



Interreg
Deutschland - Danmark



**Intern evaluering af
programmet
Interreg Deutschland-Danmarks
kommunikationsarbejde**



Indholdsfortegnelse

.....	1
1. Indledning.....	3
2. Programmets hjemmeside	5
2.1 Metodevalg.....	5
2.2 Databaggrund	6
2.3 Resultater	6
2.4 Handlingsanbefalinger.....	7
3. Nyhedsbrevet	8
3.1 Metodevalg.....	9
3.2 Resultater	10
3.3 Handlingsanbefalinger.....	10
4. Arrangementer inden for rammerne af programmet	11
4.1 Metodevalg.....	13
4.2 Resultater	14
4.3 Handlingsanbefalinger.....	15
5. Interreg-programmets pressearbejde	16
5.1 Metodevalg.....	17
5.2 Resultater	17
5.3 Handlingsanbefalinger.....	18
6. Facit	20

1. Indledning

Interreg Deutschland-Danmark er et program, der finansieres af EU, med en volumen på 90 mio. euro til fremme af dansk-tyske projekter. Interreg-samarbejdet har til formål i perioden 2014-2020 at fremme vækst og samarbejde på forskellige områder, bl.a. inden for erhvervsliv, energi, beskæftigelse, uddannelse, turisme og kultur i en grænseoverskridende kontekst. Interreg-programmet tæller 11 danske og tyske partnere: Region Sjælland, Region Syddanmark, kommunerne Nordfriesland, Schleswig-Flensburg, Rendsburg-Eckernförde, Ostholstein og Plön samt bykommunerne Kiel, Flensburg, Neumünster og Lübeck. Halvdelen af Interreg-programmets løbetid er nu gået, og indtil videre er der blevet godkendt 42 projekter¹.

Denne rapport er et resumé af den interne evaluering af udvalgte kommunikationsforanstaltninger, der gennemføres inden for rammerne af EU-støtteprogrammet Interreg Deutschland-Danmark. Der foreligger en udførlig version, som dog udelukkende er til programintern brug. Udgangspunktet var bl.a. programmets kommunikationsstrategi², som blev udarbejdet i begyndelsen af støtteperioden og sidenhen har fungeret som retningslinje for kommunikationsarbejdet. Kommunikationsstrategien danner således det gennemgående grundlag for evalueringen af delopgaverne.

Ifølge Europa-Kommissionen spiller kommunikations- og PR-arbejdet en vigtig rolle, idet det bl.a. skal *"kunne formidle resultaterne af Interreg-støtte på en forståelig og gennemskuelig måde"* (kommunikationsstrategien 2014, s. 3). Det betyder, at kommunikations- og PR-arbejdet bl.a. skal give et billede af, hvordan EU's støttemidler investeres, samtidig med at støtteprogrammet får et ansigt udadtil, der kan vække en interesse for Interreg, programmets projekter og resultater samt succes historier.

Da Interreg Deutschland-Danmark anføres som best practice-eksempel inden for kommunikations- og PR-arbejde³ og i 2016 bl.a. kunne høste prisen for den bedste Interreg-hjemmeside blandt over 90 Interreg-programmer, er det hensigtsmæssigt at gennemføre en evaluering til konstatering af, hvorvidt kommunikationsarbejdet fortsat lever op til de krav og forventninger, der er anført i kommunikationsstrategien og er udtrykt af projektaktørerne. Stadig flere projekter ser dagens lys, hvorfor en analyse af programmet Interreg Deutschland-Danmarks kommunikations- og PR-arbejde på forskellige niveauer synes nyttig i forhold til at klarlægge så effektive kommunikationsveje som muligt for selve Interreg-programmet og Interreg-projekterne.

¹ Frem til den 15. oktober 2018.

² Kommunikationsstrategien bygger på det kommunikationskoncept, der i januar 2014 blev godkendt af programpartnernes styregruppe. <https://www.interreg5a.eu/wp-content/uploads/2016/09/Kommunikationsstrategie-Interreg-Deutschland-Danmark.pdf>

³ Fremgår af „Evaluation der Kommunikationsstrategie, SNCZ 2017“ – evaluering af et andet Interreg-program.

Evalueringens resultater vil både kunne udnyttes af Interreg-programmet i forhold til en eventuel tilpasning og styrkelse af kommunikations- og PR-arbejdet såvel som kommunikationsstrategien og vil kunne kommunikeres ud til de Interreg-projekter, der i forbindelse med deres arbejde skeler til programmet Interreg Deutschland-Danmarks arbejde.

Rapporten fokuserer på en evaluering af følgende kommunikationsforanstaltninger: programmets hjemmeside, det månedlige nyhedsbrev, programarrangementernes kvalitet og behandlingen af pressedata og pressearbejdet.

Første afsnit indeholder en evaluering af hjemmesiden i forhold til dens nytteværdi, herunder brugervenlighed og brugeraktivitet. Til dette formål indsamles der data fra Google Analytics, som efterfølgende analyseres.

Andet afsnit vedrører evalueringen af nyhedsbrevet. De analyserede data, der anvendes i forbindelse med evalueringen, stammer fra de såkaldte smiley-tilbagemeldinger og et spørgeskema.

I det tredje afsnit evalueres fem forskellige arrangementer i forhold til deres kvalitet og potentiale. Sidst, men ikke mindst gennemføres der ved hjælp af en programintern medieovervågning en analyse af pressearbejdet. I den forbindelse klarlægges det, hvorvidt Interreg-projekterne og selve Interreg-programmet omtales i medierne. Ud fra dette kan det vurderes, i hvor høj grad Interreg-programmet opnår presserelateret succes med udgangspunkt i de udsendte informationer.

Evalueringen af kommunikationsarbejdet sker som følge af den beslutning, der blev truffet på Interreg-udvalgets møde den 20.06.2018. Derudover blev det på mødet bestemt, at der på baggrund af denne evaluering skulle udarbejdes handlingsanbefalinger til yderligere styrkelse af kommunikationsarbejdet i den nuværende og eventuelt næste støtteperiode. Der blev afsat et specifikt budget fra programmet Interreg Deutschland-Danmarks kommunikationsbudget til dette arbejde. Nærværende interne rapport skal danne vidensfundamentet for en yderligere evaluering som udføres af en ekstern ekspert. Denne eksterne ekspert skal først og fremmest evaluere andre udvalgte delforanstaltninger, der indgår i kommunikationsarbejdet, og fremlægge handlingsanbefalinger. Resultaterne af den interne og eksterne evaluering vil efterfølgende blive behandlet og præsenteret på Interreg-udvalgets første møde i 2019. Der blev allerede under kommunikationsstrategiens udarbejdelse fastlagt indikatorer og målværdier for nogle af de anførte kommunikationsforanstaltninger. Der tages fortsat udgangspunkt i disse.

