförderter Projekte

(Quelle: 2017)

Kennen Sie EU-geförderte Projekte im Land Brandenburg?

(Einfachnennung)

- ja
- nein → weiter mit Frage 11
- weiß nicht → weiter mit Frage 11

Frage 10b: Konkretisierung bekannter EU-geförderter Projekte

(Quelle: 2017)

Welche geförderten Projekte kennen Sie? Nennen Sie bitte ein Beispiel.

(offene Frage)

- Antwort: _____

Frage 10c: Quelle der Kenntnis EU-geförderter Projekte

(Quelle: eigene Frage)

Wie sind Sie auf das Projekt aufmerksam geworden?

(Einfachnennung)

- Druckerzeugnisse (z.B. Zeitung, Faltblatt, Plakat, Broschüre)
- Radio/Fernsehen
- Internet
- Soziale Medien
- Blogs
- Präsentationen auf regionalen Events/Messen/Ausstellungen
- aus direktem Erleben/Nutzen
- aus Gesprächen
- durch ein Baustellen-/Informationsschild
- Sonstiges, und zwar: _____
- weiß nicht

Frage 18a: Bekanntheit von Förderinstitutionen

(Quelle: 2017)

Welche der folgenden Ansprechpartner zur Beratung von Förderungen der EU-Fonds sind Ihnen bekannt?

(zufällige Positionierung der Items / Skala: bekannt, nicht bekannt, weiß nicht)

- Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB)
- Wirtschaftsförderung Brandenburg „WFBB“
- Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung (LELF)

Frage 18b: Inanspruchnahme eines Beratungsgesprächs

(Quelle: 2017)

Haben Sie bei […] bisher ein persönliches Beratungsgespräch zur Unterstützung aus EU-Mitteln in Anspruch genommen? Bitte beachten Sie, dass es hierbei nicht um ein Gespräch zur Corona-Hilfe geht.

(nur Institutionen, die bekannt sind / Skala: ja, nein, weiß nicht)

- Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB)
- Wirtschaftsförderung Brandenburg „WFBB“
- Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung (LELF)

Frage 18c: Zufriedenheit mit dem Beratungsgespräch

(Quelle: 2017)

Wie zufrieden waren Sie mit dieser Beratung? Waren Sie voll und ganz zufrieden, eher zufrieden, eher nicht zufrieden, überhaupt nicht zufrieden?

(nur Institutionen, die bei denen ein Beratungsgespräch stattfand / Skala: voll und ganz zufrieden, eher zufrieden, eher nicht zufrieden, überhaupt nicht zufrieden, weiß nicht)

- Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB)
- Wirtschaftsförderung Brandenburg „WFBB“
- Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung (LELF)

Informationsverbreitung

Frage 11: Subjektive Informiertheit über die EU-Förderpolitik Brandenburgs

(Quelle: 2017)

Fühlen Sie sich über die EU-Förderpolitik Brandenburgs im Allgemeinen sehr gut, eher gut, eher schlecht oder sehr schlecht informiert?

(Einfachnennung)

- sehr gut
- eher gut
- eher schlecht
- sehr schlecht

Frage 12: Bedeutung von Informationsquellen zur EU-Förderung

(Quelle: 2017)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Quellen, um Informationen über die EU-Förderung zu erhalten? Bitte antworten Sie mit sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig oder gar nicht wichtig.

(zufällige Anordnung der Items / Skala: sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig, gar nicht wichtig)

- regionale Zeitungen
- überregionale Tageszeitungen
- Zeitschriften
- Fernsehen
- Radio
- Internet
- Social Media
- Spezialveröffentlichungen, wie zum Beispiel Broschüren und Faltblätter
- Veranstaltungen und Messen
- Informations- und Werbekampagnen
- Beratungsstellen zur Fördermittelvergabe

Frage 13: Bekanntheit der Kampagne #BrandenburgDaGehtWas

(Quelle: 2017)

Kennen Sie die Informationskampagne der EU-Fonds in Brandenburg mit dem Titel „#BrandenburgDaGehtWas“?

