

Interreg



Kofinanziert von
der EUROPÄISCHEN UNION

Polen – Sachsen



Leitfaden für Kommunikation und Sichtbarkeit

Kooperationsprogramm
Interreg Polen - Sachsen 2021-2027

Stand: Januar 2026

Leitfaden für Kommunikation und Sichtbarkeit

Inhaltsübersicht

1. Einführung	4
2. Bedeutung der Kommunikation und Sichtbarkeit	4
3. Projektkommunikation - obligatorische Maßnahmen	5
4. Wie ist der Kommunikationsplan zu erstellen?	7
4.1. Zielgruppen	9
4.2. Kommunikationsmaßnahmen	10
4.3. Kommunikationsinstrumente	10
4.4. Aufgabenteilung zwischen den Partnern	11
5. Wie wird in einem Projekt kommuniziert	11
5.1. Website oder soziale Medien	11
5.2. Informationen zur Förderung durch das Programm	14
5.3. Informationstafel	15
5.3.1 Gemeinsame Informationstafel	16
5.4. Zusätzliche Verpflichtungen für polnische Begünstigte von zweckgebundenen und nichtzweckgebundenen Haushaltsfonds	18
5.5. Plakat oder elektronischer Anzeiger	19
5.6. Aufkleber	19
5.7. Kommunikationsveranstaltung für strategische Projekte	20
5.8. Projektveranstaltungen	23
5.9. Von den Programm- und EU-Institutionen organisierte Veranstaltungen	24
5.10. Informationsmaterialien und Veröffentlichungen	25
5.11. Programmlogo	28
5.11.1. Regeln für die Verwendung des Programmlogos	30
5.12. Projekttitel und Logo	31
5.12.1. Projekttitel	31
5.12.2. Projektlogo	31
5.12.3. Technische Fragen im Zusammenhang mit dem Projekttitel und dem Logo	32
A. Einführung	32
B. Projekttitel/Logotypbereich	33

C.	<i>Standardposition</i>	33
D.	<i>Horizontale Lage</i>	33
E.	<i>Leitung</i>	34
F.	<i>Sprache</i>	35
G.	<i>Farbe</i>	35
H.	<i>Wie ist die Interreg-Marke für das Programmlogo und Projektlogo zu verwenden</i>	36
5.13.	Andere Logos.....	42
5.14.	Farben und Icons für die einzelnen EU-geförderten Themenbereiche.....	42
5.15.	Foto- und Audio-Dokumentation, Informationsverbreitung über geplante und durchgeführte Maßnahmen.....	44
6.	Interne Kommunikation innerhalb des Projektteams.....	48
7.	Grundsätze der einfachen Sprache	49
8.	Veröffentlichung der Liste der Vorhaben (Projektliste)	51
9.	Zusätzliche Unterstützung.....	52

1. Einführung

*In diesem Leitfaden finden Sie Informationen und Tipps zur Erstellung eines Kommunikationsplans für Ihr Projekt und zur Durchführung der Kommunikations- und Sichtbarkeitsmaßnahmen, einschließlich der obligatorischen Kommunikationsmaßnahmen für das Projekt. Das Dokument enthält **praktische Beispiele und gute Tipps**. Wir hoffen, dass Ihnen damit eine effektive Projektkommunikation erleichtert wird.*

2. Bedeutung der Kommunikation und Sichtbarkeit

Kommunikation dient einer effektiven Umsetzung des Projekts. Sie ermöglicht den Projektpartnern, Informationen über das Projekt an verschiedene Zielgruppen in der Öffentlichkeit weiterzugeben, um, beispielsweise, folgende Ziele zu erreichen:

- zur Teilnahme am Projekt, z. B. an den darin organisierten Schulungen anzuregen,
- potenzielle Projektpartner für künftige Projekte zu gewinnen,
- die lokale Bevölkerung zu informieren und anzuregen, aus den Projektergebnissen Nutzen zu ziehen,
- Medien für die Ergebnisse des Projekts zu interessieren und somit ein positives Bild von sich selbst und der EU, die das Projekt gefördert hat, aufzubauen,
- die lokalen Entscheidungsträger zu inspirieren, das Projekt auch ohne EU-Förderung voranzutreiben.

Es ist deshalb wichtig, Kommunikationsmaßnahmen bereits in der Projektvorbereitung zu planen und sie in den Kommunikationsplan aufzunehmen, der ein **wesentlicher Bestandteil des Projektantrags** ist.

Die Ziele, Grundsätze und Vorteile des Projekts müssen verständlich formuliert werden.

Diese Informationen sollen leicht zugänglich sein, d. h. ohne spezielle Hardware oder Software leicht zu finden und zu lesen sein. Diese Informationen sollen vor allem auf den Websites der Projektpartner, der Projekt-Website und auf den eigenen Seiten der Projektpartner in sozialen Medien / der des Projektseite in den sozialen Medien zu finden sein. Sie können auch in traditioneller Form verbreitet werden, z. B. als Broschüren oder Veröffentlichungen, die am Standort der Projektpartner, an Tagungsorten oder bei Projektveranstaltungen erhältlich sind. Auch hier soll darauf geachtet werden, dass der veröffentlichte Inhalt einfach und verständlich gehalten wird.

Projekte sind grenzüberschreitend und verbinden Nachbarn auf beiden Seiten der Grenze miteinander. Für eine effiziente Projektkommunikation ist es daher wichtig, die deutsche Sprache, die polnische Sprache oder beide Sprachen in unterschiedlichen Mitteilungen, in den gemeinsam mit dem Projektpartner durchgeführten Projektmaßnahmen (z.B. bei Veranstaltungen oder in Veröffentlichungen) sowie bei unterschiedlichen Kommunikationsinstrumenten, gemäß Hinweisen in den folgenden Kapiteln, zu nutzen.

3. Projektkommunikation - obligatorische Maßnahmen

Die Pflichten der **einzelnen Projektpartner** in Bezug auf die Kommunikation und Sichtbarkeit sind in der Dachverordnung¹ und der Interreg-Verordnung² definiert. Dazu gehören:

- a) das Logo des Programms während der Umsetzung der Maßnahmen zur Sichtbarkeit, Transparenz und Kommunikation zu verwenden³,
- b) auf der Website oder den Social-Media-Sites des Partners, sofern solche bestehen, eine kurze Beschreibung des Projekts einzustellen, einschließlich der
 - Ziele,
 - Ergebnisse,
 - Information über die finanzielle Unterstützung aus dem Interreg-Programm (darunter Programmlogo),
- c) in Unterlagen und Kommunikationsmaterial zum Projekt, die für die Öffentlichkeit oder Teilnehmer bestimmt sind, sichtbar auf die Unterstützung aus dem Programm hinzuweisen,
- d) bei Projekten, deren Gesamtkosten 100.000 EUR übersteigen (betrifft Projekte mit Sachinvestitionen oder mit der Anschaffung von Ausrüstung), sind für die Öffentlichkeit deutlich sichtbare langlebige Tafeln oder Schilder⁴ mit dem Logo des Programms anzubringen. Dies hat unverzüglich zu erfolgen, sobald die konkrete Durchführung des Projekts angelaufen ist oder sobald die beschaffte Ausrüstung installiert ist,
- e) bei Projekten, die nicht unter den Buchstaben d) fallen, ist für die Öffentlichkeit mindestens ein Anschlag in A3 oder größer oder eine gleichwertige elektronische Anzeige mit Informationen zum Projekt und zur Interreg-Förderung anzubringen,
- f) bei Projekten von strategischer Bedeutung und bei Projekten, deren Gesamtkosten 5.000.000 EUR übersteigen, ist eine Kommunikationsveranstaltung zu organisieren und die EU-Kommission und die VB einzubinden.⁵

Für den Fall, dass ein Partner am selben Standort (verstanden als sein Sitz oder der Standort der Investition):

- mehrere Projekte mit Unterstützung des Interreg-Programms Polen – Sachsen 2021-2027 durchführt oder
- ein Projekt mit mehreren Etappen mit Unterstützung des Interreg-Programms Polen - Sachsen umsetzt,

¹ Verordnung (EU) 2021/1060 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Juni 2021 mit gemeinsamen Bestimmungen für den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, den Europäischen Sozialfonds Plus, den Kohäsionsfonds, den Fonds für einen gerechten Übergang und den Europäischen Meeres-, Fischerei- und Aquakulturfonds sowie mit Haushaltsvorschriften für diese Fonds und für den Asyl-, Migrations- und Integrationsfonds, den Fonds für die innere Sicherheit und das Instrument für finanzielle Hilfe im Bereich Grenzverwaltung und Visumpolitik

² Verordnung (EU) 2021/1059 über besondere Bestimmungen für das aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung sowie aus Finanzierungsinstrumenten für das auswärtige Handeln unterstützte Ziel „Europäische territoriale Zusammenarbeit“ (Interreg) (ABl. L 231 vom 30.06.2021, S. 94)

³ Art. 36 Abs. 4 der Interreg-Verordnung

⁴ Die Informationstafel ist dieselbe wie die Gedenktafel, so dass keine getrennten Informations- und Gedenktafeln erforderlich sind.

⁵ Art. 36 Abs. 4 der Interreg-Verordnung.

kann er an diesem Ort mindestens eine gemeinsame Informationstafel für diese Projekte aufstellen.⁶

Beim **Kleinprojektfonds (KPF)** gewährleistet der alleinige Begünstigte im Wege der Vertragsbedingungen, dass die Endbegünstigter die Anforderungen an die öffentliche Kommunikation über das Interreg-Vorhaben erfüllen.⁷

Die Projektpartner sind auch verpflichtet, das Kommunikations- und Sichtbarkeitsmaterial auf Ersuchen der Organe, Einrichtungen und sonstigen Stellen der Union, z. B. der Europäischen Kommission, zur Verfügung zu stellen. Die EU soll eine unentgeltliche, nichtausschließliche und unwiderrufliche Lizenz zur Nutzung solchen Materials und jedweder damit zusammenhängender bereits bestehender Rechte erhalten. Diese Verpflichtung wird den Projektpartnern keine zusätzlichen Kosten oder Verwaltungslasten auferlegen⁸. Einzelheiten zu den mit einer Lizenz zu übertragenden Rechten sind im Programmhandbuch enthalten.

HINWEIS: Kommt ein Projektpartner den Verpflichtungen gemäß Ziffer 3 (a) - (f) nicht nach und ergreift keine Abhilfemaßnahmen, kürzt die zuständige Kontrollinstanz die diesem Projektpartner gewährte Förderung um bis zu 2%. Detaillierte Regelungen dazu sind im Programmhandbuch (Kapitel IX) enthalten.

Beispiele für Abhilfemaßnahmen, die die Partner im Falle von Verstößen gegen die Verpflichtungen in den Bereichen Sichtbarkeit, Transparenz und Kommunikation ergreifen können:

- a) Anbringen eines Plakats, sofern dieses fehlt,
- b) Ergänzung/Vervollständigung der Projektinformationen auf der Website, sofern Informationen fehlen oder unvollständig sind,
- c) Ergänzung/Hinzufügen des Programmlogos auf der Website, auf der ein Presseartikel über das Projekt veröffentlicht ist, sofern dieser zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung fehlte,
- d) Bearbeitung oder Veröffentlichung neuer Beiträge in den sozialen Medien, sofern das Programmlogo bzw. die Information über die Förderung aus dem Programm fehlt,
- e) Hinzufügen des Programmlogos zu Papierdokumenten, z. B. durch Austausch von Seiten oder Anbringen eines Aufklebers,
- f) Änderung der Platzierung und Neugestaltung von Tafeln, sofern diese nicht an einem gut sichtbaren Ort angebracht sind oder das Programmlogo nicht ausreichend sichtbar ist,
- g) Organisation einer neuen Veranstaltung, sofern die erste keine ausreichende Sichtbarkeit der EU/des Programms gewährleistet hat, oder Versendung einer E-Mail an die Teilnehmenden mit einem Hinweis auf die Unterstützung der Veranstaltung aus dem Programm.

Die genannten Beispiele stellen keinen abschließenden Katalog dar. Es können auch andere Abhilfemaßnahmen ergriffen werden, die dem Umstand der nicht erfüllten Verpflichtung im Bereich Information und Öffentlichkeitsarbeit angemessen sind. Im Falle eines Verstoßes gegen die Kommunikationspflichten wird der Projektpartner durch die Kontrollinstanz aufgefordert, Abhilfemaßnahmen zu ergreifen. Es wird eine angemessene Frist für die Umsetzung festgelegt. Die

⁶ Anhang IX der Allgemeinen Verordnung Pkt. 1.8.

⁷ Auf der Grundlage von Artikel 36 Absatz 5 der Interreg-Verordnung.

⁸ Art. 49 Abs. 6 und Anhang IX Pkt. 2 der Dachverordnung.

Abhilfemaßnahmen sind mit der zuständigen Kontrollinstanz abzustimmen, die beurteilt, ob sie als ausreichend anzusehen sind.

4. Wie ist der Kommunikationsplan zu erstellen?

Die Projektpartner planen gemeinsam die Kommunikation im Projekt und stellen den Kommunikationsplan im Projektantrag dar.