2. Programmets hjemmeside

Ifølge kommunikationsstrategien (2014, s. 9) skal programmets hjemmeside anses som den primære kommunikationsplatform og på tidssvarende og brugervenlig vis tage højde for alle målgruppers krav. Programmet har en bredspektret målgruppe, som både består af projektaktører, politikere og journalister fra programregionen samt den almene befolkning. Derfor vil indholdet på hjemmesiden skulle tilpasses målgrupperne, og en menu med en hensigtsmæssig opbygning skal lette navigationen på siden. Dette understøttes yderligere af et tiltalende webdesign og layout. Hjemmesiden fungerer som visitkort og primært kommunikationsværktøj for programmet Interreg Deutschland-Danmark, hvilket i høj grad betyder, at det er vigtigt at evaluere hjemmesiden for at kunne sikre en høj kvalitet og effektivitet for brugeren.

For at kunne vurdere nytteværdien og kvaliteten af hjemmesiden www.interreg5a.eu ses der på brugernes adfærdsmønstre. Analyseværktøjet Google Analytics (i det efterfølgende benævnt GA) blev installeret for at kunne analysere brugeradfærden. Ved hjælp af GA er det muligt at analysere brugernes adfærd på hjemmesiden, dvs. hvordan og hvornår hjemmesiden bliver brugt. Analysen bygger på forskellige faktorer, der bestemmes ud fra datamængden og den pågældende relevans for hjemmesiden. En kvalitativ undersøgelse blev bevidst fravalgt, idet denne er meget tidskrævende og derfor ikke ville være mulig inden for den ønskede ramme i forhold til at udmønte i brugbare resultater. Interreg Deutschland-Danmarks hjemmeside anføres af Interact⁴ som best practice⁵-eksempel. Det foreløbige højdepunkt for www.interreg5a.eu var prisen for den bedste Interreg-hjemmeside i 2016. Kriterierne for prisen var originalitet, brugervenlighed, gennemsigtighed og resultatorientering. Interact præmierede siden med et diplom og en pokal.

2.1 Metodevalg

Ansøgningsfristerne gældende for Interreg-projekternes indsendelse og ansøgning om godkendelse udgør milepæle i Interreg-programmets arbejde, som navnligt går ud på rettidigt at informere ansøgerne om frister og at klæde dem bedst muligt på i den henseende. Det er grunden til, at hjemmesiden omfatter alle de oplysninger og dokumenter, der er af relevans for projektansøgningen og projektets gennemførelse.

De data, der blev indsamlet i forbindelse med evalueringen, vedrører således i alt fire ansøgningsfrister⁶. Dette gør det muligt at bestemme, hvorvidt der er en statistisk sammenhæng mellem aktiviteterne på hjemmesiden og ansøgningsfristerne. Derudover sammenholdes udsendelsen af nyhedsbrevet – som blev

⁴ Et støtteorgan til alle Interreg-programmer.

⁵ En specifik fremgangsmåde, der officielt anses som den mest succesfulde metode.

⁶ To ansøgningsfrister for regulære projektansøgninger (19.02.2018 & 22.06.2018) og to ansøgningsfrister for tillægsansøgninger (17.04.2018 & 30.09.2018).

sendt ud ni gange i analyseperioden oktober 2017 til og med september 2018 – med aktiviteterne på hjemmesiden. Indholdet i nyhedsbrevene publiceres også på hjemmesiden og henviser automatisk læseren til denne under læsningen af artiklerne.

2.2 Databaggrund

Antallet af brugere danner grundstenen for hjemmesideanalysen. Med andre ord: Brugerantallet udgør grundlaget for den datamængde, der står til rådighed for analysen. Antallet af brugere⁷ på hjemmesiden i analyseperioden kan opgøres på dags-, uge- og månedsbasis.

Ved hjælp af GA er det muligt at lave en geografisk fordeling af brugerne for at se, hvor hjemmesidens brugere er lokaliseret. På den måde kan Interreg Deutschland-Danmark klarlægge, om der er en geografisk sammenhæng mellem hjemmesidens brugere og projektaktørerne. Heraf fremgår det eksempelvis, hvor mange af brugerne der stammer fra programregionens lande, dvs. Danmark og Tyskland.

Analysen fokuserer endvidere på, hvordan brugerne lander på hjemmesiden. GA kan helt konkret bruges til at fastlægge, hvorvidt brugerne lander på hjemmesiden via en søgemaskine såsom Google, et link, de sociale medier eller på anden vis.

Evalueringen af hjemmesiden skal således give svar på følgende spørgsmål:

- Hvor mange brugere har www.interreg5a.eu?
- Hvor kommer brugerne fra? Dvs. hvor er de geografisk lokaliseret, når de går ind på www.interreg5a.eu?
- Ad hvilken vej kommer brugerne ind på www.interreg5a.eu?
- Hvor lang tid bruger brugerne på www.interreg5a.eu?
- Hvilke sider på www.interreg5a.eu går brugerne ind på?

2.3 Resultater

Analyserne har vist en øget aktivitet på hjemmesiden i forbindelse med ansøgningsfristerne og udsendelsen af nyhedsbrevet. I kølvandet på udsendelsen af nyhedsbrevet følger der et højt antal brugere. Det kommer til udtryk ved, at fire ud af de fem dage med flest besøgende på hjemmesiden faldt sammen med en udsendelsesdag for nyhedsbrevet.

⁷ Der registreres en bruger (Client ID), hver gang en ny enhed eller en ny browser besøger hjemmesiden. Der sker en nulstilling på dagsbasis (en ny bruger registreres hver dag på ny – også hvis den samme enhed besøger hjemmesiden flere dage i træk). Der opnås adgang til datasystemet ELMOS, som programmet og alle projektaktører arbejder med, via et link på hjemmesiden. Antallet af besøgende omfatter således også alle de projektaktører og medarbejdere ved Interreg-administrationen, der bruger ELMOS i deres daglige arbejde.

