

Förderregel Öffentlichkeitsarbeit Interreg-Projekte

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung.....	2
1.1.	Netzwerk und Multiplikatoren	2
1.2.	Planung der Öffentlichkeitsarbeit	2
1.3.	Übersicht obligatorische Anforderungen	3
2.	Interreg-Logo und Förderhinweis (obligatorisch)	4
2.1.	Das offizielle Interreg-Logo (obligatorisch)	4
2.2.	Förderhinweis (obligatorisch)	5
3.	Öffentlichkeitsarbeit auf Deutsch und Dänisch (obligatorisch)	5
4.	Übertragung der Rechte an Bildmaterial (obligatorisch).....	6
5.	Onlinepräsenz - Website (obligatorisch)	6
6.	Soziale Medien (obligatorisch)	7
7.	Pressearbeit (obligatorisch)	7
8.	Sichtbarkeit (obligatorisch)	8
9.	Abschlussveranstaltung (obligatorisch)	8
10.	Zusammenarbeit mit der Interreg-Administration (obligatorisch)	9
10.1.	Dokumentation der Öffentlichkeitsarbeit (obligatorisch)	9
11.	Weitere Vorschläge zur Öffentlichkeitsarbeit (optional)	9
11.1.	Corporate Design	9
11.2.	Informationsmaterialien und Merchandiseprodukte	9
11.3.	Newsletter	10
11.4.	Nutzung von Multimedia und Visualität	10
11.5.	Teilnahme an externen Veranstaltungen	10

1. Einleitung

Die EU-Kommission, die Interreg-Administration und die Programmpartner schreiben der Öffentlichkeitsarbeit von Interreg-Projekten einen hohen Stellenwert zu. Durch die Öffentlichkeitsarbeit soll über den Einsatz, den Nutzen sowie die Effekte der im Interreg-Programm zur Verfügung stehenden Fördermittel informiert werden. Geförderte Projekte verpflichten sich zu entsprechenden und angemessenen Sichtbarkeits-, Transparenz- und Kommunikationstätigkeiten, um ihre Arbeit, Aktivitäten und Ergebnisse an Interessierte, die Öffentlichkeit und Entscheidungsträger zu vermitteln.

Konkret bedeutet dies, dass die Öffentlichkeitsarbeit bereits im Antragsverfahren berücksichtigt und formuliert werden muss. Die Öffentlichkeitsarbeit ist ein obligatorischer Bestandteil des Projektantrags und der Projektdurchführung. Projekte müssen bereits in der Antragstellung konkrete Überlegungen machen, wie die Öffentlichkeitsarbeit als Mittel zur Erreichung der Projektziele und zur Erreichung der Zielgruppen eingesetzt werden soll. Öffentlichkeitsarbeit ist somit ein integrierter und verpflichtender Arbeitsbereich in jedem Interreg-Projekt.

Die Projektarbeit, die finanzielle Unterstützung durch Interreg Deutschland-Danmark und die erzielten Ergebnisse sollen zeitgemäß, zielführend und verständlich kommuniziert werden. Das Potenzial für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit und Sichtbarkeit liegt in der Erfolgsgeschichte jedes einzelnen Projekts — und damit auch in Ihrem Projekt!

Die vorliegende Förderregel beschreibt die obligatorischen Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit der Projekte. Darüber hinaus werden weitere Vorschläge zur Öffentlichkeitsarbeit (optional) beschrieben.

1.1. Netzwerk und Multiplikatoren

Nutzen Sie unbedingt das Netzwerk des Projekts und die Netzwerke der einzelnen Projektpartner, Unterstützer und Multiplikatoren, um Ihre Zielgruppen zu erreichen und über Ihr Projekt zu informieren. Synergieeffekte, die entstehen, wenn Dritte über das Projekt berichten, sind wertvoll.