Wir empfehlen, **einen Kommunikationsplan** in der folgenden Reihenfolge zu erstellen:

- 1) Berücksichtigen Sie die **Kommunikationsziele** – legen Sie fest:
 - wie zu Beginn und während der Projektumsetzung Informationen über das Projekt verbreitet werden, und
 - wie die Ergebnisse des Projekts während der Projektumsetzung sowie nach Projektabschluss bekannt gemacht werden;
- 2) Geben Sie die **Zielgruppen** an, die mit dem jeweiligen Kommunikationsziel direkt verknüpft sind.
- 3) Beschreiben Sie die **Kommunikationsmaßnahmen**, mit denen Sie die oben genannten Kommunikationsziele erreichen wollen. Im Hinblick auf Vermittlung von Information über das Projekts sollten dies zumindest die Maßnahmen sein, die obligatorisch sind und sich aus der Dachverordnung und der Interreg-Verordnung ergeben (siehe Punkt 3). Die **obligatorischen** Maßnahmen sind von jedem Projektpartner durchzuführen. Es wird empfohlen, auch zusätzliche Maßnahmen anzugeben, mit denen Sie Ihre Zielgruppe erreichen können. Andere Arten von Maßnahmen können erforderlich sein, um die Zielgruppen des Projekts für die Teilnahme an den Projektaktivitäten zu interessieren und zu ermutigen, und andere, um die Projektergebnisse (z. B. entwickelte Lösungen, erstellte Materialien, getätigte Investitionen usw.) an potenziell Interessierte weiterzugeben. Berücksichtigen Sie, dass die Projektqualität im Hinblick auf die geplanten Kommunikations- und Sichtbarkeitsmaßnahmen eines der Kriterien für die Projektbewertung darstellt.
- 4) Ordnen Sie jeder Maßnahme und Zielgruppe ein **Kommunikationsinstrument** zu.
- 5) Weisen Sie für jede Kommunikationsmaßnahme einen **Projektpartner** zu, der für deren Durchführung zuständig ist.



Abbildung 1. Schematische Darstellung eines Kommunikationsplans für ein Projekt

Bereiten Sie einen Kommunikationsplan für Ihr Projekt nach dem obigen Muster vor, um:

- das gesamte Konzept zu systematisieren,
- Ideen zu ordnen,
- Ihre Kommunikationsmaßnahmen bereits bei der Projektvorbereitung einzuplanen.

Ein derart aufgestellter Maßnahmenplan wird Ihren Kommunikationsaktivitäten Glaubwürdigkeit verleihen und sicherstellen, dass der Kommunikationsplan nicht eine Liste von willkürlich gewählten Aufgaben, sondern ein sinnvoller Prozessablaufplan ist.

Während Sie den Kommunikationsplan, der ein Bestandteil des Projektantrags ist, erstellen, sollten Sie darauf achten, wie Sie die folgenden Kommunikationsziele erreichen:

- 1) Wie möchten Sie Informationen über das Projekt und die EU-Förderung veröffentlichen (hier sind die Mindestangaben zu berücksichtigen, da sonst die Förderung gekürzt werden kann - siehe Programmhandbuch), wen planen Sie mit diesen Informationen anzusprechen und wie?
- 2) Wenn Ihr Projekt eine aktive Beteiligung von Zielgruppen erfordert, wie z. B.:
 - Schuljugendliche, Studierende, die an den im Projekt geplanten Praktika teilnehmen,
 - Expertinnen und Experten, die an dem Workshop teilnehmen werden,
 - Beteiligung von Arbeitgebern an der Erarbeitung eines Ausbildungsprogramms u. a,

Wie werden Sie diese Gruppen mit Informationen über das Projekt erreichen, wie möchten Sie diese Zielgruppen anregen und deren Teilnahme am Projekt sicherstellen?

- 3) Wie werden Sie die Zielgruppen/potenzielle Nutzer der einzelnen Projektoutputs erreichen (z. B. entwickeltes Bildungsmaterial, Strategie von Klimaanpassungsmaßnahmen in einem bestimmten Gebiet, gemeinsames touristisches Angebot usw.)? Wer sind diese potenziellen Nutzer/Empfänger?

Berücksichtigen Sie in jedem Fall, dass unterschiedliche Zielgruppen auf unterschiedliche Weise angesprochen werden können und müssen (mit unterschiedlichen Kommunikationsmaßnahmen, Instrumenten und durch unterschiedliche Kommunikationskanäle).

Hinweise und Beispiele zur Festlegung von Zielgruppen, Kommunikationsmaßnahmen und Kommunikationsinstrumente finden Sie in dem nächsten Abschnitt und im letzten Teil des Leitfadens.

Denken Sie auch daran, die Kosten für die im Kommunikationsplan geplanten Kommunikations- und Sichtbarkeitsmaßnahmen im Projektbudget einzuplanen, um entsprechende Mittel für die Durchführung dieser Maßnahmen sicherzustellen. Berücksichtigen Sie diese Kosten im Projektantrag unter den inhaltlichen Arbeitspaketen auf, die mit diesen Kommunikationsmaßnahmen zusammenhängen. Denken Sie daran, dass im Kooperationsprogramm Interreg Polen – Sachsen 2021-2027 alle Arbeitspakete inhaltlicher Natur sind. Dies bedeutet, dass ein separates Arbeitspaket ausschließlich für Kommunikations- und Sichtbarkeitsmaßnahmen nicht möglich ist.

Wenn die geplante Kommunikationsmaßnahme inhaltlich mit einem Indikator aus der Indikatorenliste für das gegebene spezifische Ziel zusammenhängt, müssen Sie diesen Indikator im Reiter "Indikatoren" des Projektantrags in WOD2021 berücksichtigen.

4.1. Zielgruppen

Sobald Sie Ihre Kommunikationsziele definiert haben, entscheiden Sie, welche Zielgruppe Sie mit Ihren Kommunikationsmaßnahmen zum Projekt, den Projektmaßnahmen oder -ergebnissen erreichen möchten. Überlegen Sie, wer daran interessiert ist, über Ihre Maßnahmen informiert zu werden.

Die Effizienz Ihrer Kommunikation hängt von einer korrekten Identifizierung der Empfänger ab. Die Zielgruppen von Kommunikations- und Sichtbarkeitsmaßnahmen müssen nicht mit den Zielgruppen des Projekts übereinstimmen und können sich in verschiedenen Phasen des Projekts ändern.

Es sind, beispielsweise, folgende Zielgruppen für Informations- und Sichtbarkeitsmaßnahmen denkbar: Teilnehmende an Projektmaßnahmen, die Medien, lokale und regionale Träger usw.

Falls Sie sich mit ihren Kommunikationsmaßnahmen an die sogenannte "breite Öffentlichkeit" wenden, ohne eine konkrete Gruppe zu spezifizieren, so werden Sie die für Ihr Projekt wichtigen Gruppen nicht erreichen können. So werden etwa potenzielle Auszubildende nichts von Ihrem

Ausbildungsangebot erfahren. Außerdem ist es nicht möglich, "alle potenziell Interessierten" zu erreichen, daher müssen die Zielgruppen eingegrenzt werden.

Jede Zielgruppe kann mit zielgerichteten, auf sie zugeschnittenen **Projektbotschaft** (Projektinformation) erreicht werden. Diese Botschaft soll den Bedürfnissen und Möglichkeiten der Zielgruppe Rechnung tragen. Eine Mitteilung an die Presse wird beispielsweise eine andere sein als eine Mitteilung an junge Menschen in den sozialen Medien.

4.2. Kommunikationsmaßnahmen

Überlegen Sie, welche Maßnahmen Ihnen behilflich sein können, um das gesetzte Kommunikationsziel zu erreichen und die entsprechende Zielgruppe zu gewinnen. Geben Sie zumindest die Kommunikationsmaßnahmen an, welche für die Projektpartner obligatorisch sind. Wir empfehlen jedoch auch darüber hinaus weitere Maßnahmen einzuplanen, wie zum Beispiel:

- thematische Konferenz zu einer bestimmten Problemstellung, mit einer Projektpräsentation, Darstellung der Recherche- bzw. Analyseergebnisse und einer Diskussion mit Fachexperten,
- Informationskampagne in sozialen Medien,
- Kooperation mit den Medien: regelmäßige Versendung von Pressemitteilungen mit aktuellen Informationen, Darstellung der Projektergebnisse und der positiven Änderungen, die das Projekt veranlasst hat, an eine regionale Wochenzeitung; gesponserter Artikel in einer überregionalen Zeitung; Interview im regionalen Fernsehen.

4.3. Kommunikationsinstrumente

Entscheiden Sie anschließend, welche Kommunikationsinstrumente Sie einsetzen möchten, um das Projekt, die Projektmaßnahmen und -ergebnisse bei den gewählten Zielgruppen zu verbreiten.

Ausgewählte grundlegende Instrumente:

- interne Informationsmaterialien
- Persönliche Treffen / Online-Treffen
- Website
- Öffentlichkeitsarbeit (Konferenzen, Veranstaltungen, Veröffentlichungen, Zusammenarbeit mit Multiplikatoren – je nach dem Projektgebiet),
- Informationskampagnen.

Bei der Wahl der Kommunikationsinstrumente ist auch Folgendes zu berücksichtigen:

- die Reichweite/Popularität des Kommunikationsinstrumentes innerhalb der Zielgruppe - welchen Anteil dieser Gruppe können wir mit diesem Kommunikationsinstrument erreichen,
- Auswirkungsrichtung (unidirektional, interaktiv). Bei unidirektionalen Medien kann der Empfänger nicht direkt reagieren. Bei interaktiven Medien besteht diese Möglichkeit, so wie z. B. in sozialen Medien,

- Art der Vermittlung (aktiv, passiv) - aktiv ist die vom Absender initiierte Vermittlung, z. B. Werbung im städtischen Raum; passiv ist die vom Empfänger initiierte Vermittlung, z. B. Anfragen in einer Internet-Suchmaschine,
- die Besonderheiten des Projekts (z. B. Ausbildung, Forschung) und die kommunizierten Projektoutputs,
- Zielgruppengröße,
- den Schwierigkeitsgrad der zu übermittelnden Botschaft.

4.4. Aufgabenteilung zwischen den Partnern

Entscheiden Sie, welcher Projektpartner für die geplante Kommunikations- und Sichtbarkeitsmaßnahme zuständig sein wird. Es ist möglich, mehrere Projektpartner einer bestimmten Aktivität zuzuordnen. **Vergessen Sie nicht, dass die obligatorischen Kommunikations- und Sichtbarkeitsmaßnahmen von jedem Projektpartner durchgeführt werden müssen.**

Um die Arbeit im Projektteam effizient zu gestalten, sollte eine Person benannt werden, die für die Koordinierung der Projektkommunikation und Außenkontakte zuständig ist. Je nach Art und Umfang des Projekts kann eine solche Person von einem mehrköpfigen Kommunikationsteam unterstützt werden.

5. Wie wird in einem Projekt kommuniziert

5.1. Website oder soziale Medien

Website oder Seiten in den sozialen Medien

Veröffentlichen Sie auf Ihrer institutionellen Website bzw. auf Ihrer institutionellen Seite in den sozialen Medien (sofern vorhanden) eine **kurze Projektbeschreibung** mit folgenden Angaben:⁹

- Projektziele,
- (erwartete) Projektergebnisse,
- Angabe über die erhaltene EFRE-Förderung,
- Programmlogo.

Veröffentlichen Sie diese Informationen zu Projektbeginn. Dies ist wichtig, weil die zuständige Kontrollinstanz bereits bei der Überprüfung des ersten Teilauszahlungsantrags prüfen wird, ob Sie dieser Verpflichtung nachgekommen sind.

Darüber hinaus empfehlen wir Ihnen, zusätzliche Informationen zu veröffentlichen:

- Projekttitel oder seine Abkürzung

⁹ Auf der Grundlage des Artikels 36 Absatz 4 Buchstabe a) der Interreg-Verordnung.

- Aufgaben, Maßnahmen, die im Rahmen des Projekts umgesetzt werden (Beschreibung der geplanten Aktivitäten, geplanter Ausstattung etc.), falls diese vorher unter den erwarteten Projektergebnissen nicht genannt wurden
- Zielgruppen (an wen richtet sich das Projekt, wer von dem Projekt profitieren kann)
- Lead-Partner und Projektpartner (Bezeichnung, Website-Adressen)
- Umsetzungszeitraum des Projekts
- Projektwert und der Betrag der EU-Förderung
- Erreichte Projektergebnisse nach Projektabschluss.

Es wird ebenfalls empfohlen, audiovisuelle Materialien (z. B. Bilder, Landkarten, Videos), die während der Projektumsetzung erstellt wurden, zu veröffentlichen.

Das Programmlogo, welches auch das Emblem der Europäischen Union enthält, muss gut sichtbar angebracht werden: vorzugsweise ganz oben auf der Website, vor den übrigen Inhalten.

Sie müssen keine eigene **Projektwebsite** erstellen. Sofern Sie eine eigene Projektwebsite erstellen, muss die Projektbeschreibung mindestens die gleichen obligatorischen Elemente enthalten wie auf Ihrer institutionellen Website. Sie müssen dort auch das Programmlogo an einer gut sichtbaren Stelle anbringen und eine Projektbeschreibung einfügen, die die oben genannten Bestandteile enthält. Diese Website soll in beiden Sprachen, auf Polnisch und Deutsch verfügbar sein.

Denken Sie daran, die Projektinformationen auf der Website der Einrichtung/des Projekts regelmäßig zu aktualisieren. Veröffentlichen Sie News und Informationen nach Abschluss wichtiger Projektphasen und nach Erreichen von Projektoutputs und Projektergebnissen.

Zum Beispiel:

- Informieren Sie ausführlich über geplante Schulungen, Workshops, Konferenzen oder Outdoor-Veranstaltungen. Nach Abschluss der Veranstaltung verfassen Sie einen Bericht mit Bildern und ggf. Videomaterial;
- Informieren Sie über aktuelle Veröffentlichungen, fertig gestellte Bauinvestitionen (z.B. Radwege) usw.

Alle Sprachversionen der ProjektWebsite müssen auf dem Laufenden gehalten werden. Wenn Sie sich für eine Projekt-Website entscheiden, ist es empfehlenswert, ihr eine kurze, prägnante projektbezogene URL-Adresse zu geben. Somit werden die Kommunikationsmaßnahmen erleichtert, da auf diese Adresse in gedruckten und elektronischen Veröffentlichungen, Pressemitteilungen, Newslettern, Ansprechpartnern usw. verwiesen werden kann.

Die Websites sollen zumindest während im Dauerhaftigkeitszeitraum des Projekts (Zweckbindungsfrist) gepflegt werden. Soweit es möglich ist, empfehlen wir je nach Projektart, den Betrieb der Website fortzusetzen, um dort z.B. über die weitere Kooperation zwischen den Projektpartnern, geplante künftige gemeinsame Maßnahmen usw. zu informieren.