De fleste af hjemmesidens brugere kommer fra Danmark og Tyskland. Dette matcher fordelingen af deltagende projektaktører. Der er dog en større andel tyske brugere end danske. Dette kan muligvis forklares med, at Interreg-programmet består af ni tyske og to danske partnere, hvilket i sig selv skaber en forskel på involveringsniveau. Denne forskel afspejles dog ikke i befolkningsantallet. Dette skal i højere grad ses i betragtning af de enkelte programpartners forskellige forvaltningsorganer.

Mange brugeres adgang til hjemmesiden sker via søgemaskiner eller direkte. Personerne søger dermed målrettet efter Interreg Deutschland-Danmark og kender således sandsynligvis i forvejen til det grænseoverskridende EU-samarbejde. Nogle får dog adgang til hjemmesiden via links eller de sociale medier, dvs. at de ledes hen på hjemmesiden via interne eller eksterne medier. Flere eksterne henvisninger vil kunne øge hjemmesidens samlede brugertal.

I de fleste tilfælde varer en session over et minut, hvilket tyder på, at hjemmesiden er forbundet med en høj nytteværdi for brugerne⁸. Derimod varer næsten en femtedel af sessionerne under 10 sekunder. Emneområdet er afgørende for, hvor lang en session bør være. Et eksempel i den sammenhæng er en ansøgers søgen efter et specifikt dokument. Har ansøgeren fundet det pågældende dokument inden for 10 sekunder og efterfølgende lukker hjemmesiden, er målet nået på trods af den korte sessionsvarighed.

Interreg Deutschland-Danmark-hjemmesiden har en bred målgruppe bestående af projektaktører, politikere og journalister fra programregionen, men også den almene befolkning i programregionen med interesse i det grænseoverskridende samarbejde. Det er grunden til, at programmet Interreg Deutschland-Danmark ikke på forhånd har en forventning om, at nogle af hjemmesidens undersider får særligt mange besøgende. Alt efter hvilken type hjemmesidebruger der er tale om, vil der målrettet blive søgt efter specifikke undersider på hjemmesiden. Dette forklarer den brede vifte af sidesøgninger, hvor de forskellige målgrupper søger efter og besøger forskellige sider og får formidlet de efterspurgte oplysninger.

2.4 Handlingsanbefalinger

Det fremgår af det samlede datagrundlag, at hjemmesiden har været genstand for aktive, regelmæssige besøg og brugssituationer fra relevante aktørers side. Det betyder, at navnlig projektaktørerne, som bruger hjemmesiden som hjælpemiddel i deres daglige arbejde, besøger siden, søger efter og finder de oplysninger, der i det pågældende øjeblik anses som nyttige.

Det faktum, at aktivitetsniveauet på hjemmesiden er højere i forbindelse med ansøgningsfristerne og publikationen af nyhedsbrevet, stemmer overens med Interreg-sekretariatets milepæle. Den øgede

⁸ Generelt anses en sessionsvarighed på et minut som en succes. Tiden løber først fra det øjeblik, hvor brugeren forlader startside og går ind på undersider. (<https://www.advidera.com/glossar/verweildauer/>) .

aktivitet dokumenterer projektaktørernes og andre interessenters brug af hjemmesiden. Resultatet taler for en fortsat vedvarende vedligeholdelse og ajourføring af hjemmesiden og det tilhørende nyhedsbrev.

En mere aktiv og målrettet brug og vedligeholdelse af de sociale medier ville kunne betyde, at programmet ville kunne nå ud til den almene befolkning i programregionen. I analyseperioden blev 2,3 % af brugerne ført ind på hjemmesiden via de sociale medier. Ved i stigende grad at være til stede på de sociale medier ville man kunne øge antallet af brugere på langt sigt og styrke kendskabet til Interreg-programmet og projekterne. Derudover ville et målrettet netværk med projektaktørerne kunne generere flere brugere på hjemmesiden. Et eksempel på dette ville være den gensidige deling af posts/indlæg, som opfordrer tredjeparter og brugere til at besøge Interreg-hjemmesiden eller projektsiderne. Dette ville give både programmet og projekterne en bredere målgruppe og kunne styrke kendskabet.

SEO⁹-teksten ville kunne ændres for at minimere de korte sessioner. Den nuværende SEO-tekst (se figur 1) indeholder ikke en konkret beskrivelse af, hvad Interreg Deutschland-Danmark er, men blot et uddrag af en længere beskrivelse. Den upræcise beskrivelse har fået flere besøgende ind på hjemmesiden, hvis mål som udgangspunkt var at finde frem til andre oplysninger og som besøgte hjemmesiden på baggrund af forkerte forventninger baseret på SEO-teksten. Man må gå ud fra, at mange af de besøgende derfor allerede forlader hjemmesiden igen efter få sekunder, hvilket medfører en kort session. En mere præcis beskrivelse ville således kunne minimere de korte sessioner.

Interreg DE – Wir fördern Innovation

<https://www.interreg5a.eu/> ▼

Interreg Deutschland-Danmark umfasst auf deutscher Seite die Kreise Nordfriesland, Ostholstein, Plön, Rendsburg-Eckernförde und Schleswig-Flensburg sowie ...

Figur 1 – Aktuel SEO-tekst på hjemmesiden

3. Nyhedsbrevet

Dette afsnit indeholder en evaluering af Interreg Deutschland-Danmarks (2014-2020) nyhedsbrev som led i kommunikationsarbejdet. Det fremgår af kommunikationsstrategien (2014, s. 13), at nyhedsbrevet skal tage forskellige emner op – fra generelle informationer om Interreg-programmets fremskridt, arrangementer, rapporter om de godkendte projekter, interviews med relevante aktører osv. – og dermed skal fungere som den direkte, informative kommunikation til målgrupperne og interesserede.

⁹ Search Engine Optimization – tiltag for at opnå en høj indeksering i søgemaskiner såsom Google Search.

Interreg Deutschland-Danmark har siden september 2014 udsendt 10 nyhedsbreve om året indeholdende aktuelle historier og nyheder vedrørende Interreg-programmet og Interreg-projekterne til 818¹⁰ abonnenter. Nyhedsbrevet sendes ud månedligt med undtagelse af månederne januar og juli (som følge af ferie/helligdage i programregionen).

