



# Interreg

Deutschland - Danmark



EUROPEAN UNION

## Kommunikationsstrategie



## Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung .....	3
1.1 Grundlagen.....	3
2. Übergeordnete Ziele .....	5
3. Zielgruppen .....	5
4. Strategieansätze.....	5
5. Sprache.....	6
6. Corporate Design .....	6
6.1. Programmlogo Entstehung .....	7
6.1.1. Programmlogo Bedeutung.....	7
6.2. Piktogramme.....	8
6.3. Farbcodes.....	8
7. Kommunikationsmaßnahmen.....	9
7.1. Online-Medien 7.1.1. Homepage (obligatorisch) .....	9
7.1.2. Dokumente und Werkzeuge .....	10
7.1.3. Online-Kalender .....	10
7.1.4. Projektübersicht (obligatorisch) .....	11
7.1.5. Partnerindex.....	12
7.1.6. Hilfe bei Behinderung .....	12
7.1.7. Soziale Medien .....	12
7.1.8. Newsletter.....	13
7.2. Druckmedien & Merchandise .....	13
7.2.1. Informationsmaterialien .....	14
7.2.2. Messewand und Roll-ups.....	14
7.2.3. Merchandise .....	14
7.2.4. Außenwerbung und PKW-Beschriftung .....	14
7.3. Veranstaltungen.....	15
7.3.1. Größere Veranstaltungen (obligatorisch).....	15
7.3.2. Jährliche Informationsveranstaltungen (obligatorisch).....	16
7.3.3. Workshops .....	16
7.3.4. Teilnahme an relevanten externen Veranstaltungen.....	17
7.3.5. Maßnahmen der Projektberatung .....	17
8. Zusammenarbeit mit der Presse.....	18
9. Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit der Projekte (obligatorisch) .....	19
10. Zeitplan.....	19
11. Verantwortung.....	20
12. Indikatives Budget.....	20
13. Evaluierung.....	21

# 1. Einleitung

Um die Ergebnisse einer Interreg-Förderung verständlich und transparent zu vermitteln, schreiben die Europäische Kommission und die Programmpartner der Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit des Programms Interreg Deutschland-Danmark sowie der einzelnen Interreg-Projekte große Wichtigkeit zu. Die erfolgreiche Generierung und Durchführung von Projekten und das Kommunizieren der Programm- und Projektergebnisse auf allen Ebenen, sind absolut zentrale Aufgaben und Ziele des Programmes.

Die Vermittlung von Informationen über Interreg Deutschland-Danmark, hierunter die Fördermöglichkeiten, Projektberatung und erzielten Ergebnisse sowie die Durchführung von angemessenen Kommunikationsmaßnahmen, wird als äußerst wichtige und permanente Aufgabe für alle Akteure angesehen, die an der Umsetzung des Interreg-Programms beteiligt sind (Allgemeine Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (AllgVO), Anhang XII, Abschnitt 2).

Die vorliegende Kommunikationsstrategie<sup>1</sup> soll festhalten, in welchem Rahmen Interreg Deutschland-Danmark in den Jahren 2014-2020 Öffentlichkeitsarbeit ausüben wird. Die Kommunikationsstrategie legt somit den Grundstein für die Kommunikationsmaßnahmen und -wege, die das Programm nutzen wird, um die Zielsetzung der Öffentlichkeitsarbeit zu erfüllen. Durch intensive Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit soll die erfolgreiche Programmdurchführung und der Nutzen des Programms möglichst deutlich und anschaulich vermittelt werden. Projektakteure sollen aktiver als bisher in die Öffentlichkeitsarbeit einbezogen werden, um die konkreten Ergebnisse der Interreg-Förderung sichtbar und konkreter zu machen. Die Akteure sollen hierbei stets Hilfe durch die Programmverwaltung erfahren.

## 1.1 Grundlagen

Als Grundlage für die Kommunikationsstrategie dienen u.a. die Erfahrungen der INTERREG 4A-Vorgängerprogramme „Fehmarnbeltregion“<sup>2</sup> und „Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N.“<sup>3</sup>. Die Erkenntnisse und Erfahrungen der INTERREG 4A-Programme fließen selbstverständlich in das Interreg 5A-Programm ein. Vor allem aber werden die Erfolgsgeschichten der Projekte bei Interreg Deutschland-Danmark zunehmend im Vordergrund stehen. Der enge, persönliche Kontakt zu Projektakteuren und das Vermitteln von Interreg-Geschichten an die breite Öffentlichkeit sind ebenfalls zentrale Arbeitsaufgaben.

Um dies leisten zu können, werden deutlich mehr Ressourcen als in den Vorgängerprogrammen zur Verfügung gestellt. Die Verwaltungsbehörde hat die übergeordnete Verantwortung für die Umsetzung der Kommunikationsstrategie und ihre Durchführung an das Sekretariat delegiert.

---

<sup>1</sup> Die Kommunikationsstrategie basiert auf dem Kommunikationskonzept, das von der Lenkungsgruppe der Programmpartner im Januar 2014 genehmigt wurde.

<sup>2</sup> <http://www.fehmarnbeltregion.net/>

<sup>3</sup> [www.interreg4a.de](http://www.interreg4a.de)

Kommunikationsverantwortliche  
**Christina Ehlers**

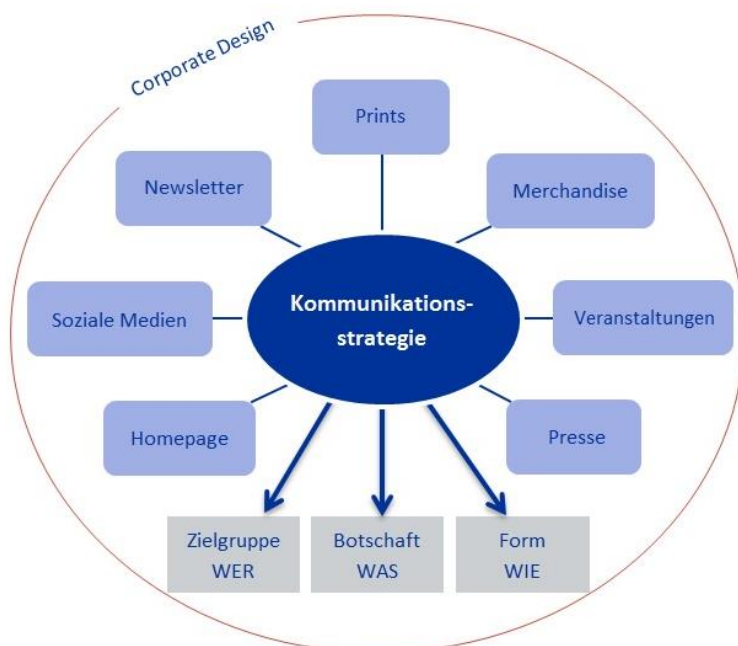
Interreg-Sekretariat  
Flensborgvej 26a  
DK-6340 Kruså  
ceh@rsyd.dk

Die vorliegende Kommunikationsstrategie berücksichtigt neben der Allgemeinen Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 (AllgVO) auch die Verordnung (EU) Nr. 821/2014.