Die Projektseite in sozialen Medien

Wenn Sie einen projektbezogenen Social-Media-Account (Projektseite) erstellen und pflegen wollen, sollen die Informationen über die Förderung aus dem Programm an gut sichtbarer Stelle in der

Profilbeschreibung zu sehen sein. Diese Informationen sollen die gleichen Bestandteile enthalten wie die Website bzw. die institutionelle Seite in den sozialen Medien, und ebenfalls zu Projektbeginn veröffentlicht werden. Platzieren Sie das Programmlogo an einer gut sichtbaren Stelle, z. B. in einem Banner oder im Profilbild (Avatar). Vergewissern Sie sich, dass das Logo nicht wegen etwaiger Eigenschaften des Banners oder des Profilbildes abgeschnitten wird.

Verweisen Sie in Ihren Beiträgen über das Projekt, die Sie in den sozialen Medien veröffentlichen, auch auf die Förderung aus dem Programm, indem Sie diese Angaben im Text oder das Programmlogo auf der Grafik / dem Foto angeben. Veröffentlichen Sie auf der Seite des Projekts in sozialen Medien Beiträge sowohl auf Polnisch als auch auf Deutsch.

Fügen Sie auch Hashtags hinzu:

- über das Kooperationsprogramm (#Interreg, #InterregPLSN),
- über die Europäische Union (#EU, #EuropeanCommission),
- andere, die z.B. thematisch mit dem Projekt zusammenhängen.

So können andere Nutzer sozialer Medien schneller Informationen über Ihre Projektmaßnahmen finden.

Denken Sie daran, die Projektinformationen auf Ihren Profilen in sozialen Medien auf dem Laufenden zu halten. Behalten Sie die Profile mindestens im Dauerhaftigkeitszeitraum (Zweckbindungsfrist) Ihres Projektes.



GUTE PRAKTIKEN

- ✓ Veröffentlichen Sie auf der Website kurze Videos (bis zu maximal 3 Minuten) von beworbenen Standorten und organisierten Veranstaltungen.
- ✓ Stellen Sie elektronische Versionen von gedruckten Veröffentlichungen und Newslettern auf die Website. Dadurch werden sie breiter zugänglich, auch für Menschen mit Behinderungen (Blinde, Sehbehinderte). Empfehlungen zur Barrierefreiheit für Antragsteller und Begünstigte von Interreg-Programmen finden Sie auf der Internetseite des Programms.
- ✓ Wir empfehlen elektronische Veröffentlichungen. Es handelt sich dabei um sogenannte "grüne" Maßnahmen, mit Rücksicht auf die Umwelt und Klimaschutz.
- ✓ Bei investiven Projekten empfehlen wir, Bildmaterialien zur Investition vor und nach deren Durchführung zu veröffentlichen. Es empfiehlt sich, ein paar Fotos auszuwählen, die die Veränderung am besten zeigen.
- ✓ Wir empfehlen, Besuchstatistiken auf der Website zu erfassen (z. B. mit der kostenlosen Anwendung Google Analytics).
- ✓ Sie können die oben genannten Tipps auch auf Ihre Profile in den sozialen Medien anwenden.

✗ SCHLECHTE PRAKTIKEN

- ✓ Projektinformationen werden nur unter „Aktuelles“ veröffentlicht. Nach einiger Zeit sind sie nicht mehr "sichtbar" und nur noch schwer zu finden. Vereinzelte Informationen vermitteln kein vollständiges Bild vom Stand des Projekts.
- ✓ Veraltete Projektinformationen (z. B. das Projekt endete im Januar des Jahres, aber im November sind auf der Website immer noch Informationen über „Künftig geplante Maßnahmen im Projekt“ zu finden).
- ✓ Website ständig im Aufbau - es ist besser, eine Website überhaupt nicht zu veröffentlichen, wenn dort keine Inhalte zu finden sind, oder die Website „abzuschalten“ für die Umbauzeit.

5.2. Informationen zur Förderung durch das Programm

Informieren Sie über die erhaltene Förderung aus dem Programm in Ihren projektbezogenen Informationsunterlagen und -materialien, die für die Öffentlichkeit und die Zielgruppen Ihres Projekts bestimmt sind. Dazu gehören unter anderem:

- Projektbezogene Broschüren
- Pressemeldungen
- Schulungs-, Konferenz- und Multimedia-Materialien (PowerPoint-Präsentationen, Skripte)
- Teilnahmelisten für Schulungen, Workshops und Konferenzen
- Plakate mit Informationen über die o.g. Veranstaltungen
- Zertifikate/Diplome
- Projektbezogener Schriftverkehr mit Auftragnehmern und Programmbehörden,
- Verträge mit Auftragnehmern und Ausschreibungsunterlagen
- Verträge mit Projektmitarbeiter/-innen und Stellenbeschreibungen
- Stellenangebote
- Aktenordner mit Projektunterlagen

Das Programmlogo soll an gut sichtbarer Stelle platziert werden, d. h. auf der ersten Seite, auf der ersten Folie, vorzugsweise im oberen Teil.

Bei mehrseitigen Dokumenten (Verträge, Ausschreibungsunterlagen) reicht es aus, wenn das Programmlogo auf der ersten Seite erscheint. Derartige Unterlagen sollen zusammengeheftet sein.

In einer PowerPoint-Präsentation kann das Programmlogo auf jeder Folie erscheinen, sofern Platz dafür vorhanden ist, mindestens aber auf der ersten und letzten Folie.

Je nachdem, an welche Zielgruppe Sie sich mit Ihren Dokumenten oder Informationsmaterialien wenden, sollten Sie diese in der entsprechenden Sprache erstellen: Polnisch, Deutsch oder in beiden Sprachen. Zum Beispiel sollten Flyer, Veranstaltungsplakate, Pressemitteilungen, Schulungsmaterialien, Konferenzmaterialien, Multimedia-Materialien, Teilnehmerlisten usw. in

beiden Sprachen vorliegen.

5.3. Informationstafel

Wenn die Gesamtkosten des Projekts 100.000 EUR übersteigen und das Projekt Sachinvestitionen oder die Anschaffung von Ausrüstung umfasst:

- sind Sie verpflichtet, an öffentlichen Orten eine dauerhafte Informationstafel anzubringen, die das Programmlogo enthält, und zwar
- **sobald** die inhaltliche Projektumsetzung begonnen hat oder nachdem die gekauften Ausrüstungsgegenstände installiert wurden.

Diese Verpflichtung gilt für jeden Projektpartner in Projekten mit Gesamtausgaben von mehr als 100.000 EUR, in denen Sachinvestitionen getätigt oder Ausrüstungsgegenstände erworben werden, auch wenn das individuelle Budget des Projektpartners niedriger ist. Ein Projektpartner in Projekten mit Gesamtausgaben von mehr als 100.000 EUR, **der keine Sachinvestitionen umsetzt bzw. keine Ausrüstung anschafft**, ist nicht verpflichtet, eine dauerhafte Informationstafel anzubringen. In diesem Fall ist die Anbringung eines Informationsplakats ausreichend. Detaillierte Hinweise zur Gestaltung des Plakats finden Sie im Kapitel 5.5 des Leitfadens.

Dauerhafte Informationstafeln bedeuten, dass sie aus einem dauerhaften Material bestehen sollen, das Witterungseinflüssen wie Regen, Schnee, Wind und Frost standhält. Informationstafeln können aus Materialien wie Metall, Stein, Glas, Holz oder haltbarem Kunststoff hergestellt werden. Wenn die Tafeln beschädigt oder zerstört werden oder die Farben verblassen, sind die Projektpartner verpflichtet, neue Tafeln aufzustellen.

Die Tafeln sollen gut lesbar und sichtbar am oder in der Nähe des Projektstandorts aufgestellt werden, z. B. am Gebäude, das im Rahmen des Projekts ausgestattet bzw. renoviert wird. Die Tafeln können vor dem Sitz der Projektpartner platziert werden.

Falls die Projektmaßnahmen an mehreren Orten umgesetzt werden, stellen Sie die Tafeln an gut sichtbaren Stellen auf.

Bei Investitionen in die Infrastruktur (z. B. Radwege, Wanderwege) sollen Informationstafeln am Anfang und am Ende des vom Projekt betroffenen Abschnitts angebracht werden.

Die Informationstafel sollte während der Projektdauer und bis Zweckbindungsfrist ausgestellt werden. Der Zeitraum der Dauerhaftigkeit des Projekts ist im Zuwendungsvertrag festgelegt.

Die Informationstafel soll die folgenden Elemente enthalten:

- das Programmlogo bzw. das Projektlogo kombiniert mit dem Programmlogo (siehe Abschnitte 5.12.2 und 5.12.3),
- den Projekttitel (sofern er nicht in das Projektlogo eingebettet wurde),
- das Projektlogo, wenn es ein separates grafisches Element zu dem Programmlogo ist, v.a. dann wenn es mit einer in der Förderperiode 2007-2013, 2014-2020 entstandenen Marke verbunden ist,

- die Adresse der ProjektWebsite (sofern vorhanden) oder der ProgrammWebsite. Eine ProjektWebsite soll betrieben werden, solange die Informationstafel an ihrem Standort steht und muss aktuelle Informationen über das Projekt enthalten.

Sie können **maximal drei zusätzliche Logos** einfügen, z. B. Region, Landkreis, Projektpartner mit dem höchsten Beitrag, vorausgesetzt, dass diese Logos:

- am unteren Rand der Informationstafel, jedoch oberhalb der Adresse der Projekt-/Programm-Website angebracht werden,
- ein zusätzliches Logo / zusätzliche Logos dürfen nicht größer (höher oder breiter) als das Symbol der EU (die EU-Fahne) im Programmlogo sein

Programmlogo:

- soll größer sein als alle anderen grafischen Zeichen auf der Informationstafel
- soll im oberen Teil der Informationstafel platziert und gut sichtbar sein, je nach der Gesamtgröße der Informationstafel

Standardgrößen der Informationstafel, wahlweise:

- 80 cm x 40 cm (Breite x Höhe)
- 120 cm x 60 cm (Breite x Höhe)
- 240 cm x 120 cm (Breite x Höhe)



Abbildung 2: Beispiel für eine Informationstafel

5.3.1 Gemeinsame Informationstafel

Für den Fall, dass ein Partner am selben Standort (d.h. Sitz des Projektpartners oder Ort, wo eine Investition realisiert wird):

- mehrere Projekte mit Unterstützung des Interreg-Programms Polen – Sachsen 2021-2027 durchführt oder
- ein Projekt mit mehreren Etappen mit Unterstützung des Interreg-Programms Polen - Sachsen umsetzt,

kann eine gemeinsame Informationstafel für diese Projekte an diesem Standort aufgestellt werden.

Beispiele für gemeinsame Informationstafeln:

A.



B.



- A. Beispiel A - Erwägen Sie die Verwendung einer größeren Tafelgröße, wenn Sie eine Tafel für mehr als zwei Projekte vorbereiten.
- B. Beispiel B - für dasselbe Projekt, mit demselben Namen, mit weiterer Kofinanzierung zu einem späteren Zeitpunkt. Wenn sich der Name des Projekts in der späteren Durchführungsphase ändert, sollte die Tafel aus Beispiel A verwendet werden, auf der beide Projekttitle stehen.

Das Aufstellen einer gemeinsamen Tafel für mehrere Projekte ist eine optionale Lösung. Sie können aber auch eine Lösung wählen, bei der Sie für jedes einzelne Projekt eine eigene Tafel aufstellen.

Informationstafeln an historischen, geschichtlichen oder anderen besonderen Orten

Bei Tafeln an historischen, geschichtlichen oder anderen besonderen Orten empfehlen wir, Größe und Materialien zu verwenden, die zum Charakter des Ortes und Umgebung passen, ästhetisch ansprechend sind und die Landschaft respektieren. Bei Zweifeln über die Größe und das Material der Tafeln empfehlen wir, sich an das Gemeinsame Sekretariat zu wenden.

Jeder Projektpartner stellt eine in seiner Landessprache vorbereitete Informationstafel auf.

GUTE PRAKTIKEN

- ✓ Passen Sie die Gedenktafel an Natur der Investition an, z. B. eine eingravierte Plakette am modernisierten Gebäude / Gedenktafel oder an einer anderen gut sichtbaren Stelle am Eingang.
- ✓ Bei touristischen Projekten ist eine Gedenktafel zu empfehlen, die Teil einer größeren Gesamtheit ist, z. B. im Falle eines Wander- bzw. Radweges wäre denkbar, die Gedenktafel mit Projektinformationen an einer Schutzhütte anzubringen. Die Gedenktafel muss in jedem Fall alle erforderlichen Elemente enthalten.
- ✓ Bei längeren Wander-/Radwegen raten wir, die Standorte der Gedenktafeln mit Ihren Projektpartnern abzustimmen, sodass sie in etwa gleichmäßigen Abständen (mindestens aber am Anfang und am Ende des Wander-/Radweges) vorhanden sind.
- ✓ Verwenden Sie mit Ihren Projektpartnern eine einheitliche Beschilderung für Radwege, unabhängig davon, welcher Projektpartner sie erstellt.

SCHLECHTE PRAKTIKEN

- ✓ Weiße Standardtafel mit Farbaufdruck, die neben einem restaurierten historischen Holzgebäude angebracht ist, anstatt einer Gedenktafel, die zum Stil des Gebäudes passt.
- ✓ Verblasstes Aussehen, schiefe Formen der Gedenktafeln
- ✓ Eine Gedenktafel, die an einem nicht sichtbaren Standort angebracht ist, z. B. verdeckt hinter Bäumen.