Siden juni 2017 er nyhedsbrevet blevet distribueret online ved hjælp af e-mailmarketingprogrammet Newsletter2Go. Tidligere blev nyhedsbrevet sendt ud som PDF-dokument via e-mail til alle abonnenter. Historierne i nyhedsbrevet forvaltes på programmets hjemmeside. Et nyhedsbrev, der udarbejdes i Newsletter2Go, indeholder et link til historierne på hjemmesiden, hvilket betyder, at læserne automatisk via nyhedsbrevet ledes videre til hjemmesiden. Der udsendes både en dansk og en tysk version af nyhedsbrevet.

3.1 Metodevalg

For at kunne analysere nyhedsbrevet blev der sendt et spørgeskema ud sammen med nyhedsbrevene i september og oktober 2018. Spørgeskemaet forelå på både dansk og tysk og blev vedlagt den pågældende sprogversion af nyhedsbrevet.

Formålet med spørgeskemaet var at klarlægge, hvem der læser nyhedsbrevet (målgruppe), og hvad deres vurdering af nyhedsbrevet er så vidt indhold og layout angår. Skemaet indeholdt spørgsmål, der kunne afdække modtagermålgruppens alder og lokalitet. Derudover blev de adspurgte bedt om at give en vurdering af nyhedsbrevets indhold og layout på en skala fra 1 til 10. Endelig kunne de adspurgte uddybe deres feedback i et kommentarfelt. De åbne spørgsmål skulle give Interreg-programmet et bedre overblik over nyhedsbrevets reelle målgruppe for at kunne implementere mulige ændringer alt efter målgruppens behov. Besvarelsen af spørgeskemaet var anonym, hvilket betyder, at svarene ikke kan spores tilbage.

Efter at spørgeskemaet var blevet sendt ud sammen med september-nyhedsbrevet, blev det besluttet, at antallet af besvarelser var utilstrækkeligt¹¹. Derfor blev spørgeskemaet sendt ud igen sammen med oktober-nyhedsbrevet. Modtagerne blev endnu en gang gjort opmærksomme på spørgeskemaet, og det blev understreget, at de personer, der allerede havde udfyldt spørgeskemaet i september-udgaven, ikke skulle udfylde det igen. Det kan dog ikke med sikkerhed siges, hvorvidt enkelte personer har besvaret spørgeskemaet flere gange.

Parallelt hermed blev der indført en såkaldt smiley-funktion i nyhedsbrevet. Smiley-funktionen giver tre vurderingsoptioner: grøn smiley (god), gul smiley (så lad gå) og rød smiley (ellers tak). Med et enkelt klik på

¹⁰ Status pr. 8. november 2018 – sammenlignet med: april 2017 - 682 abonnenter

¹¹ Målværdien var 15-20 % tilbagemeldinger fra aktive modtagere.

en smiley vurderes den konkrete udgave af nyhedsbrevet. Smiley-funktionen giver mulighed for en hurtig kvantitativ dataindsamling, uden at læseren behøver uddybe noget.

3.2 Resultater

Evalueringen af nyhedsbrevet fremviser overordnet set et positivt resultat. Dette tyder på, at nyhedsbrevet er formålstjenligt. Målet er at holde projektaktører, borgere og interesserede i og uden for programregionen ajour med Interreg Deutschland-Danmark (kommunikationsstrategien 2014, s. 13).

Der fremkom på baggrund af besvarelserne af spørgeskemaerne og smiley-funktionen stor relevant viden, som til dels bekræftede tidligere vurderinger.

De adspurgte – dvs. nyhedsbrevets læsere – kommer hovedsageligt fra den dansk-tyske programregion. Det er dog både overraskende og positivt, at nogle af besvarelserne kom fra andre europæiske lande, men også eksempelvis USA, dvs. lande uden for programregionen. Nyhedsbrevet og dermed også programmets hjemmeside opfylder deres formål som kommunikationsplatform til at informere ovenstående målgrupper i og uden for programregionen om Interreg Deutschland-Danmark. Der gøres dog opmærksom på, at de personer, der har besvaret spørgeskemaet fra et sted uden for programregionen, ikke nødvendigvis stammer fra dette sted uden for programregionen. De kan eksempelvis have befundet sig i udlandet på det pågældende tidspunkt i forretningsøjemed eller i privat regi. Resultatet viser, at 13,7 % af de adspurgte anfører at læse nyhedsbrevet et sted uden for programregionen. Der foreligger dog ingen oplysninger om, hvorvidt der er tale om en permanent lokation uden for programregionen eller blot den lokation, hvor spørgeskemaet blev besvaret.

Samlet set lever nyhedsbrevet – ifølge de adspurgtes vurderinger – op til læsernes forventninger.

3.3 Handlingsanbefalinger

Der blev gjort brug af supplerende metoder, og spørgeskemaet blev sendt ud flere gange for at indsamle en bred datamængde. På trods af dette kunne den oprindeligt tilstræbte mængde ikke opnås. Det menes dog alligevel, at der med udgangspunkt i datamængden kan gives et reelt billede – ikke mindst fordi tilbagemeldingerne er entydige, og der kan udledes enkelte handlingsanbefalinger i forhold til nyhedsbrevet.

Der kan udledes fire handlingsanbefalinger, som ville kunne sikre en vedvarende kvalitetsstigning af nyhedsbrevet:

1. **Artikelmængde og -længde:** Der gives generelt en positiv vurdering af artiklerne i nyhedsbrevet, både hvad deres længde, indhold og sprogbrug angår. Det gentages dog flere gange i vurderingerne og ikke mindst i de individuelle kommentarer, at artikelmængden og deres længde fører til, at nyhedsbrevet

enten slet ikke eller kun delvist bliver læst. Det anbefales derfor at begrænse den enkelte udgave af nyhedsbrevet til maksimalt fem artikler. Artiklerne bør ikke tælle mere end 400 ord (omkring 2900 tegn inkl. mellemrum). Der kan dog være undtagelser.