1.2. Planung der Öffentlichkeitsarbeit

Es ist wichtig, dass bewusst und zielgruppengerecht kommuniziert wird. Hierzu müssen Sie bereits Angaben im Antrag machen. Ein durchdachter Kommunikationsplan kann Ihnen helfen, einen guten (Projekt-)Start hinzulegen. Sie sollten sich anfänglich zu Folgendem Gedanken machen:

1. WER?	2. WAS?	3. WO?	4. EFFEKT?	5. WANN?	6. VERANTWORTUNG?
Wer ist die Zielgruppe?	Was ist die Botschaft/das Thema?	Medium, Kommunikationsweg?	Was soll erreicht werden?	Wann soll die Maßnahme starten und enden?	Wer ist verantwortlich für die Umsetzung?
Zielgruppe 1...					

Zielgruppe 2...					
--------------------	--	--	--	--	--

1. Wen möchte das Projekt mit gezielter Kommunikation erreichen? Wer ist die Zielgruppe des Projekts? Wer interessiert sich für das Projekt? Wer ist wichtig für das Projekt?
2. Was möchte das Projekt an die Zielgruppe(n) kommunizieren? Eine Botschaft, eine Eventeinladung, Ergebnisse etc.?
3. Wo und wie möchte das Projekt die Zielgruppe(n) erreichen? Durch Onlinemedien, Druckmedien oder Begegnungen? Wie ergänzen sich die Maßnahmen? Die Möglichkeiten der Einweg- und Zweiwegkommunikation¹ sollten berücksichtigt werden.
4. Welcher Effekt soll durch die Kommunikation erreicht werden? Was soll(en) die Zielgruppe(n) als Reaktion auf die Kommunikation tun? Ist das Ziel der Kommunikation erhöhtes Wissen, Einfluss auf Haltung oder Verhalten, eine Aufforderung zum Handeln etc.?
5. Wann liegen Start und Ende einer Maßnahme? Einige Maßnahmen verlaufen parallel oder bauen aufeinander auf.
6. Wer ist im Projekt für die Koordination, Planung und Umsetzung einer Kommunikationsaktivität verantwortlich?

1.3. Übersicht obligatorische Anforderungen

Aus der folgenden Übersicht gehen die obligatorischen Anforderungen hervor, die geförderte Interreg-Projekte im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigen müssen. Diese ergeben sich aus Art. 36 der Verordnung (EU) 2021/1059 in Verbindung mit Art. 50 der Verordnung (EU) 2021/1060 sowie aus programmeigenen Anforderungen.²

Beachten Sie, dass bei Nichteinhaltung der Regeln die Verwaltungsbehörde gem. Art. 36 (6) der Verordnung (EU) 2021/1059 verpflichtet ist, Maßnahmen zu ergreifen, sofern ein Projekt trotz geforderter Abhilfemaßnahmen seinen Verpflichtungen zur Öffentlichkeitsarbeit nicht nachgekommen ist. Konkret bedeutet dies, dass **bis zu 2% des Interreg-Zuschusses gestrichen werden können**, wenn der betreffende Begünstigte seinen Verpflichtungen nicht nachkommt.

Pkt. 2	Interreg-Logo und Förderhinweis
Pkt. 3	Öffentlichkeitsarbeit auf Deutsch <u>und</u> Dänisch
Pkt. 4	Übertragung Rechte an Bildmaterial
Pkt. 5	Onlinepräsenz – Website

¹ Der Begriff Einwegkommunikation beschreibt eine einseitige Kommunikation. Ein Sender vermittelt eine Botschaft, erhält (und erwartet) keine Reaktion vom Empfänger. Der Begriff Zweiwegkommunikation beschreibt stattdessen eine Kommunikation zwischen Sender und Empfänger, wobei die Rollen von Sender und Empfänger im Kommunikationsprozess wechseln.

² Siehe Leadpartnervertrag Art. 7, Muster Partnerschaftsvereinbarung § 16.