5.4. **Zusätzliche Verpflichtungen für polnische Begünstigte von zweckgebundenen und nichtzweckgebundenen Haushaltsfonds**

Polnische Projektpartner, die aus dem Staatshaushalt oder aus zweckgebundenen öffentlichen Mitteln finanzierte oder kofinanzierte Projekte durchführen, sind verpflichtet, angemessene Informationen über diese Finanzierung oder Kofinanzierung zu liefern¹⁰. Wird das Vorhaben gleichzeitig aus Fördermitteln des Interreg-Programms Polen – Sachsen kofinanziert, ist diese Verpflichtung unabhängig von den Kommunikationsmaßnahmen zu erfüllen, die sich aus den EU-Vorschriften ergeben. Eine derartige Parallelität verschiedener Finanzierungsquellen kann vorkommen, wenn der Eigenbeitrag des Begünstigten zum Projekt aus dem Staatshaushalt oder aus zweckgebundenen öffentlichen Mitteln finanziert wird.

¹⁰ Verordnung des polnischen Ministerrats vom 7. Mai 2021 über die Festlegung von Informationstätigkeiten bei Einrichtungen, die aus dem Staatshaushalt oder aus zweckgebundenen öffentlichen Mitteln finanzierte oder kofinanzierte Vorhaben durchführen (polnisches Gesetzesblatt. 2021, Pos. 953) sowie Artikel 35a Absatz 1 und Artikel 35b des polnischen Gesetzes vom 27. August 2009 über öffentliche Finanzen (polnisches Gesetzesblatt 2021, Pos. 305).

Trifft dies auf Ihr Projekt zu, kann das bedeuten, dass der polnische Begünstigte zwei Informationstafeln erstellen muss - eine gemäß den EU-Vorschriften und die andere in Übereinstimmung an polnische staatliche Vorschriften.

Die Verordnung des Ministerrates legt fest:

- a) Arten von Informationsmaßnahmen
- b) Modalitäten dieser Maßnahmen, einschl. deren Zeitraum
- c) den maximalen Betrag der Förderung aus dem Haushaltsmitteln bzw. aus zweckgebundenen öffentlichen Mitteln, bis zu dessen Höhe keine Kommunikationspflicht besteht.

5.5. Plakat oder elektronischer Anzeiger

Wenn Sie nicht verpflichtet sind, eine Informationstafel anzufertigen, dann:

- müssen Sie an öffentlichen Standorten mindestens ein Plakat in mindestens A3-Größe oder eine ähnlich große elektronische Anzeige mit Informationen über das Projekt und die Förderung aus dem Programm aufhängen, und zwar
- **unmittelbar** nach Projektbeginn.

Ein Plakat oder eine elektronische Anzeige soll die gleichen Elemente enthalten wie die Informationstafeln. Hier gelten die gleichen Grundsätze an wie bei der Gestaltung von Informationstafeln. Das Plakat kann z. B. am Eingang zum Projektbüro, am Hauptsitz der Projektpartner, im Treppenraum oder im Projektteamraum angebracht werden.

Denken Sie daran, das Plakat zu ersetzen, wenn es beschädigt ist.

Jeder Projektpartner bereitet ein Plakat in seiner Landessprache vor.

5.6. Aufkleber

Beim Kauf von beweglichen Ausrüstungsgegenständen wird empfohlen, diese mit einem Aufkleber zu versehen. Der Aufkleber soll das Programmlogo bzw. Projektlogo/Projekttitle in Kombination mit dem Programmlogo gemäß den Leitlinien in den Abschnitten 5.12.2 und 5.12.3 dieses Leitfadens enthalten.

Die Aufkleber sollen auf einer sichtbaren Stelle aufgebracht werden. Dies betrifft:

- a) Anlagen, Maschinen, Geräte (z. B. Maschinen, Produktionsanlagen, Laborgeräte, Computer, Laptops),
- b) Verkehrsmittel (z. B. Autos, Polizeiautos, Straßenbahnen, Busse, Eisenbahnwaggons),
- c) Geräte (z. B. Labor-, Medizin-, Schulungsmodelle),
- d) Lehrmittel und Hilfsmittel (z. B. Tafeln, Lehrgeräte) usw.

Jeder Projektpartner bereitet Aufkleber in seiner Landessprache vor.



Abbildung 3. Beispiele für Aufkleber mit dem Programmlogo

5.7. Kommunikationsveranstaltung für strategische Projekte

Wenn Sie ein Projekt von strategischer Bedeutung oder ein Projekt, deren Gesamtkosten 5.000.000 EUR übersteigen (das KPF-Projekt), durchführen, sind Sie dazu verpflichtet, eine Kommunikationsveranstaltung zu organisieren, bei der die Europäische Kommission und die Verwaltungsbehörde einzubeziehen sind. Dies ist eine Gelegenheit, das Projekt einem breiteren Publikum vorzustellen und die positiven Veränderungen für das Land und die Region aufzuzeigen, die mit dem Projekt angestrebt werden bzw. erzielt worden sind.

Einladung der Europäischen Kommission und der Verwaltungsbehörde

Senden Sie die Einladung mindestens drei Monate im Voraus an die Europäische Kommission und die Verwaltungsbehörde. Wenden Sie sich an das Gemeinsame Sekretariat, um die entsprechenden Kontaktdaten zu erfragen. Dort erhalten Sie die E-Mail-Adressen und Namen der Personen, an die die Einladungen gerichtet werden sollen. Senden Sie den Inhalt der Einladung dem GS zur Kenntnis.

Achten Sie darauf, dass Ihre Einladung die folgenden Informationen enthält:

- grundlegende Projektdaten
- Zeit, Ort und Format der Veranstaltung
- Erwartungen an die Rolle und den Beitrag des Vertreters der Europäischen Kommission (eine aktive Beteiligung ist wünschenswert, z. B. eine Rede)

Verbinden Sie Ihre Einladung mit Informationen über das Projekt, den Zeitpunkt, den Veranstaltungsort und das Format der geplanten Veranstaltung. Arbeiten Sie bei der Organisation der Veranstaltung eng mit der Verwaltungsbehörde zusammen.

Vergessen Sie bitte nicht, **das Programmlogo** sowohl in Ihren Einladungen als auch bei der Vorbereitung von Informationsmaterial und während der Veranstaltung an gut sichtbaren Stellen zu verwenden.

Ein solche Kommunikationsveranstaltung kann durchgeführt werden als:

- eine Auftakt- oder Abschlusskonferenz, d. h. entweder während oder am Ende des Projekts;
- einen Tag der offenen Tür im Projekt mit Führungen, Besichtigungen hinter den Kulissen und Workshops,
- ein Wettbewerb,
- Ausstellung, Theatervorstellung, Messe usw.,
- Pressekonferenz, Studienbesuch(e) für Journalisten,

- Schau, Konzert,
- Vernetzung, Branchenveranstaltung,
- Debatte(n),
- Webinar
- Unterzeichnungszeremonie,
- Medienkampagne, in den sozialen Medien,
- Aktivitäten, die sich an Kinder richten, z. B. Bildungsmaßnahmen,
- Roadshow - eine zyklische oder parallele Veranstaltung, z. B. in verschiedenen Teilen der Grenzregion (mehrstündige, eintägige oder längere Treffen),
- Eine gemeinsame Veranstaltung von mehreren Projekten von strategischer Bedeutung im Programm.

Laden Sie auch die Öffentlichkeit ein, die an den Ergebnissen der Veranstaltung interessiert ist, entsprechend den Zielgruppen des Projekts, die Sie im Kommunikationsplan im Projektantrag genannt haben.

Einladung an die Medien

Zur Erhöhung der Reichweite und Sichtbarkeit:

- Bereiten Sie eine Einladung an die Medien vor und laden Sie die regionalen/lokalen Medien ein, z. B. führen Sie eine Pressekonferenz durch, laden Sie Journalisten zu einem Besuch des Projekts ein,
- senden Sie den Inhalt der Einladung an das GS, das die Einladung über die VB an die polnische Presseagentur (PAP) weiterleitet – somit erreichen Sie die nationalen Medien in Polen,
- Sie können zusätzliche Kampagnen durchführen, um die Veranstaltung und das Projekt zu bewerben,
- Sie können soziale Medien vor, während und nach der Veranstaltung nutzen, um Fotos, Audio- und Videoinhalte zu veröffentlichen.

Beachten Sie bei der Organisation dieser Veranstaltung auch die in Abschnitt 5.8 (a - f) dargelegten Grundsätze.

Pressemitteilung zur Veranstaltung

Bereiten Sie **vor der Veranstaltung eine Pressemitteilung** über die Veranstaltung vor und stimmen Sie diese mit der VB ab (die Kontaktadresse der VB erhalten Sie vom GS). Schicken Sie sie auch an den GS zur Kenntnis.

Informationen zur Erstellung einer Pressemitteilung finden Sie in Abschnitt 5.10 des Leitfadens. Zusätzlich zu den in Abschnitt 5.10 genannten Leitlinien verweisen Sie in der Pressemitteilung auf den Haushalt der Europäischen Union / das Interreg-Programm (direkt im Titel, Untertitel oder Text (Entwicklung) der Pressemitteilung). Verwenden Sie keine Programmabkürzung, die in der Öffentlichkeit nicht bekannt ist.

Ist der Vertreter/die Vertreterin der Europäischen Kommission nicht in der Lage, an der Veranstaltung teilzunehmen, bitten Sie ihn/sie rechtzeitig (vor der Veranstaltung) um ein Zitat und nehmen Sie es in die Pressemitteilung auf.

Senden Sie **nach der Veranstaltung** die endgültige Fassung der Pressemitteilung an die lokalen Presseagenturen weiter. Ihr Partner von der anderen Seite der Grenze sollte diese Mitteilung auch an seine lokalen Presseagenturen weiterleiten. Die VB leitet sie an die polnische Presseagentur weiter. Fotos der Veranstaltung sollten der Pressemitteilung beigelegt werden. Wenn Sie nicht über eine eigene Medienliste verfügen, wenden Sie sich bitte an das GS / die VB.

Audiovisuelles Material

Wenn Sie audiovisuelles Material im Zusammenhang mit der Informationsveranstaltung, aber auch mit anderen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen vorbereiten, sollten Sie die folgenden Regeln beachten:

1. Ein deutlicher Hinweis auf die EU-Förderung sollte in allen audiovisuellen Materialien enthalten sein: Das Programmlogo sollte im Layout ständig sichtbar sein (Kleingedrucktes oder ein Hinweis von wenigen Sekunden am Ende des Spots ist nicht ausreichend).
2. Audiovisuelles Material sollte nur der Förderung des Projekts dienen und einen Beitrag zur EU-Politik leisten, nicht aber der Förderung von Institutionen, Einzelpersonen und lokalen politischen Einrichtungen/Aktivitäten.
3. Verwenden Sie in der Kommunikation mit der Öffentlichkeit und anderen Zielgruppen die Bezeichnung „**strategisches Projekt**“.
4. Alle vom Begünstigten im Zusammenhang mit den Werbemaßnahmen erstellten Materialien sollten der Europäischen Kommission zur Verfügung gestellt werden.

Symbolische Übergabe des Zuwendungsvertrags

Wenn Sie für Ihre Informationsveranstaltung eine symbolische Übergabe des Zuwendungsvertrags planen, denken Sie bitte daran, dass das **Programmlogo** auf dem symbolischen Scheck gut sichtbar ist. Das Programmlogo sollte auch in einem angemessenen Verhältnis zu den anderen Logos stehen. Wir empfehlen Ihnen, das Gemeinsame Sekretariat für grafische Entwürfe zu konsultieren.

Soziale Medien

Vergessen Sie nicht, die EU-Förderung auf Ihren Social-Media-Kanälen zu kommunizieren. Verwenden Sie Hashtags:

#CohesionPolicy

#Interreg

#InterregPLSN

#UE,

#EuropeanCommission

#InterregPolenSachsen

sowie Projekttypische und andere, zum Beispiel solche, die thematisch mit den Projektaktivitäten zusammenhängen (siehe Abschnitt 5.1.).

Markieren Sie in Ihren Beiträgen die Europäische Kommission, DG Regio / Interreg oder EURegioInterreg (FB) / @RegioInterreg (X).

Kurze universelle Spots sind ebenfalls erwünscht. Auch in dieser Hinsicht kann das GS hilfreich sein.

5.8. Projektveranstaltungen

Sie können verschiedene Arten von Informationsveranstaltungen organisieren, um Ihr Projekt und dessen Ergebnisse zu präsentieren. Zum Beispiel:

- thematische Konferenzen zu einem bestimmten Thema, mit einer Präsentation des Projekts, der Forschungsergebnisse und einer Diskussion mit Fachexperten,
- Workshops zu Innovation und Unternehmertum, z. B. für junge Menschen, in Projekten, die sich mit diesen Themen befassen,
- öffentliche Spaziergänge in einem Park, welcher im Rahmen des Projekts renoviert wurde.