2. **Projektaktører som målgruppe:** Rundspørgen viser, at mange læsere abonnerer på nyhedsbrevet, fordi de er involveret i et Interreg-projekt. Derfor giver det god mening, at der i tilbakemeldingerne henvises til, at det ville være nyttigt med mere information om eller flere henvisninger til nye fact sheets, videoer og arrangementer. Det anbefales derfor, at nyhedsbrevet fremover – såfremt det sker på en målrettet måde, og det er formålstjenligt – kommer til at indeholde henvisninger til nye eller opdaterede hjælpemidler til projekternes gennemførelse.
3. **Layoutet:** Nyhedsbrevets layout opnåede ikke den tilstræbte målværdi på vurderingsskalaen. Layoutet – dvs. det visuelle – er typisk afgørende for, hvorvidt noget anses for at være interessant, og derfor bør nyhedsbrevets layout om nødvendigt tilpasses/ændres. Selv små ændringer kan have en stor effekt. Gennemgående er det vigtigt, at Interreg-programmets corporate design er synligt.
4. **Valget af billeder:** Valget af billeder som gengivet i nyhedsbrevet til understøttelse af teksten er ikke direkte blevet kritiseret i rundspørgen. Ikke desto mindre er resultatet forholdsvis neutralt. I lyset af hvilken effekt billeder/fotografier kan have, bør der fremover afsættes mere tid til at finde passende og udtryksfulde billeder (kritikken vedrørte navnlig logoerne og de "hvide mænd").

Der bør gennemføres en jævnlig evaluering af nyhedsbrevet for at klarlægge, om de foreslåede handlingsanbefalinger har den ønskede effekt. Det anbefales at implementere smiley-funktionen i nyhedsbrevet en gang hvert halve år. Der bør gennemføres en rundspørge via spørgeskema én gang årligt. Spørgsmålene og opbygningen bør bibeholdes for at kunne sammenligne vurderingerne med den aktuelle evaluering.

4. Arrangementer inden for rammerne af programmet

I dette afsnit evalueres en række af de afholdte arrangementer, deres kvalitet og potentiale.

Ifølge kommunikationsstrategien (2014, s. 15-16) som er udarbejdet for støtteprogrammet Interreg Deutschland-Danmark, skal der finde årlige (informations-)arrangementer sted skiftevis i de enkelte delregioner. Arrangementerne anvendes blandt andet til at formidle nyttige informationer og generelt øge fokus på Interreg-programmet. Indholdet af arrangementerne tilrettelægges alt efter målgruppens behov, f.eks. indholdsmæssige informationer fra programadministrationen, eksterne impulser, inspirations- og erfaringsudveksling.

Arrangementerne har ikke kun til formål at dele information, men giver også mulighed for netværksdannelse blandt deltagerne. Der regnes med 50-100 deltagere pr. arrangement. Informationsarrangementer kombineres om muligt med fælles EU-initiativer, som eksempelvis European Cooperation Day (EC-Day)¹². Derudover afholdes der regelmæssigt workshopper for projektaktørerne. Disse workshopper har alt efter behov et specifikt tema, bl.a. for at tilbyde et forum til informations- og erfaringsudveksling. Workshoppernes formål er at præsentere målrettede informationer og egnede værktøjer bl.a. til gennemførelse af projekter, PR-arbejde og rapportering for projektaktørerne. Workshopperne giver ud over formidling af et bestemt indhold også mulighed for at skabe en platform til at fremme netværksdannelsen mellem projekterne. Derudover skal workshopperne også anvendes til idéudvikling og til generering af projekter. På samme måde som de årlige arrangementer skal workshopperne ligeledes afholdes skiftevis i alle dele af programregionen og kan ligeledes kombineres med fælles EU-initiativer, som eksempelvis EC-Day. I denne rapport er det udelukkende Interreg Deutschland-Danmarks arrangementer, der evalueres. Målet med arrangementerne er navnlig at oplyse målgrupperne, nemlig projektaktørerne og den brede offentlighed, om Interreg og Interreg-projekterne. Programinterne arrangementer for programpartnere (f.eks. ERFAREG¹³) er ikke genstand for evalueringen og indgår derfor ikke.

Arrangementer Interreg Deutschland-Danmark (2014-2018)		
Indvielse af sekretariatet	16.09.14	Interreg-sekretariatet, Kruså
Kickoffkonference	02.12.14	Media Docks, Lübeck
Interreg-workshop	10.11.15	ACO Academy, Büdelsdorf
Workshop arbejdsmarked	12.04.16	Regionshuset Sjælland, Sorø
Workshop projektaktører	02.05.16	Regionshuset Syddanmark, Vejle
Workshop standardisering (offshore-vindenergi)	04.05.16	Interreg-sekretariatet, Kruså
Workshop projektaktører	10.11.16	Interreg-sekretariatet, Kruså
Interreg-netværksdag	24.11.16	Aabenraa Rådhus, Aabenraa
Workshop udvikling af grønne projekter	10.05.17	Gewerbe- & Technik-Zentrum, Schwentental
Workshop projektaktører	23.05.17	Gewerbezentrum Oldenburg i.H.
Sundhedsinnovation	02.11.17	Forskerparken, Odense M
Kommunikationsnetværk	29.11.17	Rathaus Flensburg, Flensburg
Finansworkshop	12.06.18	Odin Havnepark, Odense C
Kommunikationsnetværk	14.06.18	Hotel Maribo Søpark, Maribo

¹² Det grænseoverskridende samarbejde i hele Europa er genstand for en årlig fejring i den sidste uge i september.

¹³ ERFAREG-møder er programpartnernes halvårslige møder, hvis mål er erfaringsudveksling.

Figur 2 – Oversigt over Interreg Deutschland-Danmarks arrangementer

Samlet set har Interreg Deutschland-Danmark afholdt 14 *egne arrangementer* siden programstart i marts 2014 og frem til september 2018 (se figur 2). Derudover har Interreg-programmet deltaget i en lang række eksterne arrangementer eller stået for en præsentation eller en informationsstand ved bilaterale arrangementer og afholdt møder med de pågældende projekter – i form af rådgivende samtaler eller servicebesøg. Efterfølgende blev der som regel foretaget en evaluering af det enkelte arrangement, enten mundtligt, ved hjælp af skriftlige kommentarer eller spørgeskemaer, der bl.a. sendes ud til deltagerne via SurveyXact. Det skal bemærkes, at programmet Interreg Deutschland-Danmark siden 2018 ligeledes har stået bag Interreg-karavaner, som rejser rundt i programregionen og i samarbejde med Interreg-projekterne gør befolkningen opmærksom på Interreg. Denne rapport kommer dog ikke nærmere ind på disse arrangementer, da det ikke er muligt at evaluere disse ud fra tilbagemeldinger fra den almene befolkning.