(Einfachnennung)

- ja → Woher kennen Sie die Kampagne (offen)?
- nein
- weiß nicht

Frage 14: Informationsquellen zu EU-Förderprogrammen in Brandenburg

(Quelle: 2017)

Informationen über EU-Förderprogramme werden über verschiedene Kanäle bereitgestellt. Welche der folgenden Kanäle kennen Sie und welche davon haben Sie schon einmal für die Information über EU-Förderprogramme genutzt?

(zufällige Anordnung der Items / Skala: habe ich schon einmal genutzt, kenne ich, habe sie aber noch nicht genutzt, kenne ich nicht, weiß nicht)

- Internetseite esf.brandenburg.de *(nur wenn ESF bekannt)*
- Internetseite efre.brandenburg.de *(nur wenn EFRE bekannt)*
- Internetseite eler.brandenburg.de *(nur wenn ELER bekannt)*
- Internetseite eu-fonds.brandenburg.de
- Internetseite brandenburg-da-geht-was.de *(nur wenn Kampagne bekannt)*
- E-Mail-Newsletter BRANDaktuell
- Informationsstände zu EU-Fonds auf Messen und Veranstaltungen
- andere Materialien oder Kanäle, und zwar: _____

Frage 15a: Informationsinteresse zur EU-Förderung in Brandenburg

(Quelle: 2017, dort bisher nur in der Bevölkerungsbefragung)

Würden Sie über verschiedene Themen der EU-Förderung gerne ausführliche Informationen erhalten?

(Einfachnennung)

- ja
- nein → weiter mit Frage 16

Frage 15b: Konkretisierung des Informationsinteresses zur EU-Förderung in Brandenburg

(Quelle: 2017)

Würden Sie gerne mehr darüber erfahren, …

(zufällige Positionierung der Items / Skala: ja, nein, weiß nicht)

- welche Fördermöglichkeiten es gibt?
- wo Informationen zur EU-Förderung zu bekommen sind?
- wo Ansprechpartner*innen der EU-Förderung in der Region zu finden sind?
- welche Internetadressen zur EU-Förderung es gibt?
- welche Projekte in Ihrer Nähe durch die Europäischen Fonds gefördert wurden oder werden?
- Sonstiges, und zwar: _____

Bedeutung der Wahlen des EU-Parlaments

Frage 16: Bedeutung der Wahlen zum EU-Parlament

(Quelle: 2017)

Stimmen Sie folgender Aussage zu? Mit den Wahlen zum Europäischen Parlament kann ich die Politik der EU beeinflussen.

(Einfachnennung)

- ja
- nein
- weiß nicht

Demographie

Frage S1: Geschlecht

(Quelle: 2017)

Sind Sie …

(Einfachnennung)

- männlich
- weiblich
- divers

Frage S2: Unternehmensalter

(Quelle: 2017)

In welchem Jahr wurde Ihr Unternehmen gegründet?

(offene Frage)

- Jahr: _____

Frage S3: Position im Unternehmen

(Quelle: 2017)

Welche Position haben Sie innerhalb des Unternehmens?

(Einfachnennung)

- Topmanagement (Vorstand, Geschäftsführer, Ressortleiter)
- mittleres Management (Abteilungsleiter, Regionalleiter)
- unteres Management (Gruppenleiter, Referatsleiter)
- hochqualifizierte Fachposition (Projektleiter)
- sonstige Position, und zwar: _____
- keine Angabe

Ministerium der Justiz und für Europa
und Verbraucherschutz
Referat IV.4
Heinrich-Mann-Allee 107
14473 Potsdam

Tel.: +49 (0)331 866-3422
Fax: +49 (0)331 866-3402

www.eu-foerderung.brandenburg.de

Befragung und Auswertung

aproxima Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung Weimar mbH
Schillerstraße 10
99423 Weimar
E-Mail: goette@aproxima.de
www.aproxima.de

30. November 2020

EUROPÄISCHE UNION

Europäische Struktur- und Investitionsfonds

Diese Studie wird aus Mitteln der Europäischen Struktur- und Investitionsfonds gefördert.

Investition in Ihre Zukunft!