! Wenn Sie sich entschließen, diese Art von Veranstaltung zu organisieren, empfehlen wir, einige Regeln zu beachten:

- ✓ Passen Sie die Art der Veranstaltung an den Projektschwerpunkt und das Publikum an - thematische Konferenzen sind beispielsweise eine gute Gelegenheit, unterschiedlichen Institutionen und lokalen Entscheidungsträgern die Forschungsergebnisse und die im Projekt entwickelten Verfahren vorzustellen.
Öffentliche Spaziergänge richten sich demgegenüber an lokale Bevölkerung und Medien, um konkrete Ergebnisse Ihres Vorhabens vorzustellen. Sie können auch eine Outdoor-Fotoausstellung organisieren, wo der Park "vor und nach" dem Projekt gezeigt wird.
- ✓ Wählen Sie einen geeigneten Veranstaltungsort, d. h. einen Ort, der mit öffentlichen Verkehrsmitteln leicht zu erreichen ist, auch für Menschen mit Behinderungen. Für Menschen mit Mobilitätsproblemen ist es am besten, wenn sich der Veranstaltungsraum im Erdgeschoss oder in einem Gebäude mit einem Fahrstuhl befindet.
- ✓ Wählen Sie ein geeignetes Datum - vergewissern Sie sich, dass keine andere Veranstaltung am geplanten Veranstaltungstag stattfindet, die für Ihr ausgewähltes Zielpublikum ebenso attraktiv wäre. Beachten Sie auch etwaige Feier- und Festtage in Polen und Sachsen.
- ✓ Laden Sie Projektpartner und die lokale Gemeinschaft aus dem Nachbarland ein, da Veranstaltungen bei grenzüberschreitenden Projekten gemeinsam organisiert werden sollen.
- ✓ Kennzeichnen Sie den Veranstaltungsort mit Informationen über erhaltene Förderung aus dem Programm. So können Sie zum Beispiel ein Plakat an die Eingangstür des Gebäudes, beim Veranstaltungsraum und stellen Sie ein Roll-up im Raum auf. All diese Medien müssen das Programmlogo und den Hinweis enthalten, dass die Veranstaltung im Rahmen eines bestimmten Projekts stattfindet (Projekttitel, ggf. Logo). Sie können über die Förderung auch zu Beginn der Veranstaltung mündlich informieren und diese Angabe auch in den Unterlagen für Teilnehmende oder in Ihre Präsentation aufnehmen.
- ✓ Versuchen Sie, die Veranstaltung "grün", d.h. umweltschonend zu gestalten:
 - Verzichten Sie auf gedruckte Einladungen, versenden Sie sie lieber per E-Mail,
 - Verzichten Sie auf gedruckte Veranstaltungsunterlagen: diese können vielmehr nach der Konferenz per E-Mail versendet oder auf Ihrer Website zum Download bereitgestellt werden,

- Verwenden Sie kein Plastikgeschirr oder -besteck.
- ✓ Informieren Sie das Gemeinsame Sekretariat und die zuständige Kontrollinstanz über die geplante Veranstaltung. Die Informationen sollen mindestens 14 Tage vor der geplanten Maßnahme an das GS und die Kontrollinstanz per E-Mail versendet werden. Im Falle eines Kleinprojekts informieren Sie die KPF-Institution. Damit gewinnen Sie einen zusätzlichen Kommunikationskanal für Ihr Projekt, wie z.B. die ProgrammWebsite.

5.9. Von den Programm- und EU-Institutionen organisierte Veranstaltungen

Das Gemeinsame Sekretariat, die Verwaltungsbehörde und die Europäische Kommission (über das Gemeinsame Sekretariat oder die Verwaltungsbehörde) können Sie zur Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen, Wettbewerben und Aktionen einladen, die darauf abzielen, Informationen über die Ihren Projektbeitrag zu den Ergebnissen des Programms, der europäischen Fonds, der Marke Interreg oder der Kohäsionspolitik zu vermitteln.

Nehmen Sie teil an diesen Veranstaltungen! Auf diese Weise gewinnen Sie:

- eine zusätzliche Möglichkeit, das Projekt auf regionaler, nationaler oder europäischer Ebene zu präsentieren,
- das Interesse der Öffentlichkeit,
- neue potentielle Kooperationspartner für Ihre Projekte,
- neue Kenntnisse und Erfahrungen durch den Austausch mit anderen Teilnehmern.

Zu diesen Veranstaltungen gehören unter anderem:

- [Interreg Cooperation Day](https://interregcooperationday.eu/) - Tag der Interreg Zusammenarbeit - wird jedes Jahr am 21. September gefeiert. Eine Reihe von Festlichkeiten im Zusammenhang mit diesem Fest finden jedoch sowohl vor, als auch nach dem 21. September statt. Überall in Europa werden Veranstaltungen angeboten, an denen die positiven Ergebnisse der territorialen Zusammenarbeit präsentiert werden. Die Projekte öffnen ihre Türen für Besucher, veranstalten Wettbewerbe und andere Attraktionen. Mehr dazu finden Sie auf der Website: <https://interregcooperationday.eu/>. Wenn Sie Projektveranstaltungen planen, so sind die Termine um den Interreg Day besonders erwägenswert. Auf diese Weise haben Sie die Möglichkeit, Ihr Projekt auf breiter Basis bekannt zu machen. Die Initiative wird von [Interact](#) koordiniert.
- [Regiostars Awards](#) - ein von der Europäischen Kommission organisierter Wettbewerb für EU-geförderte Projekte. Ihr Ziel ist es, Best-Practice-Ansätze in der Regionalentwicklung und innovative EU-Projekte zu ermitteln, von denen Regionen und Projektträger in der gesamten Europäischen Union inspiriert werden können. Die Preisträger stehen im Mittelpunkt der EU-Kommunikationsmaßnahmen.
- [Tage der Europäischen Fonds](#) (TEF) - die größte Veranstaltung mit dem Schwerpunkt EU-Fördermittel in Polen, bei der EU-geförderte Projekte ihre Türen öffnen und viele Attraktionen für Interessierte bieten. TOTEF ist Teil der Kampagne [#EUinmyregion](#) der Europäischen Kommission. Die Tage WebsiteEuropäischen Fonds werden in Polen, in polnischer Sprache, organisiert.

- Andere, auch in Sachsen und anderen Ländern organisierte Vorhaben, z. B.: Festivals, Messen, Netzwerke, Foren, Konferenzen, Wettbewerbe, jährliche Veranstaltungen anderer Interreg-Programme, zyklische Veranstaltungen von Institutionen, z. B. Offene Türen des deutschen Generalkonsulats in Breslau, Feierlichkeiten zum 9. Mai anlässlich des Europatages, Veranstaltungen des Verbindungsbüros des Freistaates Sachsen in Breslau, der Wirtschaftsförderung Sachsen mit Sitz in Breslau, des Verbindungsbüros der Woiwodschaft Niederschlesien in Dresden.

5.10. Informationsmaterialien und Veröffentlichungen

Informationsmaterialien

Informationsmaterialien sollen der Bewerbung des Programms und des Projekts dienen, daher sollen sie mit dem Programmlogo bzw. dem Projektlogo kombiniert mit dem Programmlogo oder eventuell einem separaten Projektlogo versehen werden. Diese Materialien sollen u. a. sein:

- praktisch und notwendig (**keine so genannten "Give-Aways"** Siehe Abschnitt X.4.4 Buchstabe e) Kosten für externe Expertise und Dienstleistungen im Programmhandbuch),
- europäisch, lokal (empfehlenswert!),
- nachhaltig, umweltfreundlich (z. B. recycelt, wiederverwertbar, aus Materialien hergestellt, die bei ihrer Zersetzung die Umwelt nicht schädigen),
- wiederverwendbar,
- die der Art/Thematik des Projekts entsprechen.

Beispiele hierfür sind:

- eine Reihe von Materialien für Konferenzen, Workshops oder Tagungen: Papier- oder Stofftasche, Notizbuch aus Recyclingpapier, Bleistift, Kugelschreiber mit Papier- statt Plastikhülle, Präsentationen, die nur auf der Website des Veranstalters zur Verfügung gestellt oder nach der Tagung per E-Mail versendet werden,
- Projektflyer,
- für Tourismusmessen: Karten mit Projektstandorten,
- für Open-Air-Veranstaltungen, Wettbewerbe: Pflanzensamen zum Einpflanzen, Saatgutkits und Grundlagen für die Herstellung von Blumenbomben für Bestäuber, Insektenhäuser zum Selbstbau aus umweltfreundlichen Materialien.



Der Kauf und die Verteilung von Give-Aways (sog. Gadgets) ist grundsätzlich nicht zulässig. Ausgenommen davon sind Preise bei Wettbewerben oder Give-Aways, die als zielgerichtete Bereicherung einer anderen Kommunikationsmaßnahme verteilt werden.

Wenn Sie Werbematerialien bei Wettbewerben, Veranstaltungen, verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen, die sich an die Öffentlichkeit und Projektteilnehmer von der anderen Seite der Grenze richten, verwenden wollen, bereiten Sie diese auch in der Nachbarsprache bzw. zweisprachig vor.

GUTE PRAKTIKEN

- ✓ Sorgen Sie für die Dauerhaftigkeit des Programmlogos auf den Materialien, z. B. durch Gravur, Druck, Stickerei usw.

SCHLECHTE PRAKTIKEN

- ✓ Kennzeichnung von Materialien mit einem nicht dauerhaften Aufkleber, d. h. abriebfest, witterungsanfällig (Regen, Schnee), leicht ablösbar.
- ✓ Kennzeichnung nur auf der Verpackung, in der sich die Informationsmaterialien befinden.

Veröffentlichungen

Wenn Sie planen, in Ihrem Projekt eine Publikation wie ein Buch, ein Handbuch, ein Album, Informationsbroschüre¹¹ usw. zu erstellen, denken Sie daran, diese auch in der Sprache des Nachbarlandes zu veröffentlichen. Um sicherzustellen, dass die Veröffentlichung sowohl für polnische als auch für deutsche Interessierte zugänglich ist, können Sie entweder eine zweisprachige Version oder zwei getrennte Sprachversionen erstellen: Polnisch und Deutsch. Wenn Sie **sich für die zweite Option entscheiden, muss auf jedem Exemplar der folgende Inhalt in beiden Sprachen zu sehen sein:**

**"Diese Veröffentlichung ist ebenfalls in der deutschen/polnischen Sprachversion verfügbar."
(Zutreffendes auswählen)**

"Niniejsza publikacja jest również dostępna w języku niemieckim / polskim."

Um die Reichweite der Veröffentlichung zu erhöhen, stellen Sie auch die elektronische Version (digital, barrierefrei) auf die Projekt-Website/Website Ihrer Einrichtung bereit.

Informieren Sie das GS, dass Sie eine Veröffentlichung herausgegeben haben (das gehört zu den Pflichten des Begünstigten) und stellen Sie ein Exemplar zur Verfügung oder senden Sie einen Link dazu. Auf diese Weise kommen Sie nicht nur Ihrer Verpflichtung nach, sondern Sie erhalten auch einen zusätzlichen Kommunikationskanal zur Verfügung (Website und Sozial-Media-Profil des Programms).

Kennzeichnen Sie die Veröffentlichung mit dem Programmlogo bzw. mit dem Projektlogo kombiniert mit dem Programmlogo, ggf. mit einem separaten Projektlogo. Dieses Logo soll auf der Außenseite des Umschlags angebracht werden.

¹¹ Eine Informationsbroschüre hat mindestens 4 Seiten. Bei weniger als 4 Seiten handelt es sich um ein Flyer.

Fügen Sie zudem die folgenden Vermerke ein: "Kostenloses Exemplar" und "Die alleinige Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren und kann nicht mit dem offiziellen Standpunkt der Europäischen Union gleichgesetzt werden".

Bewahren Sie ein Exemplar der Veröffentlichung zur Einsichtnahme in der Projekttakte auf.

Pressemitteilungen

Eine Pressemitteilung ist eine Mitteilung, die sich an Journalisten und folglich auch an die Zielgruppen Ihres Projekts, die Öffentlichkeit richtet und die wichtigsten Informationen über Ihr Projekt, die durchgeführten (durchzuführenden) Maßnahmen und die erzielten (bzw. zu erzielenden) Ergebnisse enthält.

Warum Pressemitteilungen erstellen und versenden?

Mit Pressemitteilungen können Sie ein breiteres Publikum erreichen und Ihr Projekt kostenlos bewerben. Achten Sie darauf, dass Sie nur Pressemitteilungen versenden, die tatsächlich *Nachrichten* / *News* enthalten. Nicht bei jeder Information handelt es sich um ein *News*.

Was sind News?

Informationen mit folgenden Eigenschaften:

- relevant und interessant für die Zielgruppe des Journalisten sein (z. B. eine Pressemitteilung über ein Natur- und Kulturerbeprojekt an einen Journalisten senden, der mit Reisemagazinen zusammenarbeitet),
- neu,
- ungewöhnlich, überraschend,
- aufzeigen, was sich geändert hat (welche positive Änderung in Folge des Projekts zustande gekommen ist)
- mit Bezug auf die Menschen, ihr Leben usw.
- nah, antastbar: lokale Informationen, sog. Storytelling

Was ist kein News?

Die Informationen über die internen Abläufe, die schlecht geschrieben und kompliziert sind.

Worüber sind die News?

- über projektbezogene Ereignisse und Veranstaltungen von hoher bzw. sehr hoher Bedeutung, die stattfinden sollen oder stattgefunden haben, z. B. Auftaktkonferenz, Abschlusskonferenz,
- über begonnene Forschungsmaßnahmen, und dann über deren Ergebnisse,
- über den Abschluss einer wichtigen Phase des Projekts, ein wichtiges Ergebnis, z. B.: Fertigstellung eines Radwegs, Entwicklung einer gemeinsamen Strategie zur Bekämpfung der Auswirkungen des Klimawandels
- neuer Produkt auf dem Markt, z. B.: im Tourismus - Schaffung und Beschilderung eines neuen Wanderweges, Entwicklung einer mobilen App für den Wanderweg

Wie schreibt man News?

1. Schreiben Sie einfach, vermeiden Sie komplizierte Fachausdrücke und Abkürzungen.
2. Machen Sie es kurz. Eine Pressemitteilung soll nicht länger als eine A4-Seite sein.
3. Achten Sie auf sprachliche Korrektheit. Überprüfen Sie die Rechtschreibung, Grammatik und den Stil.
4. Informationen sollen aktuell sein und der Wahrheit entsprechen.
5. Seien Sie konkret. Überlegen Sie, womit Sie Ihre Informationen belegen können - berufen Sie sich auf konkrete Zahlen, Forschungsergebnisse oder Expertenwissen.
6. Denken Sie an Bild und Ton: Fotos aus der Veranstaltung, Grafiken, Videos, Audiodateien mit Aussagen über die Veranstaltung usw. Die Medien werden derartige Materialien dankbar annehmen und ggf. ihren Artikeln beifügen. Achten Sie auf die Qualität dieser Materialien.
7. Denken Sie daran, ob sich die angesprochenen Medien tatsächlich für den Themenbereich Ihres Projektes interessieren können.
8. Aktualisieren Sie laufend Ihren Presseverteiler.
9. Senden Sie Informationen per E-Mail.
10. Bereiten Sie eine Pressemitteilung nach der untenstehenden Vorlage vor.

Vorlage für eine Pressemitteilung

1. **Datum** – steht ganz oben und bestätigt, dass die Informationen auf dem neuesten Stand sind.
2. **Titel** – interessant und einprägsam; oft entscheidet der Titel darüber, ob ein Journalist den Rest des Textes überhaupt lesen und interessant finden wird.
3. **Untertitel** – mit weiteren, präzisierenden Informationen.
4. **Lead** – ist die Hauptaussage, die die gesamte Notiz zusammenfasst. Er soll aus höchstens drei einfachen, sachlichen Sätzen bestehen, die auf die folgenden Fragen eingehen: **Wer?, Was?, Wann?, Wo?, Warum?, Wie?**
5. **Erweiterung** – hier können Sie eine **Aussage** einfügen (kurzes Zitat, in einfacher Sprache formuliert, das eine Meinung, nicht aber eine Tatsache vermittelt, Wiederholungen verwenden, kontrastieren). Es handelt sich um eine Aussage, die Sie aus irgendeinem Grund für wichtig halten, dann **weitere Einzelheiten** nennen, den **Kontext** beschreiben.
6. **Zusätzliche Informationen/Kontaktangaben** – hier die Kontaktangaben (Name, E-Mail-Adresse, Telefonnummer) von Ihnen bzw. einer anderen kompetenten Ansprechperson, für den Fall, dass Journalisten weitere Fragen haben. Vergessen Sie nicht den **Projekttitel, die Bezeichnung des Kooperationsprogramms und das Programmlogo**.

5.11. Programmlogo ¹²

Das Interreg-Logo besteht aus dem Begriff Interreg, dem Emblem der Europäischen Union und einem Hinweis auf die Kofinanzierung. Es wurde als Grundlage für das **Logo des** Kooperationsprogramms INTERREG Polen – Sachsen verwendet. Der Name des Programms ist unter dem

¹² Das Kapitel über das Programmlogo, den Projekttitel und das Logo, die Icons und die Farben basiert auf dem *Interreg Brand Design Manual*, das im Rahmen des Programms Interact in Auftrag gegeben.

Interreg-Begriff zu finden.



Abbildung 4. Logo des Kooperationsprogramms Interreg Polen - Sachsen 2021-2027 in einer zweisprachigen Version (universal)

Das Programmlogo kann von der Programm-Website heruntergeladen werden: www.plsn.eu. Es ist sowohl in Farbe als auch in Schwarz-Weiß erhältlich.

In der Regel wird empfohlen, ein farbiges Logo auf weißem oder sehr hellem Hintergrund zu verwenden.

Ein schwarz-weißes/monochromes Logo ist zum Beispiel akzeptabel:

- wenn es aufgrund der Art des Materials/der Oberfläche, auf dem/der das Logo angebracht wird, nicht möglich ist, ein farbiges Logo anzubringen, z. B. auf Stein,
- in einfarbigen, papierbasierten Materialien, z. B. Publikationen, Flyern, Projektunterlagen,
- wenn sie mit geringeren Kosten verbunden ist, z. B.: Die Kosten für den Druck eines Schwarz-Weiß-Logos auf eine Stofftasche sind geringer als die Kosten für den Druck eines Farblogos; das Kopieren von Materialien für die Workshops des Projekts in Schwarz-Weiß ist billiger als das Kopieren in Farbe.

Wenn Sie ein farbiges Programmlogo auf einem dunklen Hintergrund anbringen müssen, verwenden Sie ein weißes Rechteck darunter.



Abbildung 6: Beispiel für die Verwendung des Basislogos des Kooperationsprogramms Interreg Polen - Sachsen 2021-2027 auf dunklem Hintergrund

Wenn die Verwendung eines weißen Hintergrunds nicht möglich ist (aus Platzmangel, aus dem Kontext heraus, weil ein weißer Hintergrund ein wichtiges Element des Fotos verdeckt), können Sie eine weiße und eine farbige Version des Logos verwenden. In diesem Fall müssen das Programmlogo, das Emblem der Europäischen Union und die Angaben zur Kofinanzierung in weißer Farbe erscheinen. Die Größe des Randes des EU-Emblems beträgt 1/25 der Höhe des Emblems.

Weißer Farbe:

Pantone /

CMYK 0 / 0 / 0 / 0

HEX fffff

RGB 255 / 255 / 255



Abbildung 7: Beispiel für die Verwendung des weißen und farbigen Logos des Kooperationsprogramms Interreg Polen - Sachsen 2021-2027 auf dunklem Hintergrund

5.11.1. Regeln für die Verwendung des Programmlogos

Die Verwendung des Programmlogos ist obligatorisch:

- auf Projektwebsite (falls im Projekt enthalten), der Websites der Projektpartner, auf denen die Projektbeschreibung veröffentlicht ist
- in Profilen in den sozialen Medien (falls zutreffend)
- auf Informationstafeln
- auf Plakaten
- auf Informations- und Werbematerialien
- auf Aufklebern auf gekaufter Ausstattung
- in Korrespondenz mit den Programminstitutionen
- in Ausschreibungsunterlagen, Verträgen usw.

5.12. Projekttitle und Logo

5.12.1. Projekttitel

Wir empfehlen kurze, einprägsame Projekttitel, die eine klare Aussage über das Hauptthema des Projekts enthalten. Diese sind für das Publikum leichter zu merken und daher leichter zu bewerben sowie mit dem Programmlogo zu kombinieren.

!! Verwenden Sie die folgenden Tipps, um einen Namen zu erstellen:

- Nennen Sie kurz das Thema des Projekts. *Beispiel: Grünes Grenzland*
- Geben Sie an, wo die Maßnahme durchgeführt wurde. *Beispiel: Abenteuer im Gebirge, Abenteuer Neiß*
- Verwenden Sie Wortspiele. *Beispiel: EnergyTransPolSax*

5.12.2. Projektlogo

Die Projektpartner können ein Logo für ihr Projekt erstellen. Wenn der Projekttitel oder das Logo verwendet wird, soll auch das Programmlogo verwendet werden. Im Bereich des Programmlogos und des Projektlogos/Projekttitels sollen keine weiteren visuellen Elemente hinzugefügt werden.

Wenn Sie vorhaben, ein Logo für das Projekt zu erstellen, sollen Sie ein Budget für dessen Entwicklung einplanen. Eine grafische Kombination des Projekttitels/Logos mit dem Programmlogo kann ebenfalls Kosten verursachen.

Logos, die in früheren Programmperioden (2014-2020, 2007-2013) entwickelt wurden, können weiterhin verwendet werden, insbesondere, wenn sie mit der Marke verbunden sind, die in Projekten im Rahmen des Kooperationsprogramms INTERREG Polen – Sachsen entwickelt wurde.



Abbildung 8: Beispiel eines Logos für ein im Rahmen des Programms 2014-2020 durchgeführtes Projekt

Diese Logos können in Übereinstimmung mit den neuen Regeln für die Kombination des Programmlogos mit dem Projektlogo verwendet werden. Dies ist eine Option, keine Verpflichtung. Wenn das Projektlogo z. B. aus gestalterischen oder visuellen Gründen nicht mit dem Programmlogo im Einklang steht oder schlecht aussieht, können Sie beide Logos auf einem bestimmten Material getrennt verwenden - als nicht miteinander verbunden. **Im Zweifelsfall wenden Sie sich bitte an das Gemeinsame Sekretariat.**

5.12.3. Technische Fragen im Zusammenhang mit dem Projekttitle und dem Logo

A. Einführung

Ein Projekttitle im Logo soll:

- die Farbe des jeweiligen thematischen Ziels (Bereichs) annehmen, im Rahmen dessen das Projekt gefördert wurde,
- in der Schriftart Montserrat Medium geschrieben werden.

Der Projekttitle darf die Breite der in Abbildung 9 angegebenen Fläche nicht überschreiten. Außerdem darf die Schriftgröße nicht größer als 1 "e" und nicht kleiner als ½ "e" sein (die rosafarbenen Quadrate in der Grafik). In beiden Fällen wird der erste Großbuchstabe verwendet.

Passt der Projekttitle nicht in eine Zeile in dem oben genannten Bereich, kann er auf zwei Zeilen aufgeteilt werden, wobei der Titel jedoch den vorgesehenen Bereich nicht überschreiten darf.

Im Folgenden werden die wichtigsten Punkte anhand eines Beispiels aus dem Interreg-Handbuch für Markendesign erläutert.



Abbildung 9: Schema für Integration des Projekttitle mit dem Logo des Interreg-Programms (vertikal)



Abbildung 10: Beispiel für einen Projekttitle, der mit dem Logo des Interreg-Programms (vertikal) integriert ist



Abbildung 11: Beispiel für ein Projektlogo, das mit dem Logo des Interreg-Programms integriert ist (vertikal)

B. Projekttitle/Logotypbereich

Breite: Die Fläche für den Projekttitle oder das Logo entspricht der Breite des kombinierten Interreg-Begriffs und EU-Emblem (ohne den weißen Rand).

Höhe: Die maximale Höhe entspricht der Höhe des EU-Emblems (ohne weißen Rand).

C. Standardposition

Der Projekttitle / Das Projektlogo soll unter dem Programmlogo platziert werden, getrennt durch eine dünne gerade Linie. Projekttitle/Projektlogo wird in der oberen linken Ecke des vorgesehenen Bereichs angebracht.

D. Horizontale Lage

Der Projekttitle/Projektlogo kann auch links oder rechts vom Programmlogo platziert werden, sofern sie durch eine dünne gerade Linie von diesem getrennt sind und der Mindestabstand auf beiden Seiten der Linie eingehalten wird.

Der Projekttitle/Projektlogo darf niemals oberhalb des Programmlogos platziert werden.

Wenn sich Projekttitle/Projektlogo rechts vom Programmlogo befindet, soll er links von der bezeichneten Fläche ausgerichtet werden - mit der Grundlinie der Buchstaben an der Grundlinie der Buchstaben des Begriffs Interreg ausgerichtet.



Abbildung 12: Schema für die horizontale Integration des Projektstitels mit dem Logo des Interreg-Programms, Option Nr. 1



Abbildung 13: Beispiel für einen Projektstitel, der horizontal in das Logo des Interreg-Programms integriert ist, Option Nr. 1



Abbildung 14: Beispiel für ein Projektlogo, das horizontal mit dem Logo des Interreg-Programms integriert ist, Option Nr. 1

Wenn sich der Projekttitel/Logo links vom Programmlogo befindet, soll er rechts von der bezeichneten Fläche ausgerichtet werden, wobei die Grundlinie der Buchstaben an der Grundlinie der Buchstaben des Begriffs Interreg ausgerichtet werden soll.

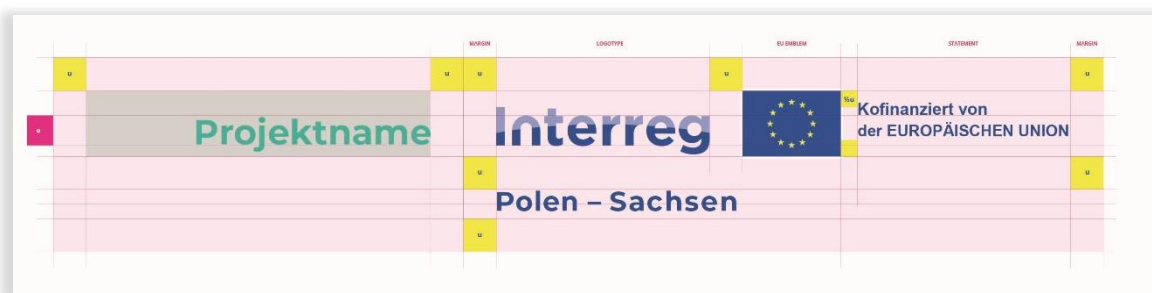


Abbildung 15: Schema für die horizontale Integration des Projektstitels mit dem Logo des Interreg-Programms, Option Nr. 2

E. Leitung

Eine Linie in Reflexblau (der Hauptfarbe der EU-Marke) trennt das Programmlogo vom Projekttitel/Projektlogo. Die Linie befindet sich genau in einer Entfernung von genau 1 "u" unterhalb des Programmlogos und 1 "u" oberhalb des Projektbereichs (gelbe Quadrate in der Grafik). Die Linie erstreckt sich über die gesamte Breite des Programmlogos und weist keine Zwischenräume auf.

Siehe Abbildung 9 (oben).

Wenn der Projekttitel/Projektlogo horizontal im Verhältnis zum Programmlogo positioniert ist, wird die Linie vertikal mit einem "u" vom Begriff Interreg und einem "u" vom Projektgebiet (gelbe Quadrate) ausgerichtet.

Siehe Abbildungen 12 und 15 (oben).

Farbe: Reflex Blue

Pantone: Reflex Blue

CMYK: 100 / 80 / 0 / 0 (Druck)

HEX: 003399 (Ähnliches System wie RGB, jedoch mit Abstufung von "00" bis "FF" (hexadezimal) pro Kanal. Für Web-Design).

RGB: 0 / 51 / 153 (Darstellung auf einem Computerbildschirm)

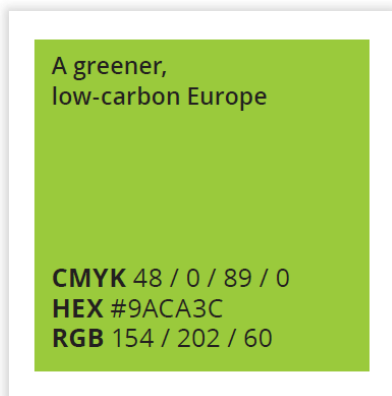
F. Sprache

Der Projekttitel kann nur in einer Sprache verwendet werden. Wenn Sie Projektlogos in verschiedenen Sprachen benötigen, sollen Sie für jede Sprache ein getrenntes Logo erstellen.

G. Farbe

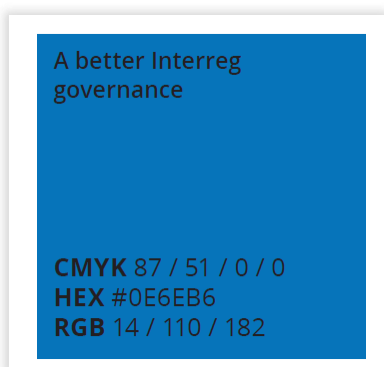
Die Projekttitel sollen immer in der entsprechenden Farbe des thematischen Ziels (Förderbereich von Interreg), auf das sich die Programmpriorität bezieht, dargestellt werden.

Priorität I: Ein nachhaltiger Grenzraum



Prioritätsachse II: Ein lebenswerter Grenzraum – Bildung, Kultur und Tourismus





H. Wie ist die Interreg-Marke für das Programmlogo und Projektlogo zu verwenden

Die Art und die Dimensionen des Trägers bestimmen, wie die Marke Interreg präsentiert wird. Die Marke steht für den kombinierten Begriff Interreg mit dem EU-Emblem ohne weißem Rand und Angaben zu Kofinanzierung. Die Mindestabmessungen der Marke für Druck-, Elektronik- und Videomaterialien sind unten angegeben.

Die Breite, die zur Berechnung der Abmessungen und der Position der Marke verwendet wird, ist die Breite des Begriffs Interreg und des EU-Emblems, ohne einem weißen Rand und Angaben zu Kofinanzierung. Die Abmessungen der Marke sollen nicht kleiner sein als in Tabelle 1 angegeben.

Die Mindesthöhe des EU-Emblems muss 1 cm betragen. Für bestimmte Materialien wie Kugelschreiber oder Visitenkarten kann das EU-Emblem in einer kleineren Größe erstellt werden.



Abbildung 16: Interreg-Markendimensionen am Beispiel des Interreg-Programmlogos

Tabelle 1 Träger vs. Mindestbreite der Marke Interreg

Medien	Mindestbreite der Interreg-Marke
Druckformat A4 Hochformat (210 x 297 mm)	52,5 mm
Druckformat A4 Querformat (297 x 210 mm)	52,5 mm
Druckformat A5 Hochformat (148 x 210 mm)	52,5 mm
Druckformat A5 Querformat (210 x 148 mm)	52,5 mm
Gedruckte Visitenkarte (85 x 55 mm)	26,25 mm

Gedrucktes Schild, vertikal, beliebiges Großformat A2+	52,5 mm
Gedrucktes Schild, horizontal, beliebiges Großformat A2+	52,5 mm
Smartphone-Bildschirm (960 x 640 px)	240 px
Tablet-Bildschirm (1024 x 768 px)	240 px
Laptop-Bildschirm (1920 x 1080 px)	300 px
Desktop-Bildschirm (2560 x 1440 px)	300 px
PowerPoint 16:9 Präsentation (254 x 142,88 mm)	52,5 mm
FULLHD-Video (1920 x 1080 px)	300 px
HD-Video (1280 x 720 px)	300 px
SD-Video (1050 x 576 px)	240 px

Grundsätze

Es gibt drei Regeln, die die Größe der Interreg-Marke bestimmen. Sie gelten für alle Formate, ob gedruckt, digital, klein, groß, vertikal oder horizontal.

1. Abmessungen des Schriftzugs

Die Breite des integrierten Interreg-Begriffs mit dem EU-Emblem ohne Angaben zu Kofinanzierung entspricht einem Viertel ($1/4$ A) der gesamten Seitenbreite (A).

2. Abmessungen der Ränder

Nachdem die Breite des Logos ($1/4$ A) im Verhältnis zur Breite der Seite (A) berechnet wurde, wird die sich daraus ergebende Breite des EU-Emblems (F) verwendet, um die Abmessungen aller äußeren Ränder (oben, unten, vertikal und horizontal) zu bestimmen.

Ränder im Verhältnis zum Programmlogo: 1 F

Ränder in Bezug auf den Projekttitel: 1 F

3. Position des Logos

Der Schriftzug des Logos soll immer genau im Verhältnis zu den Randlinien positioniert werden. Es soll vorzugsweise in der linken oberen Ecke der Seite platziert werden, wobei die linke und obere Randlinie mit der linken und oberen Seite des Logos übereinstimmen sollen.

Falls Sie ein kleineres Logo verwenden müssen, z. B. wenn Sie andere Logos oder Elemente verwenden müssen, müssen Sie diese Regel nicht anwenden. In einem solchen Fall ist die in Tabelle 1 angegebene Mindestgröße anzuwenden.

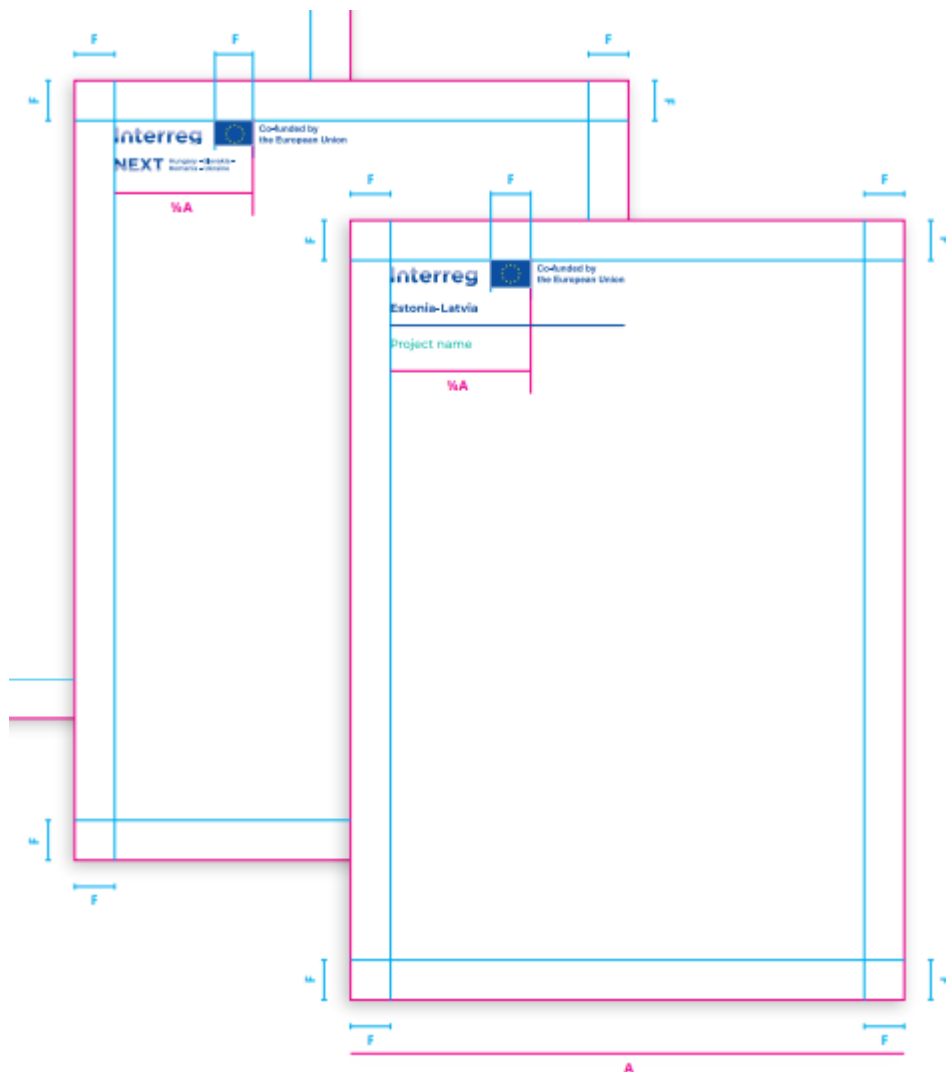


Abbildung 17: Beispiel für die Platzierung des Logos in der linken oberen Ecke der Seite, vertikal

Diese drei oben genannten Regeln (Abmessungen des Logos, Ränder und Position) gelten für alle Formate außer A4.

Hinweise:

1. Berechnen Sie die Breite einer bestimmten Arbeitsfläche oder Seite (A).
2. Teilen Sie es/sie durch 4 und runden Sie die sich ergebende Zahl auf die nächste ganze Zahl ab, wobei Sie maximal 2 Dezimalbrüche berücksichtigen ($\frac{1}{4} A$).
3. Passen Sie die Größe des Logos entsprechend an und berechnen Sie die verbleibende Breite des EU-Emblems.
4. Die Ränder sind sowohl horizontal als auch vertikal gleich breit.
5. Platzieren Sie das Logo entlang der Randlinie - vorzugsweise in der linken oberen Ecke.

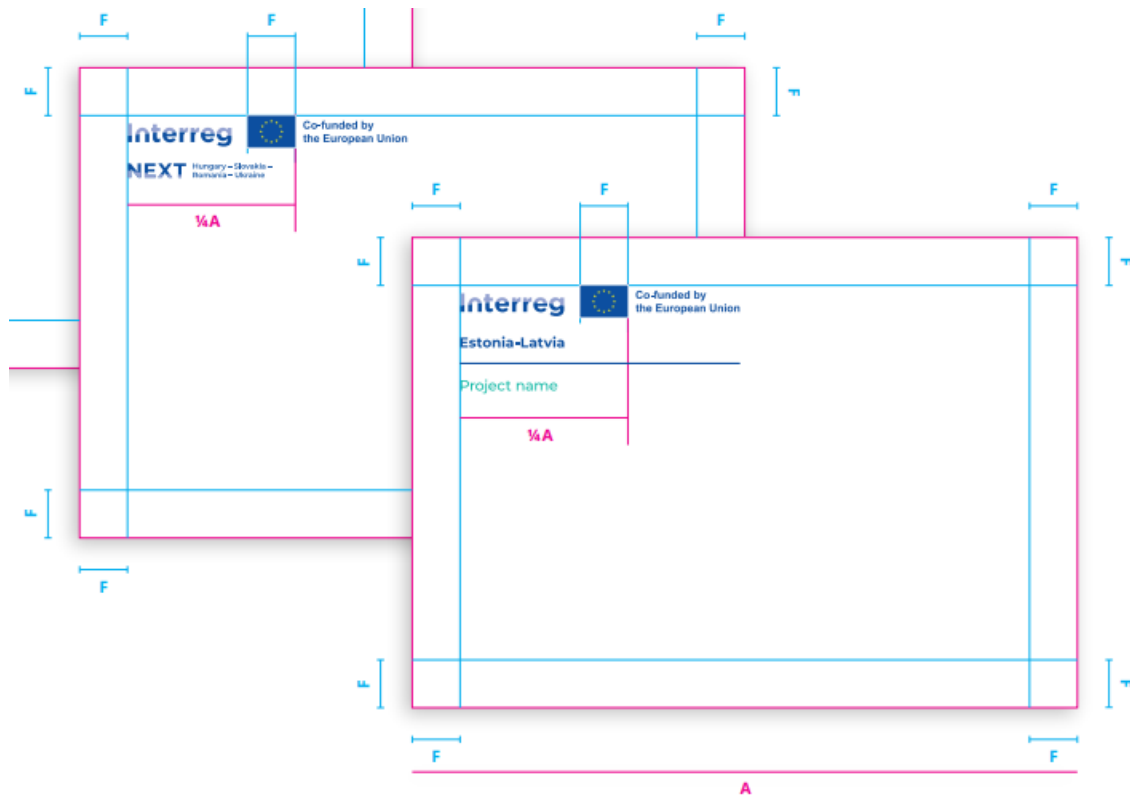


Abbildung 18: Beispiel für die Platzierung des Logos in der linken oberen Ecke der Seite, horizontal

Das Logo soll vorzugsweise in der linken oberen Ecke platziert werden, kann aber bei Bedarf auch in einer anderen Ecke platziert werden. Vorausgesetzt, Sie halten sich an die Regeln für Ränder und Abmessungen. Dies gilt auch für andere Formate als A4, sowohl im Hoch- als auch im Querformat.

Sie brauchen das Logo nicht mehrmals in ein Dokument aufzunehmen (dies gilt für verschiedene Formate, vertikal und horizontal). Bei mehrseitigen, gehefteten Dokumenten genügt es, das Logo auf der ersten Seite/Titelseite anzubringen.

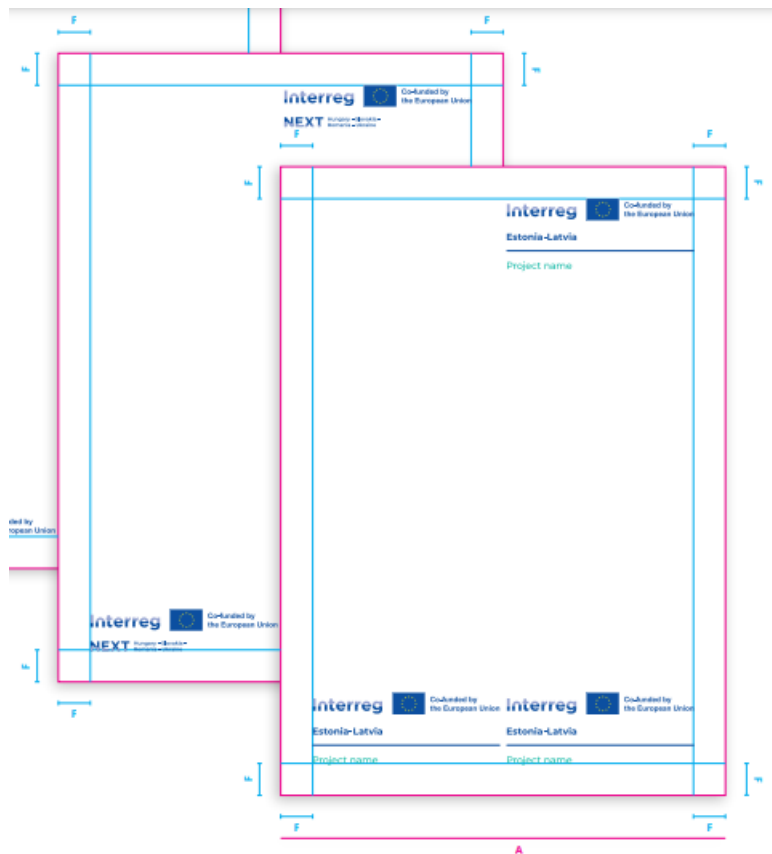


Abbildung 19: Beispiel für die Platzierung des Logos in der oberen rechten Ecke der Seite und am unteren Rand der Seite, vertikal

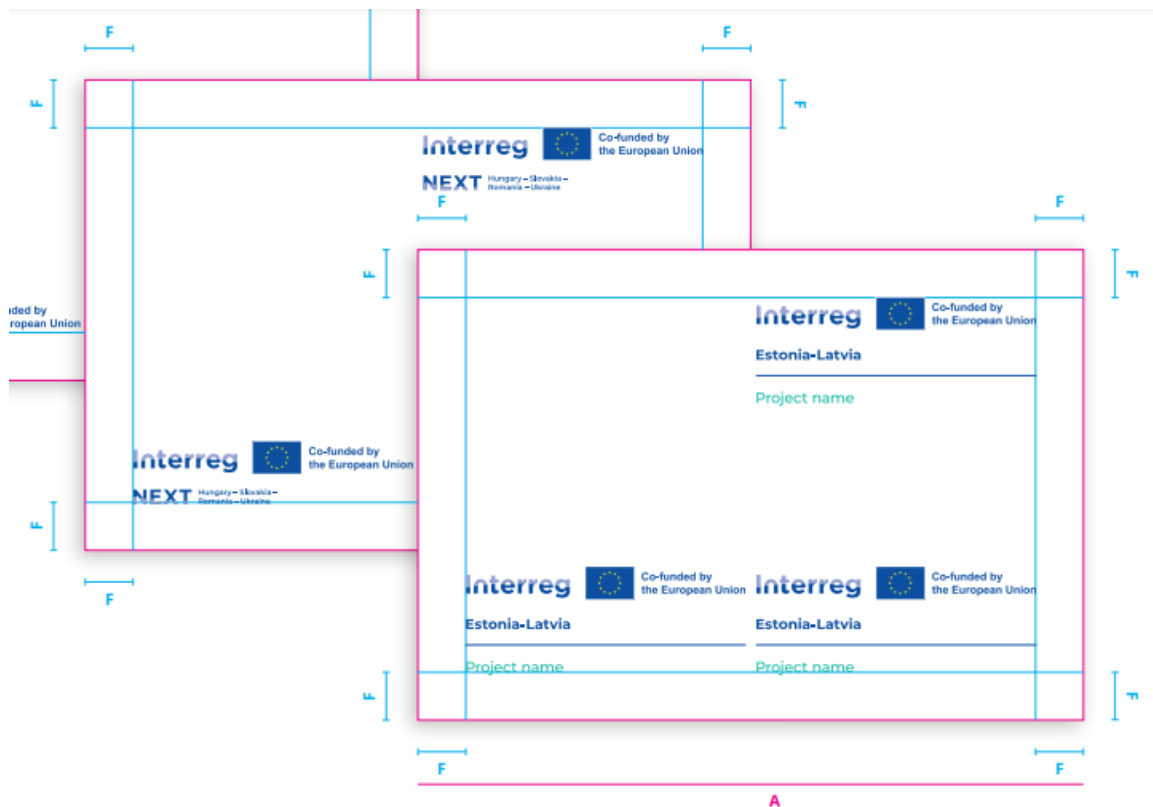


Abbildung 20: Beispiel für die Platzierung des Logos in der oberen rechten Ecke der Seite und am unteren Rand der Seite, horizontal

1

Schriftarten

Die wichtigste Schriftart für gedruckte Publikationen und Büroanwendungen ist **Open Sans**, sowohl für den Haupttext, als auch für Überschriften. Die Schriftart ist unter diesem [Link](#) kostenlos erhältlich. Soll diese Schriftart aus irgendeinem Grund nicht verfügbar sein, können Sie eine Universalschriftart verwenden: [Arial](#), San-Serif.

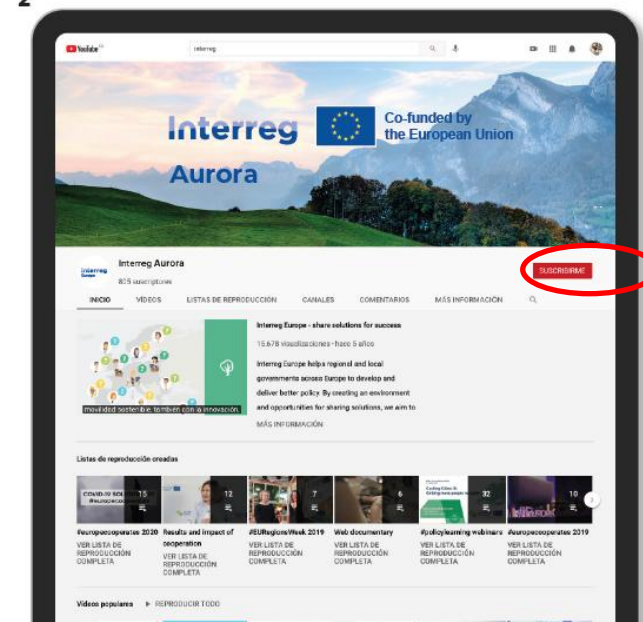


Soziale Medien

Wenn Sie ein Profil in den sozialen Medien für Ihr Projekt einrichten, beachten Sie die folgenden Hinweise:

1. Wenn in der gewählten Plattform (z. B. Instagram) keine Möglichkeit angeboten wird, ein Foto als Banner hochzuladen, platzieren Sie das gesamte Programmlogo bzw. das gesamte Projektlogo kombiniert mit dem Programmlogo anstelle des Avatars/Profildfotos. Siehe Beispiel Nr. 1.
2. Wenn die Plattform ein Banner-Bild erlaubt (Facebook), fügen Sie einen Teil des Programmlogos einschließlich des Begriffs **Interreg** und der Programmbezeichnung in den Avatar ein. Andererseits soll das gesamte Programmlogo bzw. das gesamte Projektlogo zusammen mit dem Programmlogo auf dem Banner platziert werden. Siehe Beispiel Nr. 2.

2



5.13. Andere Logos

Denken Sie daran, dass das Programmlogo bei Kommunikationsmaßnahmen für die Sichtbarkeit des Kooperationsprogramms von größter Bedeutung ist. Die Verwendung des Programmlogos hängt auch mit der Verpflichtung zusammen, Informationen über die Förderung des Projekts durch die Europäische Union im Rahmen des Interreg-Programms zu liefern.

Wir empfehlen, die Anzahl der Logos in Ihrer Kommunikation in Grenzen zu halten. Wenn Sie planen, ein Projektlogo zu erstellen, kombinieren Sie es mit dem Programmlogo in Übereinstimmung mit den Grundsätzen, die unter 5.12.2 und 5.12.3 genannt sind. Wenn Sie statt eines Projektlogos nur den Projekttitel verwenden, kombinieren Sie auch diesen mit dem Programmlogo im Sinne des Punktes 5.12.3.

5.14. Farben und Icons für die einzelnen EU-geförderten Themenbereiche

Wenn Sie bei Ihren Kommunikationsmaßnahmen auf die EU-Förderung verweisen, können Sie die speziell dafür vorgesehenen Icons und Farben verwenden.

Das Farbsystem wurde entwickelt, um die EU-geförderten Themenbereiche (kohäsionspolitische Ziele) klar zu kennzeichnen. Die gewählten Farben bilden ein harmonisches System, das sich gut von der Hauptmarke Interreg und deren Farben abhebt.

Standard-Icons:



Abbildung 21: Standard-Icons für kohäsionspolitische Ziele im Programm Interreg Polen - Sachsen

Diese Icons können sowohl mit transparentem, als auch mit weißem Hintergrund verwendet werden. Bei Verwendung eines transparenten Hintergrunds sollen die Icons nur auf weißem oder hellem Hintergrund platziert werden.

Wenn die Icons auf dunklen Farben bzw. Bildern platziert werden, müssen sie mit einem weißen Hintergrund oder in der Negativversion verwendet werden.



Abbildung 22: Icons für die Kohäsionspolitik, die in Kombination mit dunklen Farben zu verwenden sind

Die Icons dürfen nicht ohne die Genehmigung der Europäischen Kommission, die für deren Entwurf verantwortlich ist, verändert werden.

Monochrome Icons: Positiv-Version

Einfarbige Versionen von Icons (in der Positiv-Version) sollen immer dann verwendet werden, wenn es nicht möglich ist, farbige Icons zu verwenden.

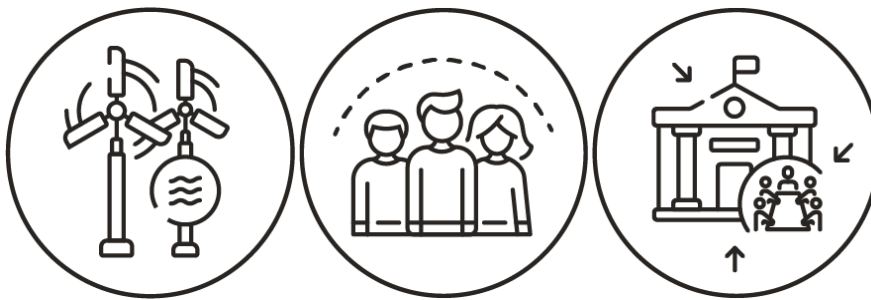


Abbildung 23: Monochrome Icons – Positiv-Version

Standard-Symbole: Negativ-Version

Negativ-Icons sollen nur verwendet werden, wenn die Verwendung von Standard-Icons nicht möglich ist. Zum Beispiel: wenn der Hintergrund/die Perspektive die Erkennbarkeit der Icons beeinträchtigt.



Abbildung 24: Standard-Icons – Negativ-Version

Monochrome Icons: Negativ-Version

Die Symbole in dieser Version sollen nur als letztes Mittel verwendet werden, d. h. wenn die vorgenannten Symbole nicht verwendet werden können. Zum Beispiel: Druck auf dunklen oder intensiven Hintergründen.



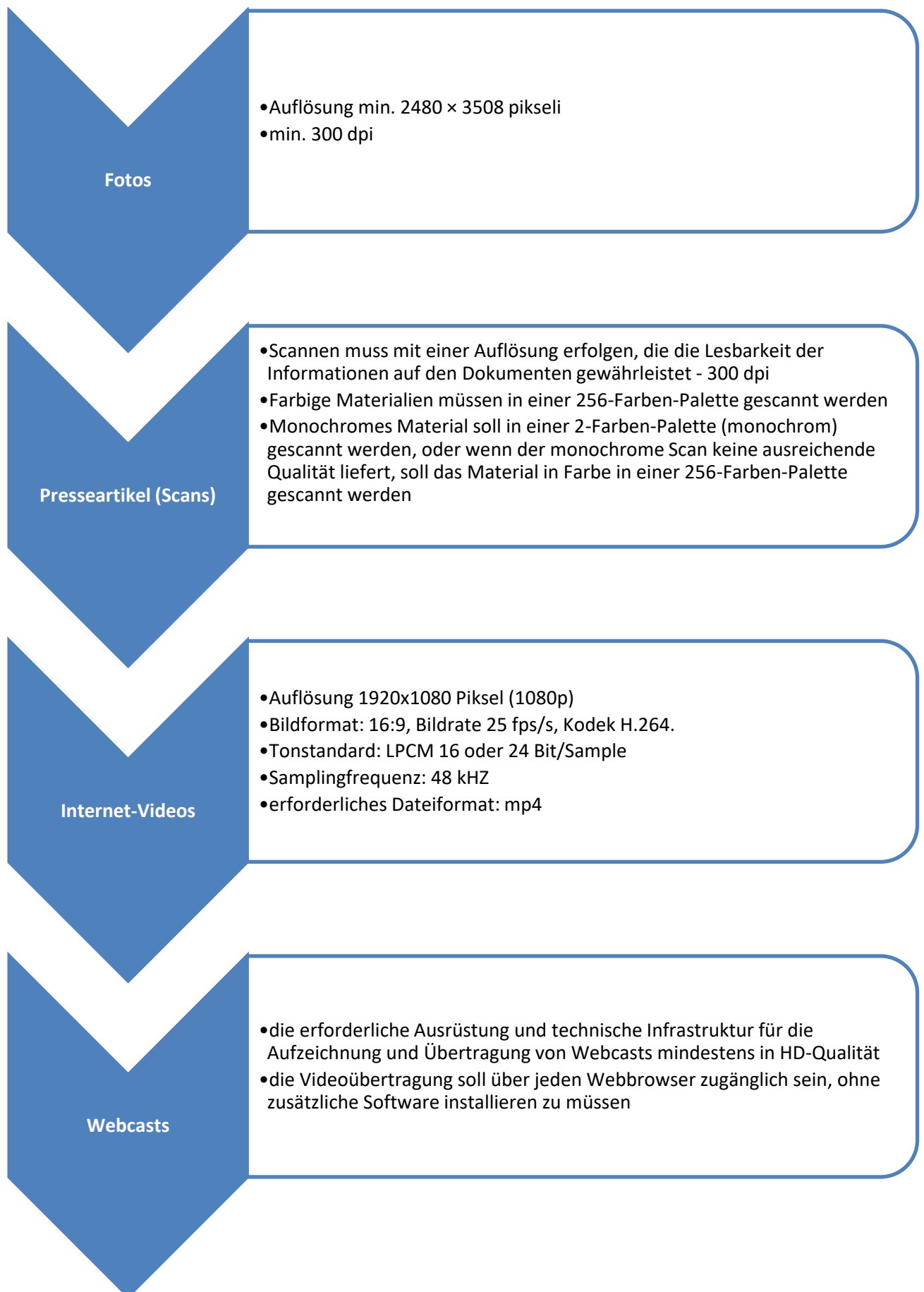
Abbildung 25: Monochrome Icons – Negativ-Version

5.15. Foto- und Audio-Dokumentation, Informationsverbreitung über geplante und durchgeführte Maßnahmen

Dokumentieren Sie, erfassen Sie Informationen und die Kommunikationsmaßnahmen im Projekt. Stