

# Kommunikationsvorgaben für Vorhaben von strategischer Bedeutung und Projekte mit einem Gesamtvolumen > 5 Mio. €

(diese Anforderungen gelten zusätzlich zu den im Infoblatt Kommunikation<sup>1</sup> genannten Anforderungen und ersetzen diese nicht)

Wenn Ihr Projekt als strategisch definiert wurde oder ein Gesamtvolumen von mehr als 5 Mio. € hat, gehören Sie zu einem ausgewählten Kreis von Projekten mit besonderer Bedeutung. Diese zwei besonderen Arten von Projekten erfordern zusätzliche Informationen für die Europäische Kommission. So müssen laut Verordnungen Projekte deren Gesamtkosten 5 Mio. € übersteigen eine Kommunikationsveranstaltung oder -aktivität organisieren. Auch müssen Projekte von strategischer Bedeutung (Englisch: **Operations of Strategic Importance**, kurz: OSIs) und deren Kommunikationsaktivitäten und -maßnahmen an die Europäische Kommission übermittelt werden.

## Kriterien für strategische Projekte

Unter strategischen Projekten verstehen wir Projekte, die zur Stärkung der grenzregionalen Stärke im Bereich der gewählten Ziele beitragen. Die Kriterien, anhand derer die Projekte von strategischer Bedeutung bestimmt werden, sind folgende:

- Die Projekte werden in Partnerschaft durchgeführt und haben ein relevantes Konsortium,
- Die Projekte leisten einen signifikanten Beitrag zu den Ergebnis- und Output-Indikatoren des Programms und haben einen erheblichen Umfang (FGK mindestens 1.000.000 €),
- Die Projekte haben eine sichtbare gesellschaftliche Wirkung,
- Die Projekte sind ein Beispiel für die Zusammenarbeit mit einer breiten Zielgruppe in und zwischen den Regionen des Programmgebiets.

Eine sichtbare gesellschaftliche Wirkung könnte z. B. die direkte Anwendung von Lösungen, die Einbeziehung von Nutzergruppen oder Bürgern, greifbare Einrichtungen für die grenzübergreifende Zusammenarbeit sein, die auch in der Kommunikation über das Projekt sichtbar gemacht werden können.

---

<sup>1</sup> [https://deutschland-nederland.eu/wp-content/uploads/2024/06/240625-INFOBLATT\\_Kommunikation\\_DE.pdf](https://deutschland-nederland.eu/wp-content/uploads/2024/06/240625-INFOBLATT_Kommunikation_DE.pdf)

## **Umgang mit strategischen Projekten**

### **Anforderungen der Europäischen Kommission:**

- 🔹 EU-Flagge und Hinweis auf Förderung müssen immer sichtbar sein (d.h. Projektlogo, Logos der Ko-Finanziers und textueller Hinweis), s. Infoblatt Kommunikation<sup>2</sup>
- 🔹 Europäische Kommission muss 4 Wochen vorher über Kommunikationsaktivitäten<sup>3</sup> informiert werden, daher: Einladungen und Veröffentlichungen spätestens 5 Wochen vorher weiterleiten an ProjektkoordinatorIn beim RPM. Die Europäische Kommission versucht, an Veranstaltungen der Projekte teilzunehmen und einen Beitrag (z.B. in Form eines Vortrags/Speech) zu leisten. Falls keine Teilnahme eines/einer Vertreters/Vertreterin der Europäischen Kommission möglich ist, wird mindestens versucht, einen Beitrag in Form eines Zitates für die Pressemitteilung des Projekts zu liefern.
- 🔹 Update 1x im Monat über bevorstehende Kommunikationsaktivitäten und -maßnahmen (z.B. in Form einer Liste, ggf. mit Publikationen, die an ProjektkoordinatorIn beim RPM gesendet wird)
- 🔹 Externe Kommunikation (und Materialien) des Projekts mit der Europäischen Kommission teilen (auch hier Weiterleitung an ProjektkoordinatorIn beim RPM)
- 🔹 Nutzung von Hashtags erforderlich: #cohesionpolicy, #interreg
- 🔹 Empfehlung der Europäischen Kommission: mehr Kommunikation z.B. in Form von Kurzvideos („Spots“), Kommunikationsrichtlinien s. Infoblatt Kommunikation

***Das RPM leitet alle Informationen weiter an das Gemeinsame Interreg-Sekretariat (GIS). Dieses übernimmt die Koordination mit der Europäischen Kommission.***

### **Wichtig:**

- 🔹 Betonung der strategischen Bedeutung in allen Kommunikationsäußerungen (Warum ist gerade dieses Projekt so wichtig?; s. Kriterien strategische Projekte auf Seite 1; benennen, dass das Projekt als strategisches Projekt definiert wurde und eine besondere Rolle im Programm spielt).
- 🔹 Um die strategischen Projekte noch näher zu beleuchten, werden während der Projektlaufzeit von MitarbeiterInnen des Interreg-Programms Interviews mit Konsortiumpartnern des Projekts abgenommen (um über Meilensteine, Ergebnisse etc. zu berichten); dazu kommt das Programm auf die Lead Partner zu.

