



Interreg
Deutschland - Danmark



**Interne Evaluation der
Kommunikationsarbeit
des Programms
Interreg Deutschland-Danmark**



Inhalt

1. Einleitung.....	3
2. Die Homepage des Programms	5
2.1 Methodenwahl	5
2.2 Hintergrund der Daten	6
2.3 Resultate.....	7
2.4 Handlungsempfehlungen	8
3. Der Newsletter	9
3.1 Methodenwahl	9
3.2 Resultate.....	10
3.3 Handlungsempfehlungen	11
4. Veranstaltungen, die das Programm durchführt	12
4.1 Methodenwahl	14
4.2 Resultate.....	15
4.3 Handlungsempfehlungen	16
5. Die Pressearbeit des Interreg-Programms	17
5.1 Methodenwahl	18
5.2 Resultate.....	18
5.3 Handlungsempfehlungen	19
6. Fazit.....	21

1. Einleitung

Interreg Deutschland-Danmark ist ein von der EU finanziertes Programm mit einem Volumen von 90 Mio. Euro zur Förderung deutsch-dänischer Projekte. Die Interreg-Zusammenarbeit soll im Zeitraum 2014-2020 Wachstum und Zusammenarbeit grenzüberschreitend auf verschiedenen Gebieten fördern, u. A. in den Bereichen Wirtschaft, Energie, Beschäftigung, Bildung, Tourismus und Kultur. Hinter dem Interreg-Programm stehen 11 Partner von deutscher und dänischer Seite: Die Region Sjælland, die Region Syddanmark, die Kreise Nordfriesland, Schleswig-Flensburg, Rendsburg-Eckernförde, Ostholstein und Plön sowie die Städte Kiel, Flensburg, Neumünster und Lübeck. Mittlerweile wurde das Interreg-Programm zeitlich zur Hälfte umgesetzt; es wurden bislang 42 Projekte¹ genehmigt.

Dieser Bericht stellt eine Kurzfassung der internen Evaluation von ausgewählten Kommunikationsmaßnahmen dar, die im Rahmen des EU-Förderprogramms Interreg Deutschland-Danmark durchgeführt werden. Eine ausführliche Version dient lediglich dem programminternen Gebrauch. Als Grundlage dient u.a. die Kommunikationsstrategie² des Programms, welche zu Beginn der Förderperiode ausgearbeitet wurde und seither als Leitfaden für die Kommunikationsarbeit dient. Bei der Evaluation der Teilaufgaben wird daher stetig ein Bezug zur Kommunikationsstrategie hergestellt.

Der Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit wird eine wichtige Rolle von der EU Kommission zugeschrieben, da sie u.a. dafür verantwortlich ist, „(...) die Ergebnisse einer Interreg-Förderung verständlich und transparent zu vermitteln“ (Kommunikationsstrategie 2014, S.3). Damit ist gemeint, dass aus der Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit u.a. hervorgehen soll, wie die Fördermittel der EU investiert werden und gleichzeitig dem Förderprogramm ein Gesicht geben, um das Interesse auf Interreg, dessen Projekte und Ergebnisse sowie deren Erfolgsgeschichten zu lenken.

Da Interreg Deutschland-Danmark als Best Practice Beispiel für Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit betitelt wird³ und u.a. 2016 den Preis für die beste Interreg-Homepage von mehr als 90 Interreg-Programmen gewann, ist eine Evaluation von Vorteil, um festzustellen, ob die Kommunikationsarbeit immer noch den Anforderungen und Erwartungen der Kommunikationsstrategie und den Projektakteuren entspricht. Da immer mehr Projektergebnisse zu Tage kommen, ist es nützlich die Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit des Programms Interreg Deutschland-Danmark auf verschiedenen Ebenen zu

¹ Bis einschließlich 15. Oktober 2018

² Die Kommunikationsstrategie basiert auf dem Kommunikationskonzept, das von der Lenkungsgruppe der Programmpartner im Januar 2014 genehmigt wurde. <https://www.interreg5a.eu/wp-content/uploads/2016/09/Kommunikationsstrategie-Interreg-Deutschland-Danmark.pdf>

³ Geht aus der „Evaluation der Kommunikationsstrategie, SNCZ 2017“ hervor, welche die Evaluation eines anderen Interreg-Programms darstellt

analysieren, um möglichst effiziente Kommunikationswege für das Interreg-Programm selbst sowie für die Interreg-Projekte auszumachen.

Die Ergebnisse der Evaluation können sowohl vom Interreg-Programm genutzt werden, um die Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit und somit die Kommunikationsstrategie gegebenenfalls anzupassen und zu verbessern, als auch an die Interreg-Projekte vermittelt werden, welche sich an der Arbeit des Programms Interreg Deutschland-Danmark orientieren.

Im Fokus des Berichts steht die Evaluation folgender Kommunikationsmaßnahmen: die Programmhauptseite, der monatliche Newsletter, die Qualität der Veranstaltungen des Programms sowie die Aufbereitung von Pressedaten und der Pressearbeit.

Im ersten Abschnitt wird die Homepage mit Hinblick auf dessen Nutzwert, hierunter Nutzerfreundlichkeit sowie Nutzeraktivität, evaluiert. Hierfür werden Daten von Google Analytics gezogen und ausgewertet.

Der zweite Abschnitt befasst sich mit der Evaluation des Newsletters. Die Daten für die Evaluation werden anhand der sogenannten Smiley-Rückmeldungen und eines Fragebogens analysiert.

Im dritten Abschnitt werden fünf verschiedene Veranstaltungen in Bezug auf deren Qualität und Potenzial evaluiert. Zu guter Letzt wird die Pressearbeit, mit Hilfe einer programminternen Medienüberwachung, analysiert. Es wird festgestellt, in wie weit die Interreg-Projekte, sowie das Interreg-Programm selbst in den Medien genannt werden. Anhand dessen lässt sich einschätzen, wie breit das Interreg-Programm mit seinen Informationen Erfolge in der Presse erzielt.

Die Evaluation der Kommunikationsarbeit erfolgt auf die Entscheidung des Interreg-Ausschusses bei der Interreg-Ausschusssitzung am 20.06.2018. Bei dieser wurde festgelegt, dass aus der Evaluation Handlungsempfehlungen zur weiteren Verbesserung der Kommunikationsarbeit für die jetzige und möglicherweise nächste Förderperiode abgeleitet werden sollen. Hierfür wurde ein festes Budget aus dem Kommunikationsbudget des Programms Interreg Deutschland-Danmark abgesetzt. Dieser vorliegende interne Bericht soll als Wissensgrundlage für eine weitere Evaluation eines externen Gutachters dienen. Der externe Gutachter hat vorrangig zur Aufgabe andere ausgewählte Teilmaßnahmen der Kommunikationsarbeit zu evaluieren sowie Handlungsempfehlungen auszusprechen. Für einige der aufgeführten Kommunikationsmaßnahmen wurden bereits bei Erstellung der Kommunikationsstrategie Indikatoren samt Zielwerte festgelegt. An diesen wird sich fortlaufend orientiert.