In der Kommunikationsstrategie wird jeweils auf die relevanten Verordnungsartikel verwiesen. Ganz klar ist auch, dass neue Ansätze und Maßnahmen in die Öffentlichkeitsarbeit einfließen werden. Wir stellen sicher, dass die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen im Einklang mit der Kommunikationsstrategie durchgeführt werden. Mit diesen Maßnahmen wird durch den Einsatz verschiedener Kommunikationsformen und –verfahren eine möglichst ausführliche Medienberichterstattung angestrebt (AllgVO Anhang XII, Abschnitt 2.1, Punkt 1).

Der Interreg-Ausschuss wird einmal jährlich über die Fortschritte bei der Umsetzung, die Analyse der Ergebnisse sowie über die geplanten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die im Folgejahr durchgeführt werden sollen, informiert. Dabei hat er die Möglichkeit eine Stellungnahme abzugeben.

Die Kommunikationsmaßnahmen, die das Programm in der Förderperiode durchführen wird, werden in der folgenden Abbildung übergeordnet skizziert. Die einzelnen Maßnahmen werden auf den nächsten Seiten näher erläutert.



## 2. Übergeordnete Ziele

Die Zielsetzung der Öffentlichkeitsarbeit ist es, umfassend und verständlich über Interreg Deutschland-Danmark und die Fördermöglichkeiten zu informieren. Dabei soll das Interesse auch dadurch auf das Programm gelenkt werden, indem besonders die Erfolgsgeschichten der einzelnen Projekte nach außen getragen werden, um so dem Programm ein Gesicht zu geben und deutlich zu machen, wie die Fördermittel der EU investiert werden. Interreg Deutschland-Danmark hat für den Bereich der Öffentlichkeitsarbeit folgende übergeordnete Ziele identifiziert:

- Die Fördermöglichkeiten des Programms verständlich und breit kommunizieren
- Unterstützung einer bestmöglichen Projektbetreuung durch leicht zugängliche Informationen
- Unterstützung einer erfolgreichen und transparenten Programmdurchführung
- Sichtbarmachung der Informationen über die Kohäsionspolitik und die Rolle der EU bzw. Interreg
- Über erzielte Ergebnisse und Erfolgsgeschichten des Programms und der einzelnen Interreg-Projekte informieren
- Den Nutzen und Mehrwert des Programms und der Projekte sichtbar machen.

## 3. Zielgruppen

Interreg Deutschland-Danmark möchte Informationen über das Programm und die Projekte an eine breitgefächerte Zielgruppe kommunizieren:

- Begünstigte (im weiteren Projektpartner und Netzwerkpartner genannt)
- Potenzielle Projektpartner
- Die breite Öffentlichkeit (Bürger der Region)
- Die Presse / öffentliche Medien
- Mitglieder des Interreg-Ausschusses, politische Entscheidungsträger, Programmpartner, nationale Behörden, EU-Kommission (werden im Idealfall zu Multiplikatoren).

Mit der Umsetzung der Kommunikationsstrategie soll u.a. gesichert werden, dass potenzielle Antragsteller und Förderempfänger leichten Zugriff auf Dokumente, Richtlinien und Informationen für die Projektdurchführung bekommen. An die breite Öffentlichkeit sowie die Presse sollen innerhalb und soweit möglich auch außerhalb der Programmregion, vor allem die Programm- und Projektergebnisse vermittelt und der dadurch entstandene Mehrwert in der Programmregion verdeutlicht werden. Entscheidungsträger in der Region, darunter auch die Mitglieder des Interreg-Ausschusses, müssen ebenfalls stets den Fortschritten des Programms folgen können.

## 4. Strategieansätze

Um die Ziele der Kommunikationsstrategie zu erreichen, sollen die geplanten Maßnahmen medial entsprechend auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten sein. Wichtige Prinzipien sind dabei Benutzerfreundlichkeit, leichte Verfügbarkeit der programmrelevanten Informationen, die direkte Möglichkeit der Kommunikation unter den Akteuren und die Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit in der gesamten Programmregion.

Hohen Stellenwert besitzt auch der Wissens- und Erfahrungsaustausch in der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit, wobei Veranstaltungen, wie beispielsweise Workshops, wichtige Elemente sind. Des Weiteren soll eine zielgerichtete Zusammenarbeit mit der Presse und den öffentlichen Medien gepflegt werden. Es wird angestrebt, dass sich der Informationsschwerpunkt während der Programmlaufzeit von Fördermöglichkeiten, also allgemeinen Informationen über das Programm Interreg Deutschland-Danmark und dem Antragsverfahren, auf die Ergebnisse und Erfolge des Programms und der Projekte verlagert. Die Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit ist ein laufender, dynamischer Prozess, der sich den technischen Möglichkeiten und den Anforderungen der Zielgruppen anpassen wird.

In diesem Sinne sollen eine zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit und eine effiziente Kommunikation auf Projektebene die Beiträge des Programms zu einer stärkeren grenzüberschreitenden regionalen Zusammenarbeit und Entwicklung deutlich sichtbar machen. Projektträger sollen aktiver in die Öffentlichkeitsarbeit einbezogen und die Sichtbarkeit des Programms sowie der Projekte gezielter auf lokaler und regionaler Ebene gefördert werden.

Die Programmverwaltung soll in Verbindung mit den jeweiligen projektbezogenen Tätigkeiten die Öffentlichkeitsarbeit aktiv unterstützen und sich somit nicht nur als Sprecher des Programms verstehen, sondern auch die Kommunikationsarbeit der Projekte unterstützen. Dies gelingt, indem aktuelle Ergebnisse und Veranstaltungen gemeinsam kommuniziert werden bzw. die interessanten Ergebnisse auf Projektebene auch von Mitarbeitern der Programmverwaltung identifiziert werden, um diese auch auf Programmebene zu kommunizieren – beispielsweise auf der Programmhomepage oder im Newsletter.

## 5. Sprache

Um mit allen Zielgruppen in der Programmregion kommunizieren zu können, werden alle Maßnahmen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit zweisprachig auf Deutsch und auf Dänisch durchgeführt, dies gilt bei der Online- sowie der Offline-Kommunikation. Die Homepage soll auch Beispiele von Vorhaben in einer Drittsprache enthalten, die auf Englisch zur Verfügung gestellt werden. Darüber hinaus werden auch allgemeine Informationen zum Programm auf Englisch bereitgestellt (AllgVO, Anhang XII, Abschnitt 2.1, Punkt 2.e). Darüber hinaus soll weitestgehend auf die unterschiedlichen Umsetzungsformen und Kulturen der Öffentlichkeitsarbeit auf deutscher und dänischer Seite Rücksicht genommen werden, um u.a. den verschiedenen regionalen Bedürfnissen entgegenzukommen.