<sup>2</sup> [https://deutschland-nederland.eu/wp-content/uploads/2024/06/240625-INFOBLATT\\_Kommunikation\\_DE.pdf](https://deutschland-nederland.eu/wp-content/uploads/2024/06/240625-INFOBLATT_Kommunikation_DE.pdf)

<sup>3</sup> s. Grafik Seite 4

### Umgang mit Projekten mit einem Gesamtvolumen > 5 Mio. €

#### Anforderungen der Europäischen Kommission:

- 🔹 EU-Flagge und Hinweis auf Förderung müssen immer sichtbar sein (d.h. Projektlogo, Logos der Ko-Finanziers und textueller Hinweis), s. Infoblatt Kommunikation<sup>4</sup>
- 🔹 Europäische Kommission muss 4 Wochen vorher über Kommunikationsaktivitäten<sup>5</sup> informiert werden, daher: Einladungen und Veröffentlichungen spätestens 5 Wochen vorher weiterleiten an ProjektkoordinatorIn beim RPM. Die Europäische Kommission versucht, an Veranstaltungen der Projekte teilzunehmen und einen Beitrag (z.B. in Form eines Vortrags/Speech) zu leisten. Falls keine Teilnahme eines/einer Vertreters/Vertreterin der Europäischen Kommission möglich ist, wird mindestens versucht, einen Beitrag in Form eines Zitates für die Pressemitteilung des Projekts zu liefern.
- 🔹 Update 1x im Monat über bevorstehende Kommunikationsaktivitäten und -maßnahmen (z.B. in Form einer Liste, ggf. mit Publikationen, die an ProjektkoordinatorIn beim RPM gesendet wird)
- 🔹 Externe Kommunikation (und Materialien) des Projekts mit der Europäischen Kommission teilen (auch hier Weiterleitung an ProjektkoordinatorIn beim RPM)
- 🔹 Nutzung von Hashtags erforderlich: #cohesionpolicy, #interreg
- 🔹 Empfehlung der Europäischen Kommission: mehr Kommunikation z.B. in Form von Kurzvideos („Spots“), Kommunikationsrichtlinien s. Infoblatt Kommunikation

***Das RPM leitet alle Informationen weiter an das Gemeinsame Interreg-Sekretariat (GIS). Dieses übernimmt die Koordination mit der Europäischen Kommission.***

---

<sup>4</sup> [https://deutschland-nederland.eu/wp-content/uploads/2024/06/240625-INFOBLATT\\_Kommunikation\\_DE.pdf](https://deutschland-nederland.eu/wp-content/uploads/2024/06/240625-INFOBLATT_Kommunikation_DE.pdf)

<sup>5</sup> s. Grafik Seite 4

## Deutschland – Nederland

### Beispiele Kommunikationsaktivitäten

	Gezielte <b>Kampagnen</b> im Zusammenhang mit dem Vorhaben		Veranstaltungen, die ein <b>stärkeres Engagement</b> fördern und Endnutzer oder Zielgruppen einbeziehen, z. B. Wettbewerbe, Führungen, Workshops usw.
	<b>Auftakt- oder Abschlussveranstaltungen</b> , z. B. Eröffnung eines Zentrums, Abschluss von Bauarbeiten usw.		Spezifische Veranstaltungen, die ein <b>einzigartiges Erlebnis zum Projekt</b> bieten, wie Ausstellungen, Storytelling-Vorstellungen, Theaterstücke, Modenschauen usw.
	Veranstaltungen, die eine <b>breite Medienberichterstattung</b> gewährleisten, wie Pressekonferenzen, Besuche von Journalisten bei Vorhaben und andere Formate		Jedes andere Format einer <b>Kommunikationsveranstaltung oder -maßnahme</b> , bei dem die Unterstützung aus den Fonds anerkannt wird und an dem die Europäische Kommission und die Verwaltungsbehörde beteiligt sind.
	Maßnahmen, bei denen die <b>Errungenschaften der Projekte</b> gezeigt werden, z. B. Besuche in Laboratorien und renovierten Einrichtungen, Exkursionen, Tage der offenen Tür, Messen usw..		