2. Die Homepage des Programms

Die Programmhauptseite ist laut Kommunikationsstrategie (2014, S. 9) als Hauptkommunikationsplattform anzusehen und soll zeitgemäß und benutzerfreundlich den Ansprüchen aller Zielgruppen gerecht werden. Die Zielgruppe des Programms ist breit gefächert und besteht sowohl aus Projektakteuren, Politikern und Journalisten der Programmregion als auch der allgemeinen Bevölkerung. Daraus ergibt sich, dass die Inhalte der Homepage auf die Zielgruppen abgestimmt sein müssen und ein sinnvoll strukturiertes Menü die Navigation erleichtern, was durch ein ansprechendes Webdesign und Layout ergänzend unterstützt wird. Die Homepage ist die Visitenkarte und das primäre Kommunikationswerkzeug des Programms Interreg Deutschland-Danmark und nicht zuletzt aus diesen Gründen ist es wichtig, die Homepage zu evaluieren, um eine hohe Qualität und Effektivität für den Nutzer sichern zu können.

Um den Nutzwert und die Qualität der Homepage www.interreg5a.eu zu bewerten, muss die Verhaltensweise der Nutzer in Betracht gezogen werden. Um das Nutzerverhalten analysieren zu können, wurde das Analysetool Google Analytics (fortlaufend mit GA verkürzt) installiert. Mit Hilfe von GA kann das Verhalten der Nutzer auf der Homepage, d.h. wie und wann die Homepage genutzt wird, durch verschiedene Faktoren analysiert werden. Diese Faktoren werden angesichts der Menge von Daten, und der Relevanz für die Homepage, definiert. Es wurde sich bewusst gegen eine qualitative Untersuchung entschieden, da eine solche sehr zeitaufwendig und daher nicht im gewünschten Rahmen möglich wäre, um brauchbare Resultate zu erzielen. Die Homepage von Interreg Deutschland-Danmark wird von Interact⁴ als Best Practice⁵-Beispiel herangezogen. Der vorläufige Höhepunkt kam in 2016: www.interreg5a.eu gewann den Titel als beste Interreg-Homepage. Originalität, Benutzerfreundlichkeit, Transparenz und Ergebnisorientierung waren die Kriterien für die Verleihung des Titels, der von Interact in Form eines Diploms und eines Pokals überreicht wurde.

2.1 Methodenwahl

Die Antragsfristen, zu denen Interreg-Projekte eingereicht und beantragt werden können, sind eine arbeitsintensive Zeit des Interreg-Programms, in der die aktive und passive Betreuung der Projekte viel Zeit beansprucht. Die Arbeit des Interreg-Programms besteht in hohem Maße darin, Antragsteller frühzeitig über Fristen zu informieren und bestmöglich darauf vorzubereiten. Aus dem Grund stehen sämtliche Informationen und Dokumente, die für einen Projektantrag und die Projektdurchführung relevant sind, auf der Homepage zur Verfügung.

⁴ Ein unterstützendes Organ für alle Interreg-Programme.

⁵ Eine bestimmte Herangehensweise, welche offiziell als erfolgreichste Methode gilt.

Dementsprechend enthält die Zeitspanne für die gewonnenen Daten für die Durchführung der Evaluation insgesamt vier Antragsfristen⁶, um zu sehen, ob es einen statistischen Zusammenhang zwischen den Aktivitäten auf der Homepage und den Antragsfristen gibt. Außerdem wird auch die Versendung des Newsletters, welcher neun Mal im Analysezeitraum Oktober 2017 bis einschließlich September 2018 verschickt wurde, mit den Aktivitäten der Homepage verglichen. Die Beiträge, die im Newsletter zu lesen sind, sind auf der Homepage veröffentlicht und führen den Leser beim Lesen der Artikel automatisch auf diese.

2.2 Hintergrund der Daten

Die Anzahl der Nutzer legt den Grundstein für die Analyse der Homepage. Mit anderen Worten: Die Nutzeranzahl ist die Grundlage für die verfügbare Datenmenge für die Analyse. Wie viele Nutzer⁷ die Homepage in der Analyseperiode besucht haben, kann auf Tages-, Wochen- und Monatsbasis ausgewertet werden.

Durch GA kann geographisch eingeordnet werden, von wo die Nutzer auf die Homepage zugreifen. Dadurch kann Interreg Deutschland-Danmark erkennen, ob es einen geographischen Zusammenhang zwischen den Nutzern der Homepage und den Projektakteuren gibt. Das heißt, dass beispielsweise zu sehen ist, wie viele Nutzer aus den Ländern der Programmregion, sprich Deutschland und Dänemark, stammen.

Entscheidend für die Analyse ist auch, wie die Nutzer auf der Homepage landen. Konkret kann mit GA gesehen werden, ob die Nutzer durch eine Suchmaschine, wie z.B. Google, einen Link, soziale Medien oder auf andere Weise auf die Homepage gelangen.

Demnach lauten die Fragen, die die Evaluation der Homepage beantworten soll, wie folgt:

- Wie viele Nutzer hat www.interreg5a.eu?
- Woher kommen die Nutzer? Das heißt, wo befinden sie sich geographisch, wenn sie www.interreg5a.eu aufrufen?
- Wie gelangen die Nutzer auf www.interreg5a.eu?
- Wie lange bleiben die Nutzer auf www.interreg5a.eu?
- Welche Seiten besuchen die Nutzer auf www.interreg5a.eu?

⁶ Zwei Antragsfristen für reguläre Projektanträge (19.02.2018 & 22.06.2018) und zwei Antragsfristen für Ergänzungsanträge (17.04.2018 & 30.09.2018)

⁷ Ein Nutzer (Client ID) wird jedes Mal, wenn die Homepage von einem neuen Gerät oder einem neuen Browser besucht wird, errichtet. Dies wird täglich auf null gestellt (neuer Nutzer wird jeden Tag erstellt, auch, wenn das gleiche Gerät über mehrere Tage aktiv ist). Das Datensystem ELMOS, mit welchem das Programm und alle Projektakteure arbeiten, wird über einen Link auf der Homepage erreicht. Somit zählen auch alle Projektakteure und Mitarbeiter der Interreg-Administration, die in ihrer täglichen Arbeit mit ELMOS arbeiten, in die Besucherzahlen.

2.3 Resultate

Die Auswertungen haben ergeben, dass eine gesteigerte Aktivität auf der Homepage im Zusammenhang mit den Antragsfristen und dem Versand des Newsletters festgehalten werden kann. Eine hohe Nutzerzahl gibt es im Anschluss an den Newsletterversand. Somit fielen vier der fünf Tage mit den meisten Besuchern auf der Homepage auf einen Versandtag des Newsletters.

Größtenteils kommen Nutzer der Homepage aus Deutschland und Dänemark, was mit der Verteilung der beteiligten Projektakteure zusammenpasst. Allerdings ist der Anteil von deutschen Nutzern größer als der von dänischen. Eine Erklärung dafür könnte sein, dass das Interreg-Programm aus neun deutschen sowie zwei dänischen Partnern besteht, und somit liegt hier bereits ein Unterschied in der Involvierung vor, welche sich jedoch nicht in der Bevölkerungsanzahl der beiden Länder widerspiegelt. Hier ist viel mehr auf die verschiedenen Verwaltungskörper der jeweiligen Programmpartner hinzuweisen.

Viele Nutzer gelangen durch Suchmaschinen oder einen direkten Aufruf auf die Homepage. Diese Personen suchen demnach gezielt nach Interreg Deutschland-Danmark und haben voraussichtlich im Vorwege Wissen über die grenzüberschreitende EU-Zusammenarbeit. Einige gelangen jedoch auch durch Links oder soziale Medien auf die Homepage und werden dadurch von internen oder externen Medien auf die Homepage geleitet. Mit mehr externen Verweisen könnte die gesamte Nutzerzahl der Homepage gesteigert werden.

Größtenteils dauert eine Sitzung mehr als eine Minute an, was also auf einen hohen Nutzwert für Nutzer der Homepage hindeutet⁸. Andererseits dauern fast ein Fünftel der Sitzungen weniger als zehn Sekunden. Wie lange eine Sitzungsdauer sein sollte, hängt vom Thema ab. Ein Beispiel könnte sein, dass ein Antragssteller ein bestimmtes Dokument sucht. Wenn der Antragssteller innerhalb von zehn Sekunden das Dokument findet und schließlich die Homepage schließt, würde das Ziel erreicht sein, obwohl es eine kurze Sitzungsdauer war.

Die Homepage von Interreg Deutschland-Danmark soll eine breite Zielgruppe bedienen, die sowohl aus Projektakteuren, Politikern und Journalisten der Programmregion, aber auch der allgemeinen Bevölkerung der Programmregion besteht, die ein Interesse an der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit mitbringen. Aus diesem Grund gibt es vorab keine Erwartungen seitens des Programms Interreg Deutschland-Danmark, dass bestimmte Seiten auf der Homepage besonders viele Aufrufe vermerken werden. Je nach Nutzer der Homepage werden bestimmte Unterseiten der Homepage gezielt gesucht. Dadurch lässt sich die breite

⁸ Im Allgemeinen wird eine Verweildauer von einer Minute als erfolgreich angesehen. Die Zeit wird erst ab dem Zeitpunkt gemessen, ab dem ein Nutzer die Startseite verlässt und auf Unterseiten wechselt. (<https://www.advidera.com/glossar/verweildauer/>)

Verteilung der Seitenrufe erklären, bei welcher die verschiedenen Zielgruppen verschiedene Seiten suchen und besuchen und die benötigten Informationen vermittelt werden können.

2.4 Handlungsempfehlungen

Wenn sämtliche Daten in Betracht bezogen werden, wird die Homepage aktiv, regelmäßig und von relevanten Akteuren besucht und genutzt. Dies bedeutet, dass vor allem Projektakteure, die in ihrem Arbeitsalltag auf die Homepage als Hilfsmittel zugreifen, diese besuchen und die Informationen heraussuchen und finden, die in dem Moment als hilfreich angesehen werden.

Dass die Aktivität auf der Homepage bei Antragsfristen und Newsletter-Veröffentlichungen höher ist als sonst stimmt mit dem hohen Bedarf an Informationen der Projekte überein. Durch die Bereitstellung der Informationen auf der Homepage können zur selben Zeit Arbeitsressourcen der Mitarbeiter der Administration gespart werden. Die höhere Aktivität stellt die Nutzung der Homepage von Projektakteuren und anderen Interessenten unter Beweis. Das Ergebnis spricht für eine weitere konstante Pflege und Aktualisierung der Homepage und des dazugehörigen Newsletters.

Durch eine aktivere und zielgerichtete Nutzung und Pflege der sozialen Medien könnte die allgemeine Bevölkerung der Programmregion erreicht werden. Im Analysezeitraum gelangen 2,3 % der Nutzer durch soziale Medien auf die Homepage. Eine häufigere Präsenz auf den sozialen Medien könnte die Anzahl von Nutzern langfristig steigern und den Bekanntheitsgrad des Interreg-Programms sowie dessen Projekte steigern. Außerdem könnte eine gezielte Vernetzung mit Projektakteuren weitere Nutzer auf die Homepage leiten. Ein Beispiel hierfür wäre das gegenseitige Teilen von Posts/Beiträgen, wodurch jeweils Dritte angesprochen und Nutzer dazu angeregt werden, die Interreg-Homepage zu besuchen bzw. die Projektseiten. Darüber hinaus würden sowohl Programm als auch Projekte eine breitere Zielgruppe erreichen und ihren Bekanntheitsgrad erhöhen können.

Um kurze Sitzungsdauern zu minimieren, könnte der SEO⁹-Text anders gestaltet werden. Der jetzige SEO-Text (siehe Abb.1) beschreibt nicht konkret was Interreg Deutschland-Danmark ist, sondern ist ein Ausschnitt von einer längeren Beschreibung. Durch eine unpräzise Beschreibung gelangen mehr Besucher auf die Homepage, die im Ausgangspunkt nach anderen Informationen suchten und mit falschen Erwartungen durch den SEO-Text die Homepage besuchten. Es kann davon ausgegangen werden, dass dadurch viele Besucher nach wenigen Sekunden wieder die Homepage verlassen und eine kurze Sitzungsdauer vermerkt wird. Mit einer präziseren Beschreibung könnten die kurzen Sitzungsdauern minimiert werden.

⁹ Search Engine Optimization – Initiative um bei Suchmaschinen wie z.B. Google Search hoch indexiert zu werden.

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 ...

Abbildung 1 – Momentaner SEO-Text der Homepage

3. Der Newsletter

In diesem Abschnitt wird der Newsletter des Programms Interreg Deutschland-Danmark (2014-2020), als Teil der Kommunikationsarbeit, evaluiert. In der Kommunikationsstrategie (2014, S.13) wurde festgelegt, dass der Newsletter verschiedene Themen aufgreifen soll, hierunter generelle Information über die Fortschritte im Interreg-Programm, Veranstaltungen, Berichte über die genehmigten Projekte und Interviews mit relevanten Akteuren etc., und somit der direkten, informativen Kommunikation mit den Zielgruppen und Interessierten dient.

Interreg Deutschland-Danmark verschickt seit September 2014 zehn Mal jährlich einen Newsletter mit aktuellen Beiträgen und Neuigkeiten über das Interreg-Programm und den Interreg-Projekten an 818¹⁰ Abonnenten. Der Newsletter wird monatlich verschickt, entfällt jedoch in den Monaten Januar und Juli auf Grund von Ferien/Feiertagen in der Programmregion.

Seit Juni 2017 wird der Newsletter mit dem E-Mail Marketing Programm Newsletter2Go online verschickt. Zuvor wurde der Newsletter als PDF-Dokument via Mail an alle Abonnenten verschickt. Die Beiträge, die im Newsletter zu lesen sind, werden auf der Programmhauptseite verwaltet. Wenn der Newsletter bei Newsletter2Go erstellt wird, wird zu diesen Beiträgen auf der Homepage verlinkt, wodurch die Leser durch den Newsletter automatisch auf die Homepage geleitet werden. Verschickt werden sowohl eine deutsche als auch eine dänische Version des Newsletters.