## 6. Corporate Design

Für Interreg Deutschland-Danmark wurde zu Beginn des Programms ein Corporate Design entwickelt, auf



**Interreg**  
Deutschland - Danmark



dem das gesamte, einheitliche Erscheinungsbild des Programms basiert. Dazu gehören vorrangig das Programmlogo (siehe Pkt. 6.1.), die Piktogramme (siehe Pkt. 6.2.)

sowie bestimmte Farbcodes (siehe Pkt. 6.3). Alle Informationsmaterialien werden in Übereinstimmung mit

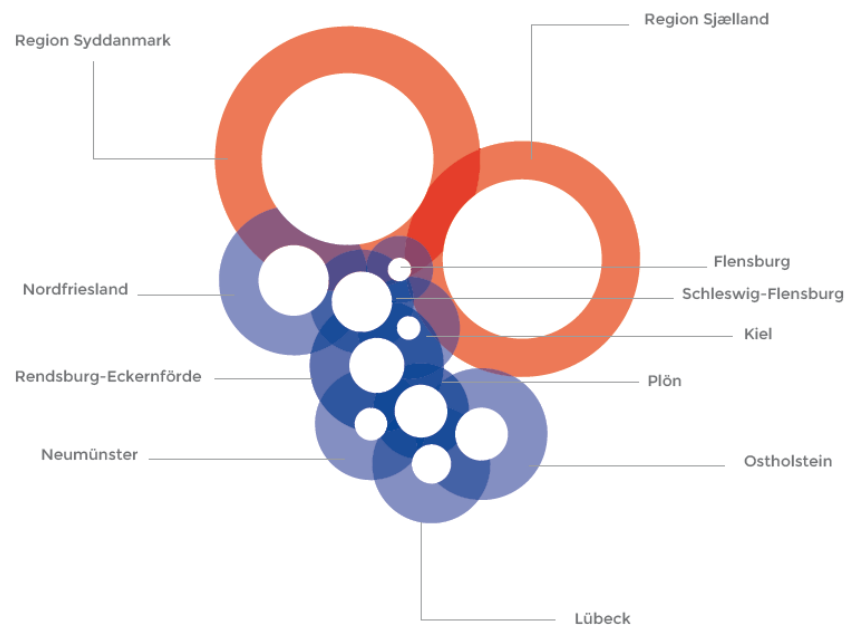
dem Corporate Design gestaltet, hierunter die Homepage, Programmdokumente, Präsentationen, Werbemittel und Internetauftritte.

## 6.1. Programmlogo Entstehung

In der vorangegangenen Interreg-Programperiode (2007-2013) hatte jedes Interreg-Programm ein eigenes Logo. Im Rahmen einer Initiative von INTERACT machten es sich die Interreg-Programme in ganz Europa Anfang 2014 zur Aufgabe, ein gemeinsames Brand für Interreg zu entwerfen. Diese Arbeit resultierte in einem Grundlogo, welches mit weiteren Elementen ergänzt und individualisiert werden kann. Das neutrale Grundlogo setzt sich aus folgenden Elementen zusammen: der EU-Fahne mit den Worten „European Union“ und dem Schriftzug „Interreg“, im Schriftzug ist eine abstrakte Brückenform, die Zusammenhalt symbolisiert, zu erkennen. Das Grundlogo wurde für unsere Zwecke mit dem Zusatz „Deutschland-Danmark“ und einem visuellen Element ergänzt.

### 6.1.1. Programmlogo Bedeutung

Der Programmname „Interreg Deutschland-Danmark“ wurde gewählt, damit die zwei Länder, die in diesem Interreg-Programm teilnehmen auf den ersten Blick zu erkennen sind. Das visuelle Element repräsentiert die 11 Programmpartner: Die Kreise Nordfriesland, Schleswig-Flensburg, Rendsburg-Eckernförde, Ostholstein und Plön, die Städte Kiel, Flensburg, Neumünster und Lübeck sowie die Region Sjælland und Region Syddanmark.



Die Positionen, Größen und Farbtöne der einzelnen Kreise spiegeln in etwa die geografische Position des jeweiligen Partners wieder. Die einzelnen Kreise überlagern sich mit einer Transparenz um die Gemeinschaft der Region zu symbolisieren. Es geht hier nicht um den Einzelnen, sondern um die Sichtbarkeit der Synergien bzw. den Zusammenhalt der Partner. Das gesamtheitliche Konstrukt stellt auf reduzierte moderne Weise Beweglichkeit, Flexibilität, Stärke und Gemeinsamkeit in einer ganz abstrakten Form der Programmregion dar.

## 6.2. Piktogramme

Mit Hilfe der vier Piktogramme werden durch eine vereinfachte grafische Darstellung die Inhalte des Programms – die vier Prioritäten – vermittelt. Die Piktogramme sollen den Inhalt und die Möglichkeiten des Programms symbolisieren und verbildlichen. Die Piktogramme werden beispielsweise auf der Messewand, den Roll-ups, der Homepage etc. genutzt. Stilistisch und farblich entspringen sie dem Programmlogo. Das Programmlogo und die Piktogramme werden auf der Programmhauptseite zur Verfügung gestellt. Projektpartner und Programmpartner können diese im Rahmen von Interreg nutzen.



## 6.3. Farbcodes

Zum Corporate Design gehören u.a. folgende definierte Farben. Die Farben finden sich im Programmlogo als Grundton sowie als Abstufungen (Transparenz/Deckkraft) wieder:

Farbe   Pantone	CMYK	RGB	Ton
Reflex Blue U	100/80/0/0	0/51/153	
Very soft blue	41/30/0/0	159/174/229	
Yellow U	0/0/100/0	255/204/0	
Red 032 U	0/100/100/0	226/0/26	
Soft red	0/53/66/7	238/112/81	
Strong red	0/65/75/21	201/70/50	
Grayish blue	3/1/0/18	203/207/210	
Light grayish blue	19/11/0/11	184/204/228	

Für die korrekte Anwendung des Programmlogos und der Platzierung des Förderhinweises wird ein Manual erstellt.



## 7. Kommunikationsmaßnahmen

Während der Programmlaufzeit sollen die Kommunikationsmaßnahmen und Kommunikationskanäle genutzt werden, die am besten und zielführend zur Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit dienen. Um die Zielgruppen mit einer vielfältigen Kommunikation zu erreichen, werden Online-Medien, Druckmedien und größere sowie kleinere Veranstaltungen in die Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit mit einbezogen. Alle Kommunikationsmaßnahmen und Kanäle sollen sich weitestgehend ergänzen und im Einklang mit dem Corporate Design entwickelt werden (siehe 6. Corporate Design).

Die im Folgenden genannten Maßnahmen werden nach dem jetzigen Wissens- und Entwicklungsstand beschrieben und können bei Bedarf während der Programmlaufzeit angepasst werden.

### 7.1. Online-Medien

#### 7.1.1. Homepage (obligatorisch)

*AllgVO Art. 115 (1.b)*

Zielgruppen: Projektpartner, potenzielle Begünstigte, Öffentlichkeit, Presse und Entscheidungsträger.

Die Homepage ist als Hauptkommunikationsplattform und als digitale Visitenkarte des Programms anzusehen, da sie jegliche Informationen über das Programm umfasst. Sie sichert, dass Informationen über Finanzierungsmöglichkeiten und geförderte Projekte, möglichst transparent und leicht zugänglich sind. Die Homepage soll zeitgemäß und benutzerfreundlich sein und jederzeit folgende Ansprüche berücksichtigen:

- Auf die Zielgruppen abgestimmte Inhalte
- Sinnvolles Menü mit guter Struktur
- Navigation und Menüführung die klar, einfach und gut strukturiert ist
- Ansprechendes Webdesign und Lay-out

Interreg Deutschland-Danmark wird auf [www.interreg5a.eu](http://www.interreg5a.eu) zu finden sein. Eine eu-Domain wurde bewusst als Startseite gewählt, da dies das Kommunizieren vereinfacht. Auf dieser Startseite wird der User gebeten zwischen der deutschen und dänischen Sprache zu wählen. Wurde eine Wahl getroffen, wird der User dementsprechend auf [www.interreg5a.de](http://www.interreg5a.de) oder [www.interreg5a.dk](http://www.interreg5a.dk) weitergeleitet.

Die Programmhauptseite ist öffentlich zugänglich. Deshalb werden für jede Zielgruppe relevante Informationen zur Verfügung gestellt. Dies umfasst allgemeine Informationen über das Programm, die Fortschritte und erzielten Erfolge. Darüber hinaus werden dort Informationen zu Finanzierungsmöglichkeiten und Antragsfristen für Projekte (AllgVO, Anhang XII, Abschnitt 3.1, Punkt 2.a.), Anleitungen zur Antragstellung, Projektdurchführung und Berichterstattung, Mustertexte für Projektträger bez. Anwendung von Logos, Förderhinweisen etc. veröffentlicht. Auf der Homepage werden zudem die Auswahlkriterien, die für die

Programmverwaltung und den Interreg-Ausschuss zur Bewertung und Auswahl der Projekte dienen, zur Verfügung gestellt (AllgVO, Anhang XII, Abschnitt 3.1, Punkt 2.d.).

Die Homepage wird laufend aktualisiert, um den Fortschritt des Programms zu kommunizieren und dabei veränderte Anforderungen der Projekte berücksichtigen (AllgVO, Anhang XII, Abschnitt 2.1, Punkt 2.f). Die Homepage wird im Responsive Webdesign entwickelt. Das bedeutet, dass die Homepage gestalterisch und technisch auf das jeweils benutzte Endgerät reagiert und sich zum Beispiel den Eigenschaften eines Smartphones oder Tablet-Computers anpasst. So ist garantiert, dass die Homepage von allen Geräten zugänglich und lesbar ist.

### **7.1.2. Dokumente und Werkzeuge**

Zielgruppen: Potenzielle Begünstigte und Projektpartner inkl. Netzwerkpartner.

Auf der Homepage werden allgemeine und spezifische Informationen sowie diverse Dokumente, die für die Durchführung eines Interreg-Projektes relevant sind, zur Verfügung gestellt. Unter anderem werden dies Informationen über die Fördermöglichkeiten und die Prioritäten sowie Informationen zu den Programmpartnern, der Programmgeografie etc. sein. Programmdokumente, Verordnungen, Formulare, Informationsmaterial sowie Antrags- und Budgetformulare und Leitfäden werden verfügbar sein.

Um Projektpartnern bei ihrer Kommunikationsarbeit zu unterstützen werden auf der Homepage ebenfalls sogenannte Mustertexte, hierunter Logos und Förderhinweise zur Verfügung gestellt. Unter dem Menüpunkt "Dokumente" werden alle Dokumente, Richtlinien und Mustertexte, die für die Projektdurchführung relevant sind, auf der Programmhauptseite zum Download zur Verfügung stehen (AllgVO Anhang XII, Abschnitt 3.2, Punkt 2.).

### **7.1.3. Online-Kalender**

Zielgruppen: Öffentlichkeit, Presse, Begünstigte, potenzielle Antragsteller und Interreg-Ausschuss.

Über die Programmhauptseite wird eine Kalenderfunktion bereitgestellt, die die Interreg-Verwaltung nutzen wird, um Veranstaltungen und wichtige Termine zu annoncieren. Der Kalender steht auch für die Annoncierung von Projektaktivitäten zur Verfügung. Somit können programmeigene, projektbezogene sowie relevante externe Veranstaltungen an eine breitere Zielgruppe kommuniziert werden und Interessierte können sich zentral über alle Veranstaltungen und Termine, die in der Programmregion stattfinden, informieren und daran teilnehmen.





Der Kalender soll die gesamte Programmgeografie decken und die vielen grenzüberschreitenden Aktivitäten verdeutlichen. Um Spam oder irrelevante Einträge zu vermeiden, laufen alle Anfragen für einen Kalendereintrag über das Interreg-Sekretariat.

## 7.1.4. Projektübersicht (obligatorisch)

AllgVO Anhang XII, Abschnitt 2.1, Punkt 2.d.

Zielgruppen: Öffentlichkeit, Presse, Interreg-Ausschuss, potenzielle Begünstigte und EU-Kommission.

Die Homepage wird über eine aktuelle Übersicht der geförderten Projekte mit Angaben zu den Projektpartnern, Projektzielen, Ergebnissen samt Budgetsummen verfügen. Dies soll u.a. dazu beitragen, die Interreg-Projekte und den finanziellen Beitrag der EU transparenter zu machen. Die Projektübersicht wird die Menge und Vielfalt der Interreg-Projekte deutlich machen. Folgende Informationen werden u.a. und als Minimum zur Verfügung gestellt.

1. Projektdaten    Projektdata	
Projektname    Projekttitel	
Projektnummer	xx.xxxx
Leadpartner	
 Projektpartner	1.
 Projektpartner	1. 2. 3. 4.
 Sonstige Netzwerkpartner	1. 2.
 Øvrige netværkspartner	1.
Priorität    Prioritet	DE DK
Laufzeit    Varighed	XX.XX.XXXX – XX.XX.XXXX XX Monate / måneder
Gesamtkosten    Samlede udgifter	00.000.000 Euro
Beantragter Zuschuss    Ansøgt tilskud	0.000.000 Euro
Förderquote    Støtteprocent	% Regelsatz / regelsats
Förderquote private Beteiligung    Støtteprocent privat deltagelse	%

Die Übersicht ist als beispielhaft anzusehen. Sie wird ergänzt, um die Anforderung gem. Anhang XII Punkt 1 der AllgVO.

Die Projektübersicht auf der Homepage soll aus Bildern bestehen, die als Appetizer für jedes Projekt dienen. Das Bild kann beispielsweise das Projektlogo zeigen. Beim Klicken auf ein Bild gelangt der User auf die Unterseite des Projektes, wo alle relevanten Informationen zum Projekt zu finden sind. Die Übersicht und die damit verbundenen Unterseiten werden vom Interreg-Sekretariat gepflegt und mit Inhalten, die von den Projekten selber geliefert werden, gefüllt. Die projektbezogenen Informationen auf der Programhomepage ersetzt für die Projekte zu keinem Zeitpunkt eine eigene Homepage. Die Übersicht soll die Resultate der Interreg-Förderung festhalten und die Inhalte bleiben so auch nach Auslaufen der Projektlaufzeit erhalten und stehen Interessenten weiterhin zur Verfügung.

Die Liste der Vorhaben (d.h. eine Liste über die geförderten Projekte) wird in einem Tabellenkalkulationsprogramm geführt und aktualisiert, so soll u.a. die Sortierung von Daten ermöglicht werden. Diese Liste soll entsprechend veröffentlicht werden (vgl. AllgVO Anhang XII, Kapitel 115, Punkt 1.e.).

### **7.1.5. Partnerindex**

Zielgruppen: Begünstigte und potenzielle Antragsteller.

Die Initiative Partnerindex soll für Akteure ein Hilfsmittel bei der aktiven Partnersuche sein. Über den Partnerindex auf der Homepage kann entweder gezielt nach möglichen Projektpartnern für ein konkretes Projekt gesucht werden („Projekt sucht Partner“) oder man kann als Akteur sein generelles Interesse daran an einem Interreg-Projekt teilnehmen zu wollen bekunden („Akteur bietet an“).

Der Partnerindex wurde Anfang 2015 ins Leben gerufen und Akteure wurden per E-Mail und via den Newsletter auf ihn aufmerksam gemacht. Die Existenz des Partnerindexes basiert auf den Rückmeldungen der Akteure und wird im Rahmen der Rückmeldungen bzw. Anforderungen angepasst und aktualisiert.

### **7.1.6. Hilfe bei Behinderung**

*AllgVO Anhang XII, Abschnitt 4.b.*

Die Homepage soll auch für Blinde und Personen mit Sehbehinderungen in zugänglichen Formaten verfügbar gemacht werden. Blinde oder Personen mit einer Sehbehinderung könnten z.B. durch Zoom des Textes oder durch eine Vorlesefunktion geholfen werden. Ebenso wird die Programmverwaltung sich stets bemühen eine Barrierefreiheit bei Veranstaltungen zu gewährleisten.

### **7.1.7. Soziale Medien**

Zielgruppen: Die breite Öffentlichkeit, Projektakteure und die Presse.

Soziale Medien nehmen in der allgemeinen Kommunikationsarbeit einen immer höheren Stellenwert ein, da somit weitere und andere Empfänger erreicht werden können als beispielsweise mit der Homepage. Interreg Deutschland-Danmark möchte zeitgemäße Kommunikationskanäle nutzen. Daher sollen soziale Medien zunehmend genutzt werden, um die Kommunikation mit den Zielgruppen zu verstärken. Das Programm möchte sich auch auf diesen Weg mit Partnern, Akteuren und Interessenten vernetzen, sieht aber auch das Potential, die breite Öffentlichkeit, die durch kommerzielle Kommunikationsmaßnahmen schwer erreichbar ist, an der täglichen Arbeit des Programms und erzielten Ergebnissen der Projekte teilhaben zu lassen. Außerdem ermöglichen die sozialen Medien, die facettenreiche grenzüberschreitende Arbeit, hierunter die Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen und die Projektberatung, in der gesamten Programmgeographie zu kommunizieren.

Soziale Medien haben die Fähigkeit, Informationen und Neuigkeiten sehr schnell und breit zu vermitteln. Sie sind schnelle „hier und jetzt“ Medien, die für das Programm eine Zweiwegkommunikation ermöglicht. Sie bieten ein Forum, in dem die Projektakteure mit der Programmverwaltung aber auch direkt miteinander kommunizieren, Erfahrungen austauschen und Projektpartner suchen können. Interreg Deutschland-Danmark möchte Synergieeffekte nutzen, die dabei entstehen, wenn andere Projekte und Interessenten die Seiten liken, teilen oder kommentieren. Diese Form der Kommunikation erfordert einen gezielten Einsatz, bietet dafür aber viele Möglichkeiten und kann schnell zu einem hohen Bekanntheitsgrad führen. Es steht eine Vielzahl sozialer Plattformen zur Auswahl. Interreg Deutschland-Danmark wird auf dem sozialen Netzwerk Facebook und dem Business-Network LinkedIn aktiv sein.

Die Mitarbeiter der Programmverwaltung machen in ihrer täglichen Arbeit stets auf die sozialen Medien aufmerksam, beispielsweise in ihrer E-Mailsignatur.

### **7.1.8. Newsletter**

Zielgruppen: Begünstigte, potenzielle Antragsteller, die breite Öffentlichkeit, Presse und Interreg-Ausschuss.

Der Newsletter dient der direkten Kommunikation mit den Zielgruppen und Interessierten. Interreg Deutschland-Danmark möchte stets präsent sein und aus diesem Grund wird der Newsletter einmal im Monat verschickt. Der Newsletter soll verschiedene Themen aufgreifen – von generellen Informationen über die Fortschritte im Programm, Veranstaltungen, Berichte über die genehmigten Projekte, Interviews relevanter Akteure etc. Die Aktualität der Beiträge und die Leserfreundlichkeit sind in jeder Ausgabe wichtig. Um die Empfänger des Newsletters gezielt auf die Programmhomepage zu leiten, werden einige der Beiträge getrennt und via einen Link zur Homepage gelangt der Leser zum restlichen Teil des Artikels. Alle Ausgaben des Newsletters werden auf der Programmhomepage verfügbar sein, wo Interessierte ihn auch abonnieren können.

Interreg Deutschland-Danmark versendet seit September 2014 einen Newsletter, der obige Anforderungen erfüllt. Es werden ein deutscher sowie ein dänischer Newsletter verschickt. Im Mai 2015 empfangen 633 Personen den Newsletter (Stand 29.05.2015). Neue Anmeldungen kommen laufend hinzu und bis Ende 2015 werden 1000 Empfänger angestrebt.

Die Mitarbeiter der Programmverwaltung machen in ihrer täglichen Arbeit stets auf den Newsletter aufmerksam, beispielsweise in ihrer E-Mailsignatur.

## **7.2. Druckmedien & Merchandise**

Für die Vermarktung von Interreg Deutschland-Danmark sollen in Übereinstimmung mit dem Corporate Design vielfältige Informationsmaterialien und Merchandise produziert werden. Diese sollen stets informa-

tiv und qualitativ hochwertig sein. Die Materialien werden unterschiedlich eingesetzt mit der Absicht, über das Programm sowie die Fördermöglichkeiten zu berichten und Aufmerksamkeit zu schaffen.

Zielgruppen: Potenzielle Begünstigte, die breite Öffentlichkeit, Presse, Entscheidungsträger und Multiplikatoren.

### **7.2.1. Informationsmaterialien**

Für den alltäglichen Gebrauch werden Flyer mit Informationen über die Fördermöglichkeiten im Programm, Plakate, Visitenkarten, PowerPoint Präsentationen und andere Informationsdokumente zur Verfügung stehen, die visuell dem Corporate Design entspringen und nahezu täglich genutzt werden. Dies dient dazu, das Programm und die Inhalte von Interreg Deutschland-Danmark zu präsentieren und die Kontaktaufnahme mit Akteuren zu vereinfachen.

### **7.2.2. Messewand und Roll-ups**

Für die Durchführung eigener Veranstaltungen und für die Teilnahme an externen Veranstaltungen sowie für Präsentationen des Programms wurden eine transportable Messewand und Roll-ups produziert. Die Messewand hat eine Größe von 293x225 cm, dazugehört ein Transportkoffer, der leicht zu einem Tisch umfunktioniert werden kann und zum spontanen Gespräch einlädt. Außerdem wurden 4 Roll-ups mit stabilem Aluminiumgehäuse produziert. Sowohl die Messewand als auch die Roll-ups sind visuell ansprechend gestaltet und vorhandener Text ist zweisprachig vorhanden.

### **7.2.3. Merchandise**

Im Rahmen der Veranstaltungen, die durchzuführen sind (siehe Punkt 10), und der Teilnahme an verschiedenen externen Veranstaltungen soll spezielles Merchandise wie beispielsweise Kugelschreiber, Blöcke und Mappen produziert werden. Auf jegliches Merchandise wird das Programmlogo platziert und dort, wo es relevant ist und der Platz es zulässt, werden zudem weitere Elemente und vor allem der Förderhinweis platziert. Die Materialien werden gezielt eingesetzt.

### **7.2.4. Außenwerbung und PKW-Beschriftung**

Das Interreg-Sekretariat liegt direkt an der deutsch-dänischen Grenze in Kruså. Damit es für alle schnell sichtbar und zu finden ist, wurde das Sekretariatsgebäude (September 2014) mit Außenwerbung ausgestattet – zwei große Schilder, die das Programmlogo zeigen, zieren das Gebäude. Die EU-Fahne ist ein Teil des Programmlogos und damit ist das Interreg-Sekretariat schnell als EU-Programm zu identifizieren. Die Verwaltungsbehörde wird das Unionslogo an ihrem Standort ebenfalls sichtbar platzieren und präsentieren. (AllgVO Anhang XII, Abschnitt 2.1, Punkt 2c.)

Außerdem wird das Interreg-Sekretariat in der Programmregion viel unterwegs sein, sei es zu Projektberatungsterminen oder Programmpräsentationen. Um auch von unterwegs auf Interreg Deutschland-Danmark

aufmerksam machen zu können, werden die Dienstwagen mit Werbefolie mit dem Programmlogo und der Internetadresse beklebt.

## 7.3. Veranstaltungen

Um den engen, persönlichen Kontakt zu Projektakteuren und die Kommunikation zur breiten Öffentlichkeit zu fördern, werden in der Programmperiode verschiedene Aktivitäten, die die Begegnung über die Grenze fördern, stattfinden. Folgende Übersicht zeigt einen indikativen Zeitplan über die Veranstaltungen, die durchgeführt werden sollen. Dem Interreg-Ausschuss wird jährlich eine aktualisierte Übersicht mit konkreteren Angaben zum Zeitpunkt und Ort vorgelegt.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Kick-off Konferenz</b>	x									
<b>Workshop</b>		x	x	x	x	x	x			
<b>Informationsveranstaltung</b>		x	x	x	x	x				
<b>EC-Day, 21. September</b>		x	x	x	x	x	x	x	x	
<b>Abschlusskonferenz</b>									x	

Tabelle 1. AllgVO, Anhang XII, Abschnitt 4.i.

### 7.3.1. Größere Veranstaltungen (obligatorisch)

*AllgVO Anhang XII, Abschnitt 2.1, Punkt 2.a.)*

Zielgruppen:

Projektträger, Netzwerkpartner, Interessierte und Multiplikatoren aus der gesamten Programmregion.

Eine Anforderung der EU-Kommission lautet, dass in der Anfangsphase des Programms eine Auftaktveranstaltung durchgeführt werden soll, um den Beginn der neuen Programmperiode zu markieren und über die Fördermöglichkeiten des neuen Programms zu informieren. Die Auftaktveranstaltung darf auch vor Genehmigung der entsprechenden Kommunikationsstrategie durchgeführt werden. Die Auftaktveranstaltung soll vom Ort und Zeitpunkt her so geplant werden, dass möglichst viele Akteure aus allen Teilen der Programmregion die Möglichkeit haben, daran teilzunehmen. Neben generellen Informationen zum Programm, soll auf die ersten Antragsrunden aufmerksam gemacht und Anforderungen für die Antragsstellung kommuniziert werden. Zudem wird bei der Veranstaltung ein großer Wert auf die Vernetzung der Akteure gelegt, um so Matchmaking, Partnersuche und Austausch bzw. Präsentationen von Projektideen zu unterstützen.

Interreg Deutschland-Danmark führte am 02.12.2014, vor Genehmigung der Kommunikationsstrategie, eine Kick-off Konferenz in Lübeck durch. Ca. 300 Akteure aus der gesamten Programmregion folgten der Einladung nach Lübeck. Es war eine Ganztagesveranstaltung, die die obenerwähnten Faktoren berücksichtigt hat.

In der zweiten Hälfte der Programmlaufzeit soll noch 1-2 große Veranstaltung(en) durchgeführt werden mit

dem Ziel, Resultate zu präsentieren und neue Projektideen in den Prioritäten zu generieren, die zu diesem Zeitpunkt noch nicht stark nachgefragt sind. Diese Veranstaltung kann entweder für eine Zwischenbilanz durchgeführt werden oder als eine Abschlussveranstaltung gegen Ende der Programmlaufzeit. Es wird mit insgesamt 250 Teilnehmern gerechnet.

### **7.3.2. Jährliche Informationsveranstaltungen (obligatorisch)**

*AllgVO Anhang XII, Abschnitt 2.1, Punkt 2.b.*

Zielgruppen: Potenzielle Antragsteller sowie Projektträger.

Die jährlichen Informationsveranstaltungen sollen abwechselnd in jeder Teilregion stattfinden und unter anderem dazu genutzt werden, zweckdienliche Informationen zu übermitteln und generell den Fokus auf das Programm zu erhöhen. Die Inhalte der Veranstaltungen werden nach Bedarf der Zielgruppe mit relevanten Themen für die Projektdurchführung konzeptioniert. Die Veranstaltungen haben eine Dauer von etwa 3 Stunden und können sowohl inhaltliche Informationen von der Programmverwaltung, als auch externe Impulse zur grenzüberschreitenden Zusammenarbeit aus anderen Regionen oder von anderen Akteuren beinhalten. Ein wichtiger Teil dieser Informationsveranstaltungen wird auch die Vernetzung zwischen den Teilnehmern sein. Es wird mit 50-100 Teilnehmern je Veranstaltung gerechnet. Die jährlichen Informationsveranstaltungen können kombiniert werden mit gemeinsamen EU-weiten Initiativen, sowie beispielsweise dem European Cooperation Day (EC-Day), der in der Regel in der letzten Septemberwoche stattfindet.

### **7.3.3. Workshops**

Zielgruppen: Projektträger (und potenzielle Antragsteller).

Zusätzlich zu den jährlichen Informationsveranstaltungen werden regelmäßig und nach Bedarf (thematische) Workshops für Projektträger arrangiert, u.a. mit der Absicht, ein Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch anzubieten. Im Gegensatz zu den jährlichen Veranstaltungen, die in der Wahl der Themen und Teilnehmer breiter angelegt werden, sollen die Workshops den Projektträgern zielgerichtete Informationen und geeignete Werkzeuge zur Projektdurchführung, Öffentlichkeitsarbeit, Berichterstattung etc. präsentieren. Die verschiedenen Workshops dienen zusätzlich zu der Vermittlung bestimmter Inhalte auch dazu, den Erfahrungsaustausch und die Vernetzung zwischen den Projekten zu fördern, und bieten somit eine Plattform hierfür.

Darüber hinaus sollen Workshops auch für Ideenentwicklung und zur Projektgenerierung genutzt werden, z.B. in Verbindung mit themenbezogenen Calls. Die thematischen Calls können dazu dienen, gezielte themenbezogene Antragsrunden durchzuführen, um somit den unterschiedlichen Bedarf in der Programmlaufzeit besser zu steuern. Diese Workshops sollen ebenfalls abwechselnd in allen Teilen der Region stattfinden.



den. Auch die Workshops können mit gemeinsamen EU-weiten Initiativen kombiniert werden sowie beispielsweise dem European Cooperation Day (EC-Day), der in der letzten Septemberwoche stattfindet.

### **7.3.4. Teilnahme an relevanten externen Veranstaltungen**

Zielgruppen: Potenzielle Antragsteller sowie Projektträger, Multiplikatoren und die Öffentlichkeit.

Während der gesamten Programmlaufzeit soll eine nahe Zusammenarbeit mit relevanten Akteuren gepflegt werden und die Möglichkeit genutzt werden, das Interreg-Programm auf externen Veranstaltungen zu präsentieren. Dies kann beispielsweise in Form von Vorträgen, Marketing (Stand mit Materialien), Matchmaking Events etc. geschehen. Ziel ist es auch, das Programm außerhalb der gewöhnlichen Zielgruppe zu präsentieren, Projekte zu generieren, Partnersuche zu fördern sowie Resultate zu vermitteln. Außerdem steht das Interreg-Programm auch gerne für eine Zusammenarbeit bezüglich relevanter Veranstaltungen anderer Akteure und Projekte gerne zur Verfügung. Insbesondere der bereits erwähnte EC-Day, bei dem im September eine Woche lang in ganz Europa die grenzüberschreitende Zusammenarbeit gefeiert wird, wird zum Anlass genommen gemeinsam mit den Projekten und anderen Interreg-Programmen etwas auf die Beine zu stellen.

### **7.3.5. Maßnahmen der Projektberatung**

Zielgruppen: Begünstigte und potenzielle Projektakteure

Damit sich eine lose Idee zu einem konkreten Interreg-Projekt entwickeln kann, wird die Programmverwaltung unterschiedliche Maßnahmen ins Leben rufen. Potenzielle Projektakteure sollen eine professionelle einleitende Projektberatung erfahren und Projektpartner sollen in jeder Phase der Projektdurchführung die Möglichkeit haben, sich an die Programmverwaltung zu richten, um Unterstützung in Anspruch nehmen zu können.

Das Interreg-Sekretariat in Kruså ist für die Projektberatung- und Generierung zuständig. Die Mitarbeiter haben unterschiedliche Qualifikationen und Fachbereiche, somit sind die vier thematischen Prioritäten des Programmes breit gedeckt. Außerdem beherrschen alle Mitarbeiter sowohl die deutsche als auch die dänische Sprache. Bei einem Beratungsgespräch werden Projektakteure darauf eingestimmt, was es bedeutet ein Interreg-Projekt durchzuführen und gemeinsam mit einem Mitarbeiter wird herausgefunden in wie weit die Projektidee zu den Inhalten und angestrebten Zielen des Programmes passt und in welche Richtung das Projekt gehen kann. Beratungstermine können in der gesamten Programmregion stattfinden, auch beim Projektakteur selber. Auch telefonisch, via E-Mail oder per Videokonferenz wird das Interreg-Sekretariat verfügbar sein und Projektberatungen durchführen. Zusätzlich können, wenn es erwünscht ist, feste Beratungstermine bei den Programmpartnern vereinbart werden. Die Räumlichkeiten des Interreg-Sekretariates stehen auch Projektakteuren, die sich zu Projektbesprechungen und Ideenentwicklungen treffen zur Verfügung. Auf diese Weise wird das grenzüberschreitende Miteinander gefördert und das Kennenlernen ein Stückweit ermöglicht. Um Akteure aus bestimmten Bereichen für gemeinsame Projekte zusammenzuführen

ren, zum Erfahrungsaustausch und kennen lernen, sollen beispielsweise u.a. Studienfahrten auf beiden Seiten der Grenze organisiert werden.

Der Prozess der Antragstellung wird auch stets begleitet. Akteure werden gebeten ihre ersten Projektentwürfe an ihren Sachbearbeiter im Sekretariat weiterzuleiten, um laufend Feedback auf ihre Arbeit zu bekommen. So kann gesichert werden, dass eine Projektidee zum Kooperationsprogramm passt und eine Chance hat Interreg-Förderung zu beziehen. Die Programmverwaltung stellt etliche Ressourcen zur Verfügung, dies gilt auch für die spätere Projektdurchführung bei der die Projekte in jeder Phase Unterstützung erhalten.

#### 4 Schritte: Von einer guten Idee zu einem konkreten Interreg-Projekt



## 8. Zusammenarbeit mit der Presse

Zielgruppen: Presse und die breite Öffentlichkeit.

Die Zusammenarbeit mit der Presse soll intensiv gestaltet werden, um das Interreg-Programm in und der Programmregion sichtbar zu machen. Hierbei ist es wichtig, den laufenden Kontakt zur Presse, insbesondere zu einzelnen Journalisten, zu pflegen. Insbesondere in Verbindung mit der Durchführung von eigenen Veranstaltungen und Projektgenehmigungen durch den Interreg-Ausschuss wird die Presse kontaktiert. Die

genehmigten Projekte werden auch zur Medienberichterstattung mobilisiert. Eine besondere Herausforderung besteht stets darin, den kulturellen und regionalen Unterschieden in der Zusammenarbeit mit den Medien Rechnung zu tragen.

Eine möglichst ausführliche Medienberichterstattung wird angestrebt. Zu diesem Zweck wird mit Unterstützung der Programmpartner ein umfassender Presseverteiler erstellt.

## 9. Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit der Projekte (obligatorisch)

*AllgVO Anhang XII, Abschnitt 4.c.*

Zielgruppe: Projektträger.

Alle im Programm Interreg Deutschland-Danmark genehmigten Projekte sind dazu verpflichtet, in der von der EU finanzierten Projektlaufzeit angemessene Öffentlichkeitsarbeit durchzuführen. Durch Öffentlichkeitsarbeit soll über die Nutzung der im Programm zur Verfügung stehenden Fördermittel informiert werden. Aus diesem Grund besteht an alle Interreg-Projekte die klare Erwartung, dass sie ihre Arbeit und sämtliche Ergebnisse mit strategischer Kommunikationsarbeit an Interessenten, die Öffentlichkeit und Entscheidungsträger vermitteln. Bereits in der Antragsstellung müssen Projektakteure entsprechende Kommunikationsaktivitäten beschreiben und im Antragsformular angeben. Das Interreg-Sekretariat informiert die Projektträger über die Vorgaben bezüglich der Öffentlichkeitsarbeit, die sie während der Projektdurchführung berücksichtigen müssen und steht ihnen beratend zur Seite.

Interreg Deutschland-Danmark strebt im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit eine enge Zusammenarbeit mit den einzelnen Projekten an, um u.a. die Ergebnisse und Effekte des Programms breit kommunizieren zu können. Um Projektträger unterstützen zu können, werden Richtlinien verständlich formuliert und Muster-Texte, hierunter das Programmlogo, der Förderhinweis und die Piktogramme auf der Homepage zur Verfügung gestellt. Es wird angestrebt im Laufe der Programmperiode Projektträgern verschiedene Hilfsmittel zur Verfügung zu stellen, die für Projektträger bei der Durchführung guter Öffentlichkeitsarbeit von Nutzen sein sollen. Richtlinien für die Kommunikationsarbeit in den Projekten werden im Programmhandbuch und speziellen Leitfäden verständlich dargestellt. Zusätzlich werden Workshops (siehe Punkt 9.3) zur Kommunikationsarbeit angeboten. Nicht zuletzt ist die persönliche Beratung ebenfalls ein wichtiger Aspekt, um Akteure gut auf den Weg zu bringen. Wir möchten allen Projektträgern unterstützend zur Seite zu stehen, um eine möglichst gute Öffentlichkeitsarbeit in den Projekten zu erreichen.

## 10. Zeitplan

Für die Umsetzung der geplanten Maßnahmen wird ein zeitlich flexibler Ansatz als angemessen betrachtet. Je nach aktuellen Bedürfnissen oder Anforderungen der Zielgruppen können einzelne Maßnahmen zeitlich vorgezogen, verschoben, wiederholt oder auch gekürzt werden. Jährliche Informationsveranstaltungen und Workshops durchgeführt. Die Homepage (ein Relaunch der Homepage findet ultimo 2015

statt), soziale Medien und der Newsletter sind fortlaufende Maßnahmen. Die Druckmedien werden nach Bedarf produziert.

## 11. Verantwortung

Die übergeordnete Verantwortung für die Öffentlichkeitsarbeit des Programms Interreg Deutschland-Danmark liegt laut Art. 105 und 106 AllgVO bei der Verwaltungsbehörde. Die Verwaltungsbehörde hat die Umsetzung der Kommunikationsaufgaben an das Interreg-Sekretariat übertragen, um größtmögliche Synergieeffekte mit der täglichen projektbezogenen Arbeit zu nutzen. Demnach steht das Interreg-Sekretariat für die Planung und Verwirklichung der Kommunikationsmaßnahmen und der Umsetzung der vorliegenden Kommunikationsstrategie. Um diesen Aufgaben nachgehen zu können, wird eine Vollzeitstelle für die Durchführung der Öffentlichkeitsarbeit besetzt.

## 12. Indikatives Budget

*AllgVO Anhang XII, Abschnitt 4.d. und 4.e.*

Im Kommunikationsbudget stehen in der Förderperiode 2014-2020 insgesamt 195.811 Euro zur Verfügung. Das Kommunikationsbudget setzt sich aus den Kosten der beschriebenen Maßnahmen zusammen. Bei der Budgetplanung wurde darauf Rücksicht genommen, dass die Veranstaltungen möglichst in allen Teilregionen der Programmregion durchgeführt werden und es wurde mit einer hohen Anzahl von Teilnehmern kalkuliert. Nach Bedarf wird die Aufteilung des indikativen Budgets angepasst:

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Gesamt
	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro
Entwicklung Corporate Design	2.127										2.127
DruckInfomaterial	6.268	9.500	1.000	1.000	3.000	1.000	1.000	350	300		23.418
Kick-off Konferenz und Abschlusskonferenz	27.238								25.000		52.238
Jährliche Informationsveranstaltungen		13.000	6.500	6.500		6.500					32.500
Workshops		6.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000				21.000
EC-Day		500	500	500	500	500	500	500	500		4.000
Homepage	-	40.241									40.241
Technischer Support für Homepage		1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	16.200
Gebäudeschild - Logo / Auto	3.188	900									4.088
<b>Insgesamt Euro</b>	<b>38.821</b>	<b>71.941</b>	<b>12.800</b>	<b>12.800</b>	<b>8.300</b>	<b>12.800</b>	<b>6.300</b>	<b>2.650</b>	<b>27.600</b>	<b>1.800</b>	<b>195.811</b>

## 13. Evaluierung

*AllgVO, Anhang XII, Abschnitt 4.g.*

Mit Hilfe der beschriebenen Kommunikationsmaßnahmen sollen als Minimum untenstehende Ziele erfüllt werden, die aus dem Indikatorsystem des Kooperationsprogramms hervorgehen. Die angegebenen Zielwerte sind die im Programm erstellten Indikatoren:

Indikator	Einheit	Zielwert	Datenquelle
Anzahl Beratungs- und Informationsveranstaltungen (auch bilateral)	Veranstaltungen	500	Programm
Anzahl Teilnehmer an Beratungs- und Informationsveranstaltungen	Teilnehmer	2.500	Programm
Anzahl der Beiträge zur Öffentlichkeitsarbeit	Beiträge	150	Medienüberwachung

Der Begleitausschuss (Interreg-Ausschuss) wird jährlich über die Fortschritte bei der Umsetzung der Kommunikationsstrategie und über die Ergebnisse der Analysen sowie über die geplanten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, die im Folgejahr durchgeführt werden sollen, informiert. Der Begleitausschuss hat an dieser Stelle die Möglichkeit Stellung zu nehmen. (AllgVO, Artikel 116, (3))

2018 wird eine Halbzeitbewertung des Programmes Interreg Deutschland-Danmark durchgeführt. In diesem Zusammenhang ist eine Evaluierung der Öffentlichkeitsarbeit vorgesehen. Im Rahmen dieser Bewertung sollen die Besucherzahlen der Homepage, die Empfänger des Newsletters, die sozialen Medien und die Anzahl von Beratungsgesprächen sowie Programmpräsentationen miteinfließen. Dies soll ein Gesamtbild der Öffentlichkeitsarbeit bieten.

Die Ergebnisse der Evaluierung werden dem Interreg-Ausschuss demnach vorgelegt und eventuelle Anpassungen werden mit ihm erörtert. Die Interreg-Verwaltung sichert, dass die Ergebnisse von Evaluationen entsprechend veröffentlicht werden (Verpflichtung lt. AllgVO Art. 54 (4)).