	- 1) und 2) obligatorisch
Pkt. 6	Soziale Medien
Pkt. 7	Pressearbeit
Pkt. 8	Sichtbarkeit
Pkt. 9	Abschlussveranstaltung
Pkt. 10	Zusammenarbeit mit der Interreg-Administration
Pkt. 10.1	Dokumentation gegenüber der Interreg-Administration

2. Interreg-Logo und Förderhinweis (obligatorisch)

2.1. Das offizielle Interreg-Logo (obligatorisch)

Geförderte Projekte sind dazu verpflichtet, das offizielle Interreg-Logo auf sämtlichen Kommunikationsmaterialien (offline und online) und Unterlagen sichtbar und leserlich anzubringen.



Deutschland – Danmark

Das Interreg-Logo steht in einer bilingualen Sprachversion, d.h. mit einem deutschen und dänischen Förderhinweis sowie jeweils in einer monolingualen deutschen und dänischen Sprachversion zur Verfügung und muss entsprechend genutzt werden. Das offizielle Interreg-Logo muss in Übereinstimmung mit den Anforderungen im Brandbook genutzt werden. Dort ist vorgeschrieben, dass das Interreg-Logo in angemessenem Verhältnis zum jeweiligen Publizitätsprodukt stehen muss und dass andere Logos nicht höher oder breiter als die EU-Fahne im Interreg-Logo sein dürfen.

Für die korrekte Anwendung des Interreg-Logos und die Möglichkeit, ein Projektlogo und/oder einen Projektnamen mit dem Interreg-Logo zu kombinieren, wird auf das Brandbook verwiesen. Das Brandbook sowie das Interreg-Logo in den verschiedenen Versionen stehen auf der Programmhomepage als Download zur Verfügung.

Wichtiger Hinweis: Unsere Bildmarke, d.h. das mehrfarbige Logo mit dem Kreis und dem Statement "Wir fördern Zusammenhalt" darf nicht von Projekten verwendet werden. Dieses Logo ist Teil des Corporate Designs von Interreg Deutschland-Danmark. Die Projekte nutzen bitte das offizielle Interreg-Logo, das zum Download zur Verfügung steht.

2.2. Förderhinweis (obligatorisch)

Im Rahmen aller Informations- und Kommunikationsmaßnahmen des Projekts muss auf die finanzielle Unterstützung durch Interreg Deutschland-Danmark und die Europäische Union hingewiesen werden. Auf die Förderung wird mit der sichtbaren und leserlichen Platzierung des Interreg-Logos hingewiesen (Pkt. 2.1.). Das Interreg-Logo ersetzt somit den früheren Förderhinweis als zusätzlicher Textbaustein.

Bei Kommunikationsmaßnahmen, bei denen das Interreg-Logo nicht platziert bzw. die Veröffentlichung nicht gesteuert werden kann, beispielsweise bei Pressemitteilungen oder einem Artikel, der veröffentlicht wird, muss die finanzielle Unterstützung durch Interreg Deutschland-Danmark und die Europäische Union im Fließtext hervorgehoben werden.

In Ausnahmefällen kann auf das Interreg-Logo verzichtet werden. Dies gilt jedoch nur für kleine Werbematerialien, bei denen der Text im Logo unleserlich wäre (z. B. Kugelschreiber und kleinere Gegenstände). In diesen Ausnahmefällen muss auf andere Weise auf die finanzielle Unterstützung durch Interreg Deutschland-Danmark und die Europäische Union aufmerksam gemacht werden. Bei der Verteilung von essbarem Merchandise kann beispielsweise mit einem Projektflyer oder einer Projektpostkarte, die mit ausgehändigt wird, auf die Förderung aufmerksam gemacht werden.

Insgesamt müssen Projekte sicherstellen, dass die finanzielle Unterstützung durch Interreg Deutschland-Danmark und die Europäische Union auf Unterlagen und Kommunikationsmaterial (z. B. Flyer, Merchandise) zur Durchführung des Projekts, die für die Öffentlichkeit oder für Teilnehmer bestimmt sind, deutlich und sichtbar ist.