3.1 Methodenwahl

Um den Newsletter analysieren zu können, wurde mit den Ausgaben in den Monaten September und Oktober 2018 jeweils ein Fragebogen verschickt. Der Fragebogen wurde auf sowohl Deutsch als auch auf Dänisch erstellt und mit der jeweiligen Sprachversion des Newsletters verschickt.

Der Fragebogen zielt darauf ab, festzustellen, wer den Newsletter liest (Zielgruppe) und wie sie den Newsletter inhaltlich und hinsichtlich des Layouts bewerten. Die Umfrage beinhaltet Fragen, wodurch die

¹⁰ Stand 8. November 2018 – im Vergleich: April 2017-682 Abonnenten

erreichte Zielgruppe von Empfängern im Hinblick auf Alter und Herkunft festgelegt werden kann. Außerdem wurden die Teilnehmer gebeten, den Inhalt und das Layout des Newsletters auf einer Skala von 1-10 zu bewerten. Zum Schluss hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, ihr Feedback in einem Kommentarfeld zu vertiefen. Das Ziel der offenen Fragen war, dass das Interreg-Programm einen besseren Überblick über die tatsächliche Zielgruppe des Newsletters erhalten kann, um somit mögliche Änderungen an deren Bedürfnisse anpassen zu können. Der Fragebogen wurde anonym durchgeführt, wodurch die Antworten nicht zurückverfolgt werden können.

Nach dem Versand des Fragebogens mit der September-Ausgabe wurde beschlossen, dass die Menge der Rückmeldungen nicht ausreichend war¹¹. Aus dem Grund wurde der Fragebogen erneut mit dem Oktober Newsletter verschickt. Die Empfänger wurden nochmals auf den Fragebogen aufmerksam gemacht und es wurde unterstrichen, dass Personen, die den Fragebogen bereits in der September-Ausgabe ausgefüllt hatten, dies bitte nicht erneut tun sollten. Es stellt allerdings keine Garantie dar, dass vereinzelte Personen den Fragebogen ggf. mehrfach beantwortet haben.

Parallel wurde eine sogenannte Smiley-Funktion in den Newsletter eingebaut. Die Smiley-Funktion bietet drei Bewertungsmöglichkeiten: grüner Smiley (Gut), gelber Smiley (Naja) und roter Smiley (Och nö). Mit einem Klick auf einen Smiley wird das Feedback für die konkrete Newsletter-Ausgabe gewertet. Durch die Smiley-Funktion können schnell quantitative Daten eingesammelt werden, ohne dass der Leser zu viel erläutern muss.

3.2 Resultate

Die Evaluation des Newsletters resultiert überwiegend in einem positiven Ergebnis, welches darauf hinweist, dass der Newsletter seinen Zweck erfüllt. Das Ziel ist es, Projektakteure, Bürger und Bürgerinnen sowie Interessierte inner- und außerhalb der Programmregion über Interreg Deutschland-Danmark auf dem Laufenden zu halten (Kommunikationsstrategie 2014, S.13).

Aufgrund der Rückmeldungen durch den Fragebogen und der Smiley-Funktion konnten viele relevante Erkenntnisse gewonnen werden, welche teilweise existierende Einschätzungen bestätigen.

Die Umfrageteilnehmer, ergo die Newsletterleser, kommen zum Großteil aus der deutsch-dänischen Programmregion. Überraschend sowie positiv ist, dass einige den Fragebogen aus anderen Ländern Europas, aber auch beispielsweise den USA, d.h. außerhalb der Programmregion, beantwortet haben. Der Newsletter, und somit auch die Programmhomepage, erfüllen ihren Zweck als Kommunikationsplattform, um die oben genannten Zielgruppen inner- und außerhalb der Programmregion über Interreg Deutschland-

¹¹ Der Zielwert lag bei 15-20% Rückmeldungen von aktiven Empfängern

Danmark zu informieren. Es gilt jedoch zu beachten, dass Personen, die die Umfrage von außerhalb der Programmregion beantwortet haben, nicht zwangsläufig von außerhalb der Programmregion kommen. Diese können sich beispielsweise geschäftlich oder privat zu diesem Zeitpunkt im Ausland befunden haben. Allerdings geht hervor, dass 13,7% der Umfrageteilnehmer angeben, den Newsletter von außerhalb der Programmregion lesen. Es werden jedoch keine Angaben dazu gemacht, ob es sich hierbei um den permanenten Standort außerhalb der Programmregion handelt oder, um den Standort bei der Beantwortung des Fragebogens.

Alles in Allem entspricht der Newsletter, laut den Bewertungen der Umfrageteilnehmer, den Erwartungen der Leser.

3.3 Handlungsempfehlungen

Obwohl durch ergänzende Methoden und durch mehrfache Anläufe versucht wurde, eine breite Datenmenge einzuholen, war dies nicht in dem ursprünglich gewünschten Umfang möglich. Dennoch wird die Datenmenge als aussagekräftig angesehen, nicht zuletzt da die Rückmeldungen eindeutig sind und einzelne Handlungsempfehlungen für den Newsletter entnommen werden können. Es lassen sich vier Handlungsempfehlungen, die die Qualität des Newsletters fortlaufend steigern könnten, ableiten:

1. **Artikelmenge und -länge:** Generell werden die Artikel des Newsletters positiv bewertet, sei es mit Hinblick auf die Länge, Inhalte oder den Sprachgebrauch. Die Bewertungen und nicht zuletzt die individuellen Kommentare zeigen dennoch wiederholt, dass die Artikelmenge und die Länge der Artikel dazu führt, dass der Newsletter nicht bzw. nur teilweise gelesen wird. Die Empfehlung lautet daher, dass jede Newsletter-Ausgabe auf max. fünf Artikel begrenzt werden sollte. Die Artikel sollten – bis auf Ausnahmen – die 400 Wörtergrenze (ca. 2900 Zeichen inkl. Zwischenraum) nicht überschreiten.
2. **Projektakteure als Zielgruppe:** Die Umfrage zeigt, dass viele Leser den Newsletter abonnieren, weil sie in einem Interreg-Projekt involviert sind. Aus dem Grund ist es nachvollziehbar, dass die Rückmeldungen darauf hinweisen, dass mehr Informationen bzw. Hinweise zu neuen Fact Sheets, Videos und Veranstaltungen hilfreich wären. Die Empfehlung lautet daher, dass der Newsletter zukünftig, wenn es zielgerecht und zweckmäßig ist, Hinweise zu neuen oder aktualisierten Hilfsmitteln für die Projektdurchführung enthalten sollte.
3. **Das Layout:** Das Layout des Newsletters hat auf der Bewertungsskala nicht den angestrebten Zielwert erreicht. Da das Layout, sprich die Optik, oft entscheidend dafür ist, ob etwas als interessant angesehen wird, sollte das Layout des Newsletters ggf. angepasst/verändert werden. Kleinere Veränderungen

können schon einen großen Effekt erzielen. Wichtig ist, dass das Corporate Design des Interreg-Programmes stets erkennbar ist.