4.1 Metodevalg

Udgangspunktet for nedenstående evaluering af udvalgte arrangementer udgøres af: Indsamlede data fra Interreg-workshoppen 2015, arbejdsmarkedshworkshoppen 2016, Interreg-netværksdagen 2016, kommunikationsnetværket 2017/2018 og finansworkshoppen 2018. Valget faldt på disse få arrangementer, da de tegnede sig for det største feedbackvolumen og dermed dannede et solidt grundlag til sikring af et gyldigt resultat.

Derudover er de udvalgte arrangementers fordeling over tid en fordel for at kunne få et afbalanceret billede af workshopperne og informationsarrangementerne og fremhæve en potentielt forbedret eller forandret kvalitet. Endvidere har de forskellige målgrupper haft betydning for valget af netop disse arrangementer, idet der således tages forskellige workshopformer og rammebetingelser for workshopper i betragtning.

- Interreg-workshoppen var målrettet projektaktørerne, hvis projektansøgning netop var blevet godkendt, og vedrørte information om leadpartner-aftalen og projekternes forpligtelser på kommunikationsområdet. Derudover var der mulighed for at stille spørgsmål og netværke. I alt deltog 52 projektaktører i arrangementet.
- Fokus for arbejdsmarkedshworkshoppen var de udfordringer og muligheder, der gør sig gældende på programregionens arbejdsmarked. Efterfølgende var der mulighed for at diskutere forskellige emner i

arbejdsgrupper og at netværke med andre deltagere. Målet var at generere et projekt inden for området "arbejdsmarked og beskæftigelse" for Interreg-programmet. I alt deltog omkring 47 personer i workshoppen.

- Interreg-netværksdagen rettede sig mod de 22 projekter, der på det pågældende tidspunkt var blevet godkendt. Arrangementet, som bestod af tre mini-seminarer, skulle informere om PR-arbejdet, rapporteringen og resultatforankringen. Cirka 80 personer deltog i netværksdagen.
- I 2017 blev der afholdt det første kommunikationsnetværk. Mødet var målrettet Interreg-projekternes kommunikationsmedarbejdere og vedrørte udfordringerne og succeserne på kommunikationsområdet. Der blev blandt andet givet gode råd og oplyst om pressearbejde og videoproduktion, samtidig med at der som altid var mulighed for at komme i kontakt med andre projekter. Kommunikationsnetværket havde omkring 35 deltagere.
- I 2018 fandt det andet kommunikationsnetværk sted. Fokus lå endnu en gang på kommunikationsarbejdet – gennem foredragene blev deltagerne informeret om den skriftlige kommunikation, sociale medier og pressemeddelelser/-kontakt og havde mulighed for at lære de andre projekters kommunikationsmedarbejdere at kende. I alt deltog omkring 30 personer i mødet.
- Interreg-finansworkshoppen fokuserede på det finansielle arbejde og rapporteringen – deltagerne fik blandt andet information om first level- og second level-kontrollen og om, hvordan man eksempelvis udarbejder en ændringsansøgning. Derudover var der mulighed for at netværke med de andre deltagere. Cirka 60 personer deltog i workshoppen.

4.2 Resultater

Der blev fastlagt nogle målværdier for programmets løbetid (2014-2020), som Interreg Deutschland-Danmark skulle opnå. Der blev samlet set planlagt 500 arrangementer (rådgivnings- og informationsarrangementer, herunder bilaterale) (kommunikationsstrategien, s. 21), hvoraf de 392 allerede blev afholdt i perioden 2014-2017¹⁴. Det planlagte antal deltagere i rådgivnings- og informationsarrangementer var 2.500 (kommunikationsstrategien, s. 21). Deltagerantallet ligger dog allerede nu på 5.015¹⁵. I 2018 blev der afholdt yderligere arrangementer (f.eks. finansworkshoppen og det andet kommunikationsnetværk), og andre er i støbeskeen, hvorfor man må gå ud fra, at målværdierne allerede vil være nået eller overgået inden 2020.

Muligheden for at stille spørgsmål i forsamlingen efter foredragene og få projektrådgiverne i tale på stedet bør bibeholdes, idet dette gentagne gange er blevet vurderet som positivt. Det nævnes endvidere i

¹⁴ Status pr. 01.05.2018.

¹⁵ Status pr. 01.05.2018.

forbindelse med alle arrangementer, at der er et ønske om yderligere årlige møder, hvilket ligeledes tyder på, at arrangementerne er blevet gennemført med succes. Emnerne PR-arbejde og projektøkonomi samt arbejdet med ELMOS er også relevante for kommende arrangementer, idet sidstnævnte sandsynligvis kommer til at kræve større opmærksomhed.

4.3 Handlingsanbefalinger

Der er tale om arrangementer af høj kvalitet, men der findes stadig punkter, der ville kunne højne potentialet yderligere. Det fremgår af rapporten, at deltagerne – på trods af forbedringer – godt kunne tænke sig mere interaktivt indhold, f.eks. i form af gruppearbejde eller "hjemmeopgaver" og præsentationer af aktuelle og best practice-eksempler fra andre Interreg-projekter. Det anbefales navnlig at afholde en workshop, der beskæftiger sig intensivt med ELMOS og giver deltagerne mulighed for at bruge og bedre forstå systemet med hjælp fra Interreg-medarbejdere. Dette punkt vil fremover være at finde på dagsordenen for de workshoper, der afholdes for nye godkendte projekter, således at programadministrationen allerede fra programstart kan hjælpe videre i forhold til systemet.

Spørgeskemaerne indeholdt et forslag vedrørende oprettelsen af en fælles platform på hjemmesiden for støtteprogrammet Interreg Deutschland-Danmark, som efter afholdelsen giver deltagerne mulighed for at få adgang til arrangementernes dokumenter og præsentationer. Det er desværre sådan, at det rent juridisk ikke altid er muligt at offentliggøre præsentationer fra eksterne foredragsholdere online. Det er grunden til, at arrangementets materialer udelukkende sendes internt ud til deltagerne. Nyhedsbrevet kommer dog altid ind på de afholdte arrangementer. Det giver offentligheden generel indsigt i arrangementerne.