3. Öffentlichkeitsarbeit auf Deutsch und Dänisch (obligatorisch)

Das Projekt verpflichtet sich dazu, dass die Öffentlichkeitsarbeit gleichermaßen in der deutschen und dänischen Sprache erfolgt! Englisch ist nur in Ausnahmefällen ergänzend, also zusätzlich, erlaubt.

Achten Sie darauf, dass Sie verständlich kommunizieren. Nehmen Sie Rücksicht auf Ihre Zielgruppe(n), indem Sie Fachbegriffe möglichst umgehen und sie nur dort verwenden, wo es Sinn macht. Stellen Sie sicher, dass die Projektzusammenarbeit und die Ergebnisse Ihres Projekts auch für Außenstehende verständlich und sichtbar sind. Achten Sie darauf, dass die Sprache und die Vorgehensweise dem ausgewählten Medium, der Zielgruppe und den kulturellen Umständen angepasst sind.

Englisch ist im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit nur in Ausnahmefällen ergänzend erlaubt, d.h., wenn es für das Erreichen einer bestimmten Zielgruppe des Projekts (z. B. internationale Zielgruppe) notwendig ist. Englischsprachige Öffentlichkeitsarbeit darf die Sprachen Dänisch und Deutsch dabei nicht ersetzen. Eine Projektveranstaltung ist beispielsweise in mindestens deutsch *oder* dänisch durchzuführen und dann mit Simultanübersetzung der jeweils anderen Sprache zu ergänzen. Zusätzlich kann *auch* eine Simultanübersetzung in Englisch angeboten werden. Diese strengen Anforderungen gelten nicht bei internen Veranstaltungen, die nur zwischen Vertretern der Projektpartner (inkl. Netzwerkpartner) stattfinden.

4. Übertragung der Rechte an Bildmaterial (obligatorisch)

Die Projekte verpflichten sich zu einer Übertragung von Nutzungs- und Verwertungsrechten an Bildmaterialien an die Interreg-Administration.³ Das Bildmaterial wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Interreg-Programms und gegebenenfalls der EU-Kommission genutzt.

5. Onlinepräsenz - Website (obligatorisch)

Die Anforderungen bestehen aus zwei obligatorischen und einem optionalen Teil:

1) Projektunterseite auf Interreg-Website (obligatorisch)

Alle geförderten Projekte müssen sich auf der Website des Interreg-Programms mit einer eigenen Projektunterseite präsentieren. Die Projektunterseiten werden anhand einer Vorlage durch das Interreg-Sekretariat erstellt und gepflegt. Projekte verpflichten sich dazu, umfassenden Input auf Deutsch und Dänisch für die Projektunterseite zu liefern, damit diese ansprechend aussieht und mit aktuellen sowie verständlichen Informationen zur Verfügung steht. Die Interreg-Administration wird vorgeben, wie und wann Inhalte für die Website geliefert werden müssen.

2) Informationen auf eigener beruflicher Website (obligatorisch pro Projektpartner)

Jeder Projektpartner ist verpflichtet, auf der beruflichen Website⁴, sofern eine solche besteht, das Projekt kurz zu beschreiben - verhältnismäßig zur Höhe des Zuschusses - einschließlich der Ziele und Ergebnisse und die finanzielle Unterstützung durch das Programm Interreg Deutschland-Danmark und die Europäische Union. Es muss deutlich erkennbar sein, dass das Projekt durch Interreg Deutschland-Danmark gefördert wird. Dies erfolgt u. a. durch die korrekte Anwendung des Interreg-Logos (siehe Brandbook). Das Interreg-Logo muss nicht im Header oder Footer platziert werden, eine Platzierung des Interreg-Logos im Fließtext ist ausreichend.

3) Eigene Projekt-Website (optional)

Es steht Projekten frei eine eigene Projektwebsite zu erstellen. Die Kosten für eine optionale Website müssen bei der Antragstellung berücksichtigt werden. Die Projektwebsite muss einen erkennbaren Mehrwert aufweisen und sich im Inhalt deutlich von den Informationen abheben, die über die Projektunterseite auf der Interreg-Website vermittelt werden.