4. **Die Bilderauswahl:** Die Wahl der Bilder, die im Newsletter genutzt werden, um den Text zu unterstützen, wurde in der Umfrage nicht direkt kritisiert. Dennoch ist das Ergebnis eher neutral und im Hinblick darauf, welche Wirkung Bilder/Fotos haben können, sollte zukünftig noch mehr Zeit darin investiert werden, passende und ausdrucksstarke Bilder anzuwenden (insbesondere hinsichtlich der Logos und „weißen Männchen“ gab es Kritik).

Um feststellen zu können, ob die vorgeschlagenen Handlungsempfehlungen den gewünschten Effekt haben, sollte der Newsletter regelmäßig evaluiert werden. Es wird empfohlen, die Smiley-Funktion halbjährlich in einer Newsletter-Ausgabe zu implementieren. Eine Fragebogenumfrage sollte jährlich durchgeführt werden. Damit die Bewertungen mit der jetzigen Evaluation verglichen werden können, sollten die Fragen und Umfragestruktur beibehalten werden.

4. Veranstaltungen, die das Programm durchführt

In diesem Abschnitt wird eine Auswahl der durchgeführten Veranstaltungen, deren Qualität und Potenzial evaluiert.

In der Kommunikationsstrategie (2014, S. 15-16), welche für das Förderprogramm Interreg Deutschland-Danmark ausgearbeitet wurde, wird beschrieben, dass (Informations-)Veranstaltungen jährlich und abwechselnd in jeder Teilregion stattfinden sollen. Diese Veranstaltungen werden unter anderem dazu genutzt, zweckdienliche Informationen zu übermitteln, sowie den Fokus auf das Interreg-Programm generell zu erhöhen. Inhaltlich richten sich die Veranstaltungen nach dem Bedarf der Zielgruppe(n), z.B. inhaltliche Informationen von der Programmverwaltung, externe Impulse, Inspirations- und Erfahrungsaustausch.

Die Veranstaltungen dienen nicht nur dem Zweck, Informationen zu teilen, sondern bieten auch die Möglichkeit, die Teilnehmer miteinander durch *Networking* zu vernetzen. Pro Veranstaltung wird mit zwischen 50-100 Teilnehmern gerechnet. Wenn möglich werden Informationsveranstaltungen mit EU-weiten Initiativen kombiniert, wie zum Beispiel mit dem European Cooperation Day (EC-Day)¹².

Des Weiteren werden regelmäßig Workshops für die Projektakteure arrangiert. Je nach Bedarf werden diese thematisch ausgerichtet, um u.a. ein Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch anzubieten.

¹² Die grenzübergreifende Kooperation in ganz Europa wird jährlich in der letzten Septemberwoche gefeiert.

Die Workshops dienen dazu, den Projektakteuren zielgerichtete Informationen und geeignete Werkzeuge u.a. zur Projektdurchführung, Öffentlichkeitsarbeit und Berichterstattung zu geben.

Die Workshops bieten auch die Möglichkeit, zusätzlich zur Vermittlung bestimmter Inhalte, eine Plattform zu bilden, um die Vernetzung der Projekte zu fördern. Darüber hinaus sollen die Workshops auch für Ideenentwicklung und Projektgenerierung genutzt werden. Genau wie die jährlichen Veranstaltungen finden die Workshops abwechselnd in allen Teilen der Programmregion statt und können ebenfalls mit gemeinsamen EU-weiten Initiativen, z.B. EC-Day, kombiniert werden.

In diesem Bericht werden lediglich die Veranstaltungen von Interreg Deutschland-Danmark evaluiert. Das Ziel dieser Veranstaltungen ist vor allem, die Zielgruppen der Projektakteure als auch die breite Öffentlichkeit über Interreg und dessen Projekte zu informieren. Programminterne Veranstaltungen der Programmpartner (z.B. ERFAREG¹³) dienen nicht der Evaluation und werden somit nicht in Betracht gezogen.

Veranstaltungen Interreg Deutschland-Danmark (2014-2018)		
Einweihung Sekretariat	16.09.14	Interreg-Sekretariat, Kruså
Kick-Off Konferenz	02.12.14	Media Docks, Lübeck
Interreg-Workshop	10.11.15	ACO Academy, Büdelsdorf
Workshop Arbeitsmarkt	12.04.16	Regionshuset Sjælland, Sorø
Workshop Projektakteure	02.05.16	Regionshuset Syddanmark, Vejle
Workshop Standardisierung (Offshore-Windenergie)	04.05.16	Interreg-Sekretariat, Kruså
Workshop Projektakteure	10.11.16	Interreg-Sekretariat, Kruså
Interreg-Netzwerktag	24.11.16	Aabenraa Rådhus, Aabenraa
Workshop Entwicklung grüner Projekte	10.05.17	Gewerbe- & Technik-Zentrum, Schwentinental
Workshop Projektakteure	23.05.17	Gewerbezentrum Oldenburg i.H.
Gesundheitsinnovation	02.11.17	Forskerparken, Odense M
Kommunikationsnetzwerk	29.11.17	Rathaus Flensburg, Flensburg
Finanzworkshop	12.06.18	Odin Havnepark, Odense C
Kommunikationsnetzwerk	14.06.18	Hotel Maribo Søpark, Maribo

Abbildung 2 – Übersicht der Veranstaltungen von Interreg Deutschland-Danmark

Insgesamt hat Interreg Deutschland-Danmark 14 *eigene Veranstaltungen* seit Programmbeginn März 2014 bis September 2018 durchgeführt (Siehe Abb. 2). Darüber hinaus hat das Interreg-Programm auch an

¹³ ERFAREG-Treffen sind halbjährliche Treffen der Programmpartner, die dem Erfahrungsaustausch dienen.

zahlreichen externen Veranstaltungen teilgenommen, bspw. mit einer Präsentation oder einem Informationsstand, bilaterale Veranstaltungen arrangiert und Treffen mit den jeweiligen Projekten, in Form von Beratungsgesprächen oder Servicebesuchen, abgehalten. Jede Veranstaltung wurde in der Regel nachfolgend evaluiert, entweder mündlich, mit Hilfe von geschriebenen Kommentaren oder durch Fragebögen, welche u.a. via SurveyXact an die Teilnehmer verschickt werden. Es ist anzumerken, dass das Programm Interreg Deutschland-Danmark seit 2018 ebenfalls Interreg-Karawanen abhält, bei denen die Programmregion bereist wird und zusammen mit den Interreg-Projekten der Bevölkerung Interreg näher gebracht werden soll. Diese Veranstaltungen werden jedoch in diesem Bericht nicht mit aufgeführt, da eine Evaluation auf Basis der Rückmeldungen durch die allgemeine Bevölkerung nicht möglich ist.

4.1 Methodenwahl

Als Ausgangspunkt für die folgende Evaluation ausgewählter Veranstaltungen dienen die gewonnenen Daten vom Interreg-Workshop 2015, Arbeitsmarktworkshop 2016, Interreg-Netzwerktag 2016, Kommunikationsnetzwerk 2017/2018 und vom Finanzworkshop 2018. Die Wahl ist auf diese einzelnen Veranstaltungen gefallen, da sie das umfangreichste Feedback vorweisen können und damit eine solide Grundlage bilden, um ein valides Ergebnis zu garantieren.

Des Weiteren ist die zeitliche Verteilung der ausgewählten Veranstaltungen vorteilhaft, um eine ausgeglichene Auswertung der Workshops und Informationsveranstaltungen zu erhalten und eine potenzielle Steigerung oder Veränderung der Qualität hervorzuheben. Ebenfalls relevant für die Wahl der Veranstaltungen sind die unterschiedlichen Zielgruppen, wodurch verschiedene Formen und Rahmenbedingungen von Workshops in Betracht gezogen werden konnten.

- Der Interreg-Workshop war an Projektakteure gerichtet, deren Projektantrag gerade genehmigt wurde und beinhaltete Informationen zum Leadpartner-Vertrag und zu den Verpflichtungen zur Öffentlichkeitsarbeit der Projekte. Außerdem gab es Möglichkeiten zum Fragen stellen und Networking. Insgesamt nahmen 52 Projektakteure teil.
- Beim Arbeitsmarktworkshop standen Herausforderungen und Möglichkeiten in Bezug auf den Arbeitsmarkt in der Programmregion im Fokus. Darauf folgend bestand die Möglichkeit in Arbeitsgruppen relevante Themen weiter zu besprechen und Networking mit den anderen Teilnehmern zu betreiben. Ziel war die Generierung eines Projekts aus dem Bereich „Arbeitsmarkt und Beschäftigung“ für das Interreg-Programm. Insgesamt nahmen um die 47 Personen an dem Workshop teil.
- Der Interreg-Netzwerktag richtete sich an die zu dem Zeitpunkt 22 genehmigten Projekte. Die Veranstaltung, welche drei Mini-Seminare beinhaltete, war darauf ausgelegt, über

Öffentlichkeitsarbeit, Berichterstattung und Verankerung von Ergebnissen zu informieren. Knapp 80 Teilnehmer waren am Netzwerktag dabei.

- 2017 fand das erste Kommunikationsnetzwerk statt. Das Treffen richtete sich an die Kommunikationsmitarbeiter der Interreg-Projekte und drehte sich darum, die Herausforderungen und Erfolge im Kommunikationsbereich zu erörtern. Es gab u.a. Tipps und Informationen zur Pressearbeit und Videogestaltung und wie immer die Möglichkeit, mit anderen Projekten Kontakte zu knüpfen. Das Kommunikationsnetzwerk hatte um die 35 Teilnehmer.
- Das zweite Kommunikationsnetzwerk wurde 2018 abgehalten. Wieder stand die Kommunikationsarbeit im Fokus – Teilnehmer konnten durch die Vorträge, Informationen zur schriftlichen Kommunikation, Sozialen Medien und Pressemitteilungen/-kontakt erhalten und hatten die Möglichkeit, die Kommunikationsmitarbeiter der anderen Projekte kennenzulernen. Insgesamt nahmen um die 30 Personen am Treffen teil.
- Der Interreg-Finanzworkshop richtete seinen Fokus auf die Finanzarbeit und Berichterstattung – die Teilnehmer erhielten u.a. Informationen zur First-Level Prüfung, und Second-Level Kontrolle und wie z.B. ein Änderungsantrag ausgearbeitet wird. Des Weiteren gab es die Möglichkeit mit den anderen Teilnehmern Networking zu betreiben. Am Workshop nahmen um die 60 Personen teil.

4.2 Resultate

Für die Programmlaufzeit (2014-2020) wurden einige Zielwerte festgelegt, die Interreg Deutschland-Danmark erfüllen sollte. Insgesamt wurden 500 Veranstaltungen (Beratungs- und Informationsveranstaltungen, auch bilateral) (Kommunikationsstrategie, S.21) geplant, wovon zwischen 2014-2017 bereits 392¹⁴ abgehalten worden sind. Des Weiteren wurden von 2.500 geplanten Teilnehmern an Beratungs- und Informationsveranstaltungen (Kommunikationsstrategie, S.21) bereits 5.015¹⁵ erreicht. Da bereits im Jahr 2018 weitere Veranstaltungen abgehalten wurden (z.B. Finanzworkshop oder das zweite Kommunikationsnetzwerk) und bereits weitere geplant sind, kann man davon ausgehen, dass die Zielwerte noch vor 2020 erreicht bzw. übertroffen werden.

Die Möglichkeiten, im Plenum nach den Vorträgen Fragen zu stellen und die Projektberater vor Ort ansprechen zu können, sollten beibehalten werden, da es wiederholt als positiv bewertet wurde. Des Weiteren wird bei allen Veranstaltungen erwähnt, dass weitere jährliche Treffen gewünscht sind, welches auch auf eine eher positive Umsetzung der Veranstaltungen deutet. Die Themen Öffentlichkeitsarbeit und

¹⁴ Stand 01.05.2018

¹⁵ Stand 01.05.2018

Projektfinanzen bzw. die Handhabung von ELMOS sind auch für zukünftige Veranstaltungen relevant, wobei letzteres vermutlich mehr Aufmerksamkeit bedarf.

4.3 Handlungsempfehlungen

Die Qualität der Veranstaltungen ist zwar bereits hoch, dennoch gibt es einige Punkte, durch die das Potenzial noch mehr gesteigert werden könnte. Wie es aus dem Bericht hervorgeht, fehlen den Teilnehmern, trotz Verbesserungen, mehr interaktive Inhalte, z.B. in Form von Gruppenarbeiten oder „Hausarbeiten“, und Erklärungen von aktuellen und Best Practice-Beispielen aus anderen Interreg-Projekten. Insbesondere ein Workshop, der sich intensiv mit ELMOS beschäftigt und den Teilnehmern die Möglichkeit bietet, mit Hilfe von Interreg-Mitarbeitern das System zu benutzen und besser zu verstehen, wäre empfehlenswert. Dieser Punkt wird zukünftig auf die Tagesordnung der Workshops für neu genehmigte Projekte aufgenommen, sodass bereits bei Programmbeginn Hilfestellung seitens der Programmadministration gegeben werden kann.

In den Fragebögen tauchte der Vorschlag auf eine gemeinsame Plattform auf der Homepage des Förderprogramms Interreg Deutschland-Danmark einzurichten, über welche die Teilnehmer im Nachhinein auf die Dokumente und Präsentationen der Veranstaltungen zugreifen können. Leider ist es rein rechtlich nicht immer möglich die Präsentationen der externen Vortragenden online zu stellen. Die Materialien von den Veranstaltungen werden daher nur intern an die Teilnehmer verschickt. Jedoch wird im Newsletter stets über den Inhalt der abgehaltenen Veranstaltungen berichtet. Damit sind generelle Informationen über die Veranstaltungen für die Öffentlichkeit einsehbar.

Teilweise wurde bei den Veranstaltungen erwähnt, dass mehr Hilfe bzw. Unterstützung beim Networking benötigt wird. Dem könnte vielleicht Abhilfe geschaffen werden, indem die Namensschilder mit Flaggen versehen werden (wie bei dem ersten Kommunikationsnetzwerk 2017), um eventuelle sprachliche Barrieren zu mindern und es den Teilnehmern zu erleichtern, andere Personen anzusprechen.

Eine weitere Möglichkeit wäre, die Teilnehmerliste vor der Veranstaltung an alle Teilnehmer zu verschicken, damit Fahrgemeinschaften gebildet werden können. Dies könnte zum einen das Networking vereinfachen und gleichzeitig eine umweltfreundliche Transportmöglichkeit bieten.

Gezielte Networking-Aktivitäten, beispielsweise eine Präsentationsrunde oder ein Kennenlern-Warm-up, könnten den Teilnehmern bessere Voraussetzungen beim freien Networking geben. Es sollte jedoch erwähnt werden, dass solche Aktivitäten bereits bei manchen Veranstaltungen eingesetzt wurden.

Bei der Auswertung der vorhandenen Daten wurde festgestellt, dass es für zukünftige Fragebögen, die nach den Veranstaltungen verschickt werden, vorteilhaft wäre, wenn diese einheitlich wären und immer dieselben Fragen beinhalten würden. Bei den Fragebögen für den Arbeitsmarktworkshop 2016 und dem Interreg-Workshop 2015 wurde nach einer Bewertung des Veranstaltungsortes und der Verpflegung gefragt, bei den SurveyXact-Fragebögen nicht. Es ist zwar unmittelbar keine ausschlaggebende Frage für die inhaltliche Evaluation der Veranstaltungen, aber trotzdem wäre es von Vorteil, wenn die zukünftig verschickten Fragebögen die gleiche Fragestellung beinhalten, damit ein valides Ergebnis garantiert werden kann.

Die oben genannten Empfehlungen dienen dazu, die bereits vorhandene Qualität der Veranstaltungen weiter zu steigern.

5. Die Pressearbeit des Interreg-Programms

In diesem Abschnitt wird die Pressearbeit des Programms Interreg Deutschland-Danmark (2014-2020), als Teil der Kommunikationsarbeit, evaluiert.

In der Kommunikationsstrategie (2014, S.18f.) wird beschrieben, dass die Zusammenarbeit mit der Presse intensiv gestaltet werden soll. Dies soll sowohl von Seiten der Interreg-Projekte geschehen, als auch von Seiten der Programmverwaltung, um die Ergebnisse der Interreg-Förderung verständlich und transparent der Bevölkerung in der gesamten Programmregion zu vermitteln. Es soll ein enger und laufender Kontakt zur Presse hergestellt werden, der während der Programmlaufzeit (2014-2020) besonders zu einzelnen Journalisten, und somit Ansprechpartnern, gepflegt wird. Das Interreg-Programm verpflichtet sich dazu, die Presse vor bzw. nach größeren Veranstaltungen sowie nach Ausschuss-Sitzungen¹⁶ zu kontaktieren, um darüber zu informieren, was auf der Ausschuss-Sitzung beschlossen wurde. Zu diesem Zweck wurde ein umfassender Presseverteiler erstellt, der durch Hilfe der Programmpartner, Kontakte zu Journalisten aus der gesamten Programmregion abdeckt.

Um während der gesamten Programmlaufzeit einen Überblick darüber zu erhalten, wie oft das Interreg-Programm und die Interreg-Projekte in den lokalen und regionalen Medien genannt werden, wird eine ausführliche Medienberichterstattung und Überwachung der Medien angestrebt. Hierbei werden alle

¹⁶ Der Interreg-Ausschuss besteht aus 34 Mitgliedern, die sich auf deutsche und dänische Seite gleichmäßig verteilen und die einzelnen Programmregionen verkörpern. Auf einer Ausschuss-Sitzung entscheidet der Interreg-Ausschuss über die Förderung der Projekte.

Artikel nach verschiedenen Kriterien archiviert. In der Kommunikationsstrategie wird ein Zielwert von 150¹⁷ Beiträgen angestrebt, der unter den Indikator „Anzahl der Beiträge zur Öffentlichkeitsarbeit“ der Kommunikationsarbeit fällt (2014, S.21). Konkret bedeutet dies, dass 150 Beiträge, sprich Artikel oder TV/Radio Ausstrahlungen, als erfolgreicher Zielwert gewertet werden. Darüber hinaus sind auch die Projekte in ihrer Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit dazu verpflichtet, Pressearbeit zu leisten. Dadurch ergibt sich, dass die erschienenen und erscheinenden Beiträge in den Medien sowohl auf der Pressearbeit des Programms Interreg Deutschland-Danmark als auch auf der Pressearbeit der Interreg-Projekte basieren, welche in ihren verschickten Pressemitteilungen stets auf die Förderung durch das Interreg-Programm aufmerksam machen müssen.

5.1 Methodenwahl

Um sicher zu stellen, dass die Ziele der Kommunikationsstrategie in Bezug auf die Pressearbeit des Interreg-Programms erreicht werden, werden Medienberichterstattungen über das Programm sowie die genehmigten Projekte erfasst und in unterschiedlichen internen Übersichten gespeichert. Die Medienpräsenz und zielgerichtete Zusammenarbeit mit der Presse kann dadurch zu einem gewissen Grad verfolgt und eingeschätzt werden, indem u.a. erschienene Beiträge durch vorherigen Versand von Pressemitteilungen durch das Interreg-Programm als solche markiert werden.

Um eine möglichst breite Übersicht darüber zu erhalten, ...

1. ... wie viele Beiträge in den Medien erscheinen,
2. ... auf welcher Seite der Grenze Beiträge in den Medien erscheinen,
3. ... in welcher Programmregion Beiträge in den Medien erscheinen,
4. ... welche Medien der Programmregion am häufigsten über das Interreg-Programm und die Interreg-Projekte berichten,
5. ... welchen inhaltlichen Fokus die erschienen Beiträge in den Medien vorweisen,
6. ... und wie effektiv der Versand von Pressemitteilungen von Seiten des Interreg-Programms ist,

werden diese Aspekte im Folgenden analysiert und mit Hilfe der programminternen Listen ausgewertet.

5.2 Resultate

Wenn man die evaluierten Aspekte mit Hinblick auf die im Jahr 2014 verfasste Kommunikationsstrategie vergleicht, lässt sich hervorheben, dass die angestrebten Ziele bereits jetzt, kurz nach Erreichen der Halbzeit des Programms Interreg Deutschland-Danmark, erreicht wurden. Der damals festgelegte Zielwert

¹⁷ Der Zielwert bezieht sich ausschließlich auf erschienene Beiträge in den Medien nach Versand einer Pressemitteilung seitens des Interreg-Programms sowie Facebook-Posts, Newsletterausgaben und Informations-/ Merchandisematerialien des Programms Interreg Deutschland-Danmark.

von 150 Beiträgen zur Öffentlichkeitsarbeit liegt bereits Ende 2017 bei 250¹⁸. Unter die 250 Beiträge fallen nur Beiträge, die das Programm Interreg Deutschland-Danmark thematisieren – hierunter auch Facebook-Artikel und Newsletter-Ausgaben sowie Informationsmaterialien (z.B. Flyer, Rollups etc.), die die Öffentlichkeitsarbeit unterstützen. Es kann also festgestellt werden, dass die Zielwerte zum Teil eher niedrig angesetzt wurden. Würde man sich nun lediglich auf die Medienberichte beziehen, so könnte man bis zum einschließlich 15. Oktober 2018 von 653 Medienberichten insgesamt und 307 Medienberichten, die lediglich das Programm Interreg Deutschland-Danmark thematisieren, sprechen. Darüber hinaus ist sowohl die geographische als auch thematische Verteilung der Medienbeiträge, bis auf wenige Ausnahmen, ausgeglichen, was dem Wunsch und Ziel des Programms Interreg Deutschland-Danmark entspricht. Einzelne Abweichungen lassen sich meist auf inhaltliche Aspekte zurückführen.