I forbindelse med arrangementerne blev det delvis nævnt, at netværksdelen kræver mere hjælp eller støtte. Dette ville måske kunne gøres ved at forsyne navneskiltene med flag (på samme måde som ved det første kommunikationsnetværk i 2017) for at begrænse eventuelle sprogbarrierer og gøre det nemmere for deltagerne at tage kontakt til andre.

Det kunne også være en mulighed at sende deltagerlisten ud til alle deltagere inden arrangementet for at kunne aftale fælleskørsel. Dette ville kunne lette netværksdannelsen og samtidig skabe en miljøvenlig transportmulighed.

Målrettede netværksaktiviteter, f.eks. en præsentationsrunde eller introduktions-warm up ville kunne give deltagerne bedre forudsætninger under den frie netværksdel. Det bør dog fremhæves, at nogle af arrangementerne allerede omfatter sådanne aktiviteter.

I forbindelse med gennemgangen af de foreliggende data blev det konstateret, at det ville være en fordel, at de spørgeskemaer, der fremover sendes ud efter arrangementerne, har en standardiseret form og altid indeholder de samme spørgsmål. Spørgeskemaerne vedrørende arbejdsmarkedssworkshopen 2016 og Interreg-workshopen 2015 indeholdt spørgsmål vedrørende afholdelsesstedet og forplejningen, hvilket ikke var tilfældet i SurveyXact-spørgeskemaerne. Disse spørgsmål synes ikke umiddelbart udslagsgivende for den indholdsmæssige evaluering af arrangementerne. Det ville dog ikke desto mindre være en fordel at gengive samme spørgsmål i fremtidige spørgeskemaer for at kunne sikre et gyldigt resultat.

Ovenstående anbefalinger har til formål at højne arrangementernes kvalitet yderligere.

5. Interreg-programmets pressearbejde

Dette afsnit indeholder en evaluering af Interreg Deutschland-Danmarks pressearbejde (2014-2020) som led i kommunikationsarbejdet.

Det fremgår af kommunikationsstrategien (2014, s. 18f.), at samarbejdet med pressen skal være intenst. Dette bør både varetages af Interreg-projekterne og programforvaltningen for at formidle resultaterne af Interreg-støtten på en forståelig og gennemsigtig måde til borgerne i hele programregionen. Her er det vigtigt at få en tæt og løbende kontakt til pressen, især til enkelte journalister og dermed kontaktpersoner i programmets løbetid (2014-2020). Interreg-programmet er forpligtet til at kontakte pressen forud for hhv. efter større arrangementer og efter udvalgmøder¹⁶ for at informere om de beslutninger, der blev truffet på udvalgmødet. Til dette formål er der blevet udarbejdet en omfattende pressemailingliste til ved hjælp af programpartnerne at sikre kontakten til journalister fra hele programregionen.

For under hele programmets løbetid at have et overblik over, hvor ofte Interreg-programmet og Interreg-projekterne omtales i de lokale og regionale medier, tilstræbes en udførlig medierapport og overvågning af medierne. Alle artikler arkiveres i den forbindelse ud fra forskellige kriterier. Den tilstræbte målværdi, som fremgår af kommunikationsstrategien, er 150¹⁷ bidrag, som falder ind under indikatoren for kommunikationsarbejdet "Antal bidrag til PR-arbejdet" (2014, s. 21). Helt konkret betyder det, at målværdien anses som opnået ved 150 bidrag – dvs. artikler eller tv-/radio-indslag. Derudover er projekterne i forbindelse med deres kommunikations- og PR-arbejde forpligtede til at varetage et pressearbejde. De offentliggjorte bidrag og de bidrag, der vil blive offentliggjort i medierne, baseres både

¹⁶ Interreg-udvalget består af 34 medlemmer ligeligt fordelt mellem den danske og tyske side til repræsentation af de enkelte programregioner. På et udvalgmøde træffer Interreg-udvalget afgørelse vedrørende projekternes støtte.

¹⁷ Målværdien vedrører udelukkende de offentliggjorte bidrag i medierne efter Interreg-programmets udsendelse af en pressemeddelelse samt Facebook-opslag, udgivelser af nyhedsbreve samt programmet Interreg Deutschland-Danmarks informations-/merchandisemateriale.

på programmet Interreg Deutschland-Danmarks pressearbejde samt Interreg-projekternes pressearbejde. Sidstnævnte skal altid i deres udsendte pressemeddelelser gøre opmærksom på støtten fra Interreg-programmet.

5.1 Metodevalg

For at sikre at de mål, der er fastlagt for Interreg-programmets pressearbejde i kommunikationsstrategien, opnås, registreres mediedækningen af programmet og de godkendte projekter og medtages i forskellige interne oversigter. På den måde bliver det muligt til en vis grad at følge og vurdere tilstedeværelsen i medierne og det målrettede samarbejde med pressen, bl.a. ved at markere publicerede bidrag som følge af Interreg-programmets forudgående udsendelse af pressemeddelelser.

For at få et så bredt overblik over, ...

1. ... hvor mange bidrag der har været i medierne,
2. ... på hvilken side af grænsen der er blevet publiceret bidrag i medierne,
3. ... i hvilken programregion der har været bidrag i medierne,
4. ... hvilke medier inden for programregionen der hyppigst har omtalt Interreg-programmet og Interreg-projekterne,
5. ... hvilket indholdsmæssigt fokus de publicerede bidrag havde i medierne,
6. ... og hvor effektiv Interreg-programmets udsendelse af pressemeddelelser er,

analyseres disse aspekter i det nedenstående, hvorefter de evalueres ud fra programinterne lister.

5.2 Resultater

Efter en sammenligning af de evaluerede aspekter og kommunikationsstrategien fra 2014 kan det fremhæves, at de tilstræbte målsætninger allerede på nuværende tidspunkt er blevet opfyldt, umiddelbart efter at halvdelen af programmet Interreg Deutschland-Danmarks løbetid er gået. Den målværdi på 150 bidrag til PR-arbejdet, der dengang blev fastlagt, er ultimo 2017 allerede oppe på 250¹⁸. De 250 bidrag omfatter udelukkende bidrag vedrørende programmet Interreg Deutschland-Danmark – herunder også Facebook-artikler og udsendte nyhedsbreve samt merchandisemateriale, der understøtter PR-arbejdet. Det kan således konstateres, at målværdierne på baggrund heraf delvis er lavt sat. Hvis man udelukkende ser på medieomtalen, lå antallet af medieomtaler frem til og med den 15. oktober 2018 på i alt 653 og på 307 udelukkende vedrørende programmet Interreg Deutschland-Danmark. Derudover hersker der en afbalanceret både geografisk og tematisk fordeling af medieomtalerne – på nær nogle få undtagelser –

¹⁸ Denne værdi stammer fra programinterne oversigter.

hvilket stemmer overens med programmet Interreg Deutschland-Danmarks ønske og mål. Der findes nogle få afvigelser, hvad de indholdsmæssige aspekter angår.

Med udgangspunkt i Interreg-programmet kan det konkluderes, at målene og ønskerne for pressearbejdet som del af kommunikations- og PR-arbejdet er opfyldt inden for næsten alle områder. Der kan ikke konstateres usædvanlige forskelle eller værdier inden for nogen af områderne, der ikke kan henføres til indholdsmæssige, geografiske eller lignende faktorer. Kun i ét tilfælde var det ikke muligt at udlede et resultat. Evalueringen har vist, at den pressemeddelelse, der blev sendt ud i juni 2018, blev offentliggjort væsentligt hyppigere i pressen end tidligere udsendte pressemeddelelser. En pressemeddelelse er dog ikke nok i forhold til at sige noget om formodningen om, at der er en sammenhæng med den nye forsendelsesmetode. Fremover ville det være en fordel, at der vedtages et standardiseret format for udsendelsen af pressemeddelelser inden for rammerne af programmet, f.eks. hvad dokumentets format og antallet af udsendte pressemeddelelser angår (se 5.3 Handlingsanbefalinger).

5.3 Handlingsanbefalinger

Programmet Interreg Deutschland-Danmarks pressearbejde afhænger af en række faktorer. På den ene side forpligtede programmet sig i starten af programperioden til at varetage pressearbejde. På den anden side er det umuligt at styre eller kontrollere, hvad der i sidste ende gengives og bringes i pressen. Typisk tager journalister udgangspunkt i pressemeddelelser som er udsendt af programmet på specifikke tidspunkter. Derfor vedrører handlingsanbefalingerne udelukkende forsendelsesmetoden/-formen i forbindelse med pressemeddelelser:

1. Format: Der er indtil videre ikke vedtaget et standardiseret format for udsendelsen af pressemeddelelser. Det anbefales dog, at pressemeddelelserne fremover både udsendes som PDF-dokument og i Word-format. Derved kan det sikres, at informationerne videregives på korrekt vis, og at journalisterne hurtigt kan genbruge teksten.
2. Antal: I starten af programmets løbetid blev der udarbejdet en version af en pressemeddelelse, som blev sendt ud på henholdsvis dansk og tysk. Primo 2018 forsøgte man for første gang at skabe en større interesse for den udsendte pressemeddelelse ved at udsende forskellige versioner med et lokalt fokus. De to danske programpartnere modtog således en version tilpasset deres specifikke region. Derudover blev der udarbejdet to forskellige versioner til brug for de tyske journalister med forskelligt fokus, der således skulle målrettes forskellige programpartnere og interessegrupper. Denne måde at udsende pressemeddelelserne på har vist sig at være ret succesfuld. Det er ikke muligt at sige noget generelt på baggrund af en enkelt pressemeddelelse og dennes succes, men ikke desto mindre anbefales det på nuværende tidspunkt at fastholde denne forsendelsesmetode.

For at få et overblik over, hvorvidt de anførte handlingsanbefalinger har en tilsigtet effekt i forhold til publikationen af pressemeddelelser, anbefales det fortsat, at der udarbejdes interne oversigter. Se den eksterne evaluering for yderligere handlingsanbefalinger vedrørende pressearbejdet, idet der her i modsætning til den interne evaluering ses på de kvalitative aspekter af pressearbejdet.

6. Facit

Rapporten udgør en evaluering af udvalgte aspekter af kommunikationsarbejdet inden for rammerne af programmet Interreg Deutschland-Danmark. Evalueringen viser, at mange af målene i kommunikationsstrategien fra 2014 er blevet opnået.

Hjemmesiden, som har en bred målgruppe, bruges flittigt. På baggrund af en detaljeret analyse af, hvilke sider på hjemmesiden der besøges mest og hyppigst, kan det udledes, at der både er tale om projektsiderne og de forskellige dokumenter. Således kan det konkluderes, at hjemmesidens brugere målrettet søger efter oplysninger på hjemmesiden og finder disse de rigtige steder.

Derudover er der blevet udført en evaluering af Interreg-programmets nyhedsbrev. Baseret på spørgeskemaer, som blev besvaret af nyhedsbrevets læsere, kan det konstateres, at vurderingen af nyhedsbrevet hovedsageligt er positiv. Således er formålet og målsætningen fra 2014 blevet opnået.

Ud over hjemmesiden og nyhedsbrevet blev også de arrangementer, som programmet har afholdt siden støtteperiodens start, evalueret. Det fremgår af de analyserede arrangementer, at deltagernes forventninger i de fleste tilfælde er blevet opfyldt, hvilket har resulteret i et ønske om flere informationsarrangementer og workshops.

Endelig blev programmets pressearbejde evalueret. Det kan konstateres, at både Interreg-programmet og Interreg-projekterne jævnligt finder vej til programregionens medier. Derudover bemærkes det tætte samarbejde med pressen, hvilket stemmer overens med målsætningen i kommunikationsstrategien.

Den sammenfattende vurdering er, at programmet Interreg Deutschland-Danmark har opfyldt målsætningerne, hvad kommunikationsarbejdet angår, inden for næsten alle områder. Dermed bliver målet om at gøre politikere, journalister, projektaktører og den almene befolkning opmærksomme på Interreg nået. Det skal dog bemærkes, at denne rapport udelukkende bygger på internt tilgængelige data og således udgør en ren kvantitativ vurdering. Målene er således nået, hvad det kvantitative aspekt og de oprindeligt fastsatte målværdier angår.