Eine Projektwebsite muss auf Deutsch und Dänisch zur Verfügung stehen, und das Interreg-Logo muss auf der Startseite oben im Header platziert werden. Auf den Unterseiten kann das Interreg-Logo auch unten im Footer platziert werden.

Wichtiger Hinweis: Bestehen die Projekt-Homepage bzw. die projekteigenen SoMe Kanäle auch nach Projektende fort, dann müssen auch das Interreg-Logo und Hinweise zur Interreg-Förderung stehen bleiben. Obgleich die Förderung nach Projektschluss ausläuft, sind die Projektergebnisse von Interreg Deutschland-Danmark gefördert - dies muss weiterhin sichtbar sein.

³ Geregelt im Leadpartnervertrag Art. 7 und der Muster Partnerschaftsvereinbarung § 16.

⁴ Der existierenden Website der Organisation / Unternehmen / Institution, die am Projekt als Projektpartner beteiligt ist

6. Soziale Medien (obligatorisch)

Projekte verpflichten sich zur Sichtbarkeit in den sozialen Medien (SoMe). Jeder Projektpartner ist verpflichtet, auf den beruflichen Social-Media-Sites, sofern diese bestehen, das Projekt kurz zu beschreiben - verhältnismäßig zur Höhe des Zuschusses - einschließlich der Ziele und Ergebnisse und der finanziellen Unterstützung durch das Programm Interreg Deutschland-Danmark und der Europäischen Union. Es muss deutlich erkennbar sein, dass das Projekt durch Interreg Deutschland-Danmark gefördert wird.

Projekte und Projektpartner sind verpflichtet in jedem einzelnen Post, die folgende Verlinkung sowie Hashtags anzuwenden, damit eine Interaktion und Weiterverwendung durch das Interreg-Programm erfolgen kann (Reposting):

- Verlinkung zu @Interreg Deutschland-Danmark
- #Interreg, #EU und #madewithinterreg

Optional: Das Projekt kann zusätzlich eigene SoMe-Kanäle erstellen (z. B. Facebook, LinkedIn, Instagram etc.). Die Beiträge/Posts müssen in deutscher und dänischer Sprache verfasst werden. Das Interreg-Logo muss im Headerbild oder in einem fixierten Beitrag platziert werden. In der Profilbeschreibung muss auf die finanzielle Hilfe durch Interreg Deutschland-Danmark hingewiesen werden. Die Verlinkung und Hashtags müssen auch hier erfolgen und zwar in den jeweiligen Posts.

Soziale Medien nehmen in der Öffentlichkeitsarbeit einen immer höheren Stellenwert ein, da durch sie weitere und andere Zielgruppen erreicht werden können. Nutzen Sie Synergieeffekte, die dabei entstehen, wenn das Interreg-Programm, andere Interreg-Projekte und Interessenten Ihr Projekt liken, teilen oder kommentieren. Soziale Medien erfordern einen gezielten Einsatz, bieten viele Möglichkeiten und können schnell zu einem hohen Bekanntheitsgrad führen. Überlegen Sie sich daher, welches Medium Sie nutzen möchten - z. B. Facebook, LinkedIn, Xing, X, YouTube. Achten Sie bei Ihrer Wahl darauf, welche sozialen Medien in Deutschland bzw. Dänemark verbreitet sind. Machen Sie sich außerdem Gedanken zu Wortwahl/Stil, Beitragshäufigkeit und Inhalt.

7. Pressearbeit (obligatorisch)

Projekte verpflichten sich zur Veröffentlichung von mindestens drei Pressemitteilungen in der Projektlaufzeit (gilt für eine Regelzeit von 3-jährigen Projekten). Es muss immer eine deutsche und eine dänische Pressemitteilung veröffentlicht werden.