Als Fazit lässt sich von Seiten des Interreg-Programms sagen, dass die Ziele und Wünsche an die Pressearbeit als Teil der Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit in nahezu allen Bereichen erfüllt wurden. In keinen Bereichen sind außergewöhnliche Unterschiede oder Werte festzustellen, die nicht auf inhaltliche, geographische oder ähnliche Faktoren zurückgeführt werden können. In lediglich einem Fall war es nicht möglich, ein Fazit zu ziehen. Die interne Evaluation hat ergeben, dass die verschickte Pressemitteilung im Juni 2018 wesentlich öfter in der Presse veröffentlicht wurde als bisher verschickte Pressemitteilungen, jedoch ist eine Pressemitteilung nicht aussagekräftig genug, um die Vermutung eines Zusammenhangs mit der neuen Versandart zu rechtfertigen. Für die Zukunft wäre es vorteilhaft, wenn sich das Programm für ein einheitliches Format für das Verschicken von Pressemitteilungen, wie beispielsweise das Dokumentformat sowie die Anzahl zu verschickender Pressemitteilungen, entscheidet (siehe 5.3 Handlungsempfehlungen). Es ist jedoch zu bemerken, dass die Ergebnisse rein quantitativ ausgewertet wurden, anhand der vorliegenden Anzahl von Pressemitteilungen und Medienberichten. Eine qualitative Bewertung der Pressemitteilungen liegt im Teil der externen Evaluierung vor.

5.3 Handlungsempfehlungen

Die Pressearbeit des Programms Interreg Deutschland-Danmark ist von mehreren Faktoren abhängig. Auf der einen Seite hat sich das Programm zu Beginn der Programmperiode dazu verpflichtet Pressearbeit zu leisten, auf der anderen Seite kann jedoch nicht gesteuert oder kontrolliert werden, was in der Presse letztendlich wiedergegeben und aufgenommen wird. Oftmals beziehen sich Journalisten auf die Pressemitteilungen, die vom Programm zu gegebenen Zeitpunkten verschickt werden. Aus diesem Grund beziehen sich die Handlungsempfehlungen lediglich auf die Versandart/-form der Pressemitteilungen:

¹⁸ Dieser Wert ist aus programminternen Übersichten entnommen worden

1. Format: Bisher wurde sich nicht für ein einheitliches Format beim Versenden von Pressemitteilungen entschieden. Es wird jedoch empfohlen, dass Pressemitteilungen zukünftig sowohl als pdf-Dokument als auch im Word-Format verschickt werden. Dadurch kann sichergestellt werden, dass Informationen richtig weitergegeben werden und der Text schnell von Journalisten weiter genutzt werden kann.
2. Anzahl: Zu Beginn der Programmlaufzeit wurde jeweils eine Version einer Pressemitteilung erstellt, die dann auf Deutsch und Dänisch verschickt wurde. Anfang 2018 wurde erstmals versucht eine stärkere Resonanz auf den Versand einer Pressemitteilung zu erlangen, in dem verschiedene Versionen mit lokalem Fokus verschickt wurden. So erhielten nicht nur die beiden dänischen Programmpartner eine jeweils für die Region angepasste Version. Auch für die deutschen Journalisten wurden zwei verschiedene Versionen erstellt, die einen unterschiedlichen Fokus aufwiesen und somit verschiedene Programmpartner und Interessengruppen ansprechen sollten. Diese Art des Versands hat sich eher positiv erwiesen. Zwar kann eine einzelne Pressemitteilung samt Erfolgserlebnis nicht der Verallgemeinerung dienen, dennoch wird es zum jetzigen Zeitpunkt empfohlen, diese Versandart beizubehalten.

Um einen Überblick darüber zu erhalten, ob die gegebenen Handlungsempfehlungen einen gewünschten Effekt in Bezug auf die Veröffentlichung von Pressemitteilungen erwirken, wird empfohlen weiterhin die internen Übersichten zu führen. Weitere Handlungsempfehlungen bezüglich der Pressearbeit können der externen Evaluation entnommen werden, die sich im Gegenteil zu der internen Evaluation auf die qualitativen Aspekte der Pressearbeit beziehen.

6. Fazit

Der Bericht stellt eine Evaluation ausgewählter Aspekte der Kommunikationsarbeit des Programms Interreg Deutschland-Danmark dar. Mit Hinblick auf die im Jahr 2014 verfasste Kommunikationsstrategie lässt sich nach der Evaluation hervorheben, dass viele Ziele umgesetzt werden konnten.

Es lässt sich erkennen, dass die Homepage, welche eine breite Zielgruppe bedienen soll, viel genutzt wird. Nach einer detaillierten Analyse darüber, welche Seiten auf der Homepage am meisten und häufigsten aufgesucht werden, ist erkennbar, dass diese sowohl die Projektseiten sind als auch die der verschiedenen Dokumente. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass die Nutzer der Homepage gezielt Informationen auf der Homepage suchen und diese an den richtigen Stellen finden.

Darüber hinaus wurde der Newsletter des Interreg-Programms evaluiert. Auf Basis von Fragebögen, die von Newsletter-Lesern beantwortet wurden, kann festgestellt werden, dass der Newsletter überwiegend positiv bewertet wird. Dadurch werden der Zweck und das in 2014 festgelegte Ziel erfüllt.

Neben der Homepage und dem Newsletter wurden ebenfalls die Veranstaltungen, die seitens des Programms seit Beginn der Förderperiode organisiert wurden, evaluiert. Die analysierten Veranstaltungen weisen darauf hin, dass die Erwartungen der Teilnehmer größtenteils erfüllt werden, was in einem Wunsch nach mehreren Informationsveranstaltungen und Workshops resultiert.

Zu guter Letzt wurde die Pressearbeit des Programms evaluiert. Es lässt sich feststellen, dass sowohl das Interreg-Programm als auch die Interreg-Projekte regelmäßig einen Weg in die Medien der Programmregion finden. Außerdem kann eine enge Arbeit zu der Presse vermerkt werden, was mit der Zielsetzung in der Kommunikationsstrategie übereinstimmt.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Programm Interreg Deutschland-Danmark in fast allen Bereichen der Zielsetzung bezüglich der Kommunikationsarbeit gerecht wird. Das Ziel, den Politikern, den Journalisten, den Projektakteuren sowie der allgemeinen Bevölkerung der Programmregion, Interreg näher zu bringen, wird daher erfüllt. Es sollte jedoch beachtet werden, dass dieser Bericht ausschließlich auf Basis der intern vorhandenen Daten aufbaut und somit rein quantitativ ausgewertet wurde. Die Ziele wurden somit quantitativ und mit Hinblick auf die anfangs gesetzten Zielwerte erreicht.