1. Pressemitteilung 1: zu Beginn des Projekts (spätestens 6 Wochen nach Leadpartnervertrag)
2. Pressemitteilung 2: zur Halbzeit des Projektes
3. Pressemitteilung 3: mit Projektabschluss.

Projekte sind dazu verpflichtet, die finanzielle Unterstützung durch Interreg Deutschland-Danmark und die Europäische Union im Fließtext der Pressemitteilung hervorzuheben. Projekte sollten eine ausführliche Medienberichterstattung anstreben und Journalisten mit gezielten Pressemitteilungen mit einem regionalen und lokalen Blickwinkel der beteiligten Projektpartner auf das Projekt aufmerksam machen.

Im Presse-Guide des Interreg-Programms stehen Tipps und Tricks, die dabei unterstützen, eine gute Pressemitteilung zu verfassen, Kontakt zu Journalisten zu etablieren, ferner wird auf Unterschiede bei der Pressearbeit in Deutschland und Dänemark aufmerksam gemacht. Der Presse-Guide steht zum Download auf der Website zur Verfügung.

8. Sichtbarkeit (obligatorisch)

Projekte sind dazu verpflichtet, an einer für die Öffentlichkeit (d.h. Besucher, Kollegen, Kooperationspartner, etc.) deutlich sichtbaren Stelle mindestens ein Plakat in A3 oder größer oder eine gleichwertige elektronische Anzeige mit Informationen zum Interreg-Projekt unter Hervorhebung der finanziellen Unterstützung durch Interreg Deutschland-Danmark und die Europäische Union anzubringen.

Beachten Sie die korrekte Anwendung des Interreg-Logos (siehe Brandbook). Berücksichtigen Sie außerdem, sofern vorhanden, das Corporate Design des Projekts (siehe Pkt. 11. Corporate Design).

An mobilen Ausrüstungen, die für das Projekt und mit Interreg-Mitteln angeschafft werden, ist deutlich sichtbar das Interreg-Logo mit Hinweis auf die finanzielle Unterstützung durch Interreg Deutschland-Danmark und die Europäische Union anzubringen. Dies soll in Größe und Beschaffenheit in angemessenem Verhältnis zum Ausrüstungsgegenstand erfolgen. Auf einem Projektlaptop empfehlen wir z. B. einen entsprechenden Sticker anzubringen.

Soweit Sie feste Ausrüstungsgegenstände (über Büroausstattung hinaus) für das Projekt anschaffen, müssen auch diese einen sichtbaren Hinweis auf die Förderung tragen, s. o. Dies gilt bspw. bei Laborausstattung, die mit Interreg-Mitteln (teil-)finanziert wird. Diese Pflicht entfällt, wenn am Gebäude, in dem die Ausrüstung steht, eine entsprechende feste Tafel oder ein Schild angebracht ist.⁵

9. Abschlussveranstaltung (obligatorisch)

Alle Projekte verpflichten sich zur Durchführung einer angemessenen Abschlussveranstaltung unter Berücksichtigung der Öffentlichkeit, den Zielgruppen des Projektes und Interessenten, zwecks Sichtbarkeit und Transparenz der grenzübergreifenden Zusammenarbeit und Vermittlung der erreichten Ergebnisse. Konkret bedeutet dies, dass eine Veranstaltung, die ausschließlich den internen Projektpartnerkreis umfasst, nicht als Abschlussveranstaltung akzeptiert wird.

Die Abschlussveranstaltung bildet das Ende des Projektes ab. Bei dieser Veranstaltung müssen u. a. die konkreten Projektergebnisse als Resultat der Interreg-Förderung präsentiert werden und wie diese im weiteren Verlauf von den Projektpartnern genutzt werden. Das Format und die Größe der Veranstaltung sollte der Projektpartnerschaft und dem Projektvolumen entsprechen und darüber hinaus die Zielgruppe(n) ansprechen.

Hier ist zu berücksichtigen, dass auch die Öffentlichkeit über die Projekt-Zusammenarbeit und seine Ergebnisse informiert wird, indem entweder die Öffentlichkeit zur Abschlussveranstaltung eingeladen wird und/oder über die sozialen Medien bzw. durch eine Pressemitteilung informiert wird.

⁵ Art. 36 (4) c) Verordnung (EU) 2021/1059. Ein A3-Plakat ist dann nicht ausreichend.

10. Zusammenarbeit mit der Interreg-Administration (obligatorisch)

Geförderte Projekte verpflichten sich zur proaktiven und kontinuierlichen Zusammenarbeit/dem Austausch mit der Interreg-Administration, hierunter um Beiträge für den Newsletter (Pkt. 13.) sowie Input für die Website des Interreg-Programms zu liefern. Die Projekte sind dazu verpflichtet, dem Interreg-Sekretariat aktuelle Informationen und Beiträge auf Deutsch und Dänisch zu liefern, damit diese immer verständlich und aktuell für die Öffentlichkeit zur Verfügung stehen.

In der Zusammenarbeit geht es außerdem um Erfahrungs- und Wissensaustausch sowie den Beitrag zur Ergebniskommunikation.

10.1. Dokumentation der Öffentlichkeitsarbeit (obligatorisch)

Projekte sind dazu verpflichtet im Rahmen der Fortschrittsberichte auch über die durchgeführten Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit zu berichten. Hierzu erfolgen gesonderte Vorgaben, welche Auswahl von Dokumenten zum Nachweis dienen.

11. Weitere Vorschläge zur Öffentlichkeitsarbeit (optional)

11.1. Corporate Design

Ein Corporate Design, sprich die visuelle Identität, umfasst das gesamte, einheitliche Erscheinungsbild eines Projekts. Sie sollten sich überlegen, ob ein Corporate Design für das Projekt von Vorteil wäre. Zum Corporate Design gehören unter anderem die Identifizierung eines Logos, die Farben und Elemente, die sich wie ein roter Faden durch die Kommunikationsmaßnahmen ziehen und einen Wiedererkennungseffekt für Ihr Projekt garantieren.

Es besteht die Möglichkeit, einen Projektnamen mit dem Interreg-Logo zu kombinieren und darauf aufbauend das Corporate Design zu entwickeln. Für weitere Informationen wird auf das Brandbook (Seite 25) auf der Homepage verwiesen.

11.2. Informationsmaterialien und Merchandiseprodukte

Um das Projekt zu vermarkten, können verschiedene Informationsmaterialien sowie Merchandiseprodukte produziert und eingesetzt werden. Druckmaterialien wie z. B. Flyer, Postkarten oder Broschüren bieten zahlreiche Möglichkeiten, um das Projekt zu beschreiben und visuell darzustellen.

Wenn vorgesehen ist, das Projekt und die Projektergebnisse bei unterschiedlichen Veranstaltungen zu präsentieren, kann auch ein Messestand und/oder Roll-ups angeschafft werden.

Merchandise, z. B. Stifte oder Bonbondosen, aber auch (un)typische Merchandiseprodukte, die den Charakter des Projekts widerspiegeln, können die Aufmerksamkeit auf das Projekt lenken.

Informationsmaterialien und Merchandiseprodukte sollten bedarfs- und zielgruppenorientiert angefertigt werden. Die Materialien sollten umweltfreundlich produziert, nachhaltig in der Nutzung und zweckmäßig/gezielt an relevante Zielgruppen verteilt werden.

Informationsmaterialien sollen auf Deutsch und Dänisch vorliegen, entweder zweisprachig (Deutsch/Dänisch) oder in separaten Sprachversionen (Deutsch und Dänisch), sofern es der Zielgruppe entspricht. Es muss stets deutlich sein, dass es sich um ein deutsch-dänisches Kooperationsprojekt handelt, z. B. anhand einer kurzen Beschreibung. Das Interreg-Logo muss stets sichtbar und leserlich platziert werden (Vorder- oder Rückseite). Für die korrekte Anwendung des Interreg-Logos und des Förderhinweises wird auf Pkt. 2. verwiesen.

11.3. Newsletter

Um sich bei Zielgruppen immer wieder ins Bewusstsein zu rufen, empfiehlt es sich regelmäßig einen Newsletter zu versenden. In einem Newsletter können Sie die Zielgruppe(n) über Projektaktivitäten, Projektfortschritte und -ergebnisse informieren. Damit der Newsletter seinen Zweck erfüllt, sollten Sie vorab festlegen, wie häufig dieser erscheinen und verschickt werden soll.

Geförderte Projekte werden dazu aufgefordert, den Newsletter des Interreg-Programms zu nutzen, um auf das Projekt, seine Fortschritte und Ergebnisse aufmerksam zu machen. Senden Sie relevante Inhalte für den Newsletter an die Kommunikationsverantwortlichen im Interreg-Sekretariat in Form informativer, aktueller, verständlicher und qualitativ ansprechender Beiträge sowohl auf Deutsch als auch auf Dänisch (schon übersetzt), einschließlich aussagekräftigem Bildmaterial in guter Qualität. Nach Prüfung im Interreg-Sekretariat wird ein Projektbeitrag im Newsletter veröffentlicht.

Außerdem empfehlen wir Begünstigten, den Interreg-Newsletter zu abonnieren, um keine relevanten Hinweise und Informationen bzgl. der Projektdurchführung zu verpassen.

11.4. Nutzung von Multimedia und Visualität

Wir möchten Projekte dazu auffordern, traditionelle Kommunikationsformen und textlastige Kommunikationsmedien zu ergänzen, z. B. mit Videos, Tonaufnahmen, Infografiken oder Grafiken, Bildern und Animationen, Podcast etc. Gehen Sie auf die Zielgruppe(n) ein und wecken Sie Interesse. Grafische Elemente und (Bewegt)Bilder können Texte ergänzen und machen das Lesen oftmals einfacher und den Inhalt verständlicher - dies gilt sowohl für Druck- als auch für Onlinemedien.

Bitte beachten Sie bei der Produktion von Videos, dass auch diese das offizielle Interreg-Logo enthalten müssen. Entweder im Intro oder im Abspann. Es reicht nicht aus, dass das Video auf einer Webseite mit Interreg-Logo platziert wird. Das Interreg-Logo muss im Video enthalten sein, damit es auch sichtbar ist, sollte das Video „außerhalb“ der Webseite genutzt und abgespielt werden.

11.5. Teilnahme an externen Veranstaltungen

Neben der Durchführung von eigenen Projektveranstaltungen ist es genauso relevant, an externen Veranstaltungen teilzunehmen. Es ist zu empfehlen, während der gesamten Projektlaufzeit eine nahe Zusammenarbeit mit anderen Akteuren/Projekten zu pflegen, um die Möglichkeit zu nutzen, das Projekt auf externen Veranstaltungen zu präsentieren. Dies kann beispielsweise in Form von Vorträgen, Marketing (Stand mit Materialien), Erfahrungsaustausch etc. geschehen. Auf diese Weise erreicht das Projekt auch andere Zielgruppen, erweitert das Netzwerk, sammelt Erfahrungen und betreibt Öffentlichkeitsarbeit.

Eine wiederkehrende Veranstaltung ist der [European Cooperation Day \(ecday.eu\)](https://ecday.eu). In den Wochen um den 21. September eines Jahres wird in ganz Europa mit großen und kleinen Veranstaltungen und Aktivitäten auf die grenzüberschreitende Zusammenarbeit hingewiesen und diese gefeiert. Wir fordern unsere Interreg-Projekte dazu auf, den EC-Day und andere regionale und europäische „International Day of...“ mit Relevanz für das einzelne Projekt und die europäische Zusammenarbeit zu zelebrieren und für die Öffentlichkeitsarbeit auszunutzen.

Bei Fragen kontaktieren Sie gerne das Interreg-Sekretariat

Christina Ehlers, ceh@rsyd.dk, Fon +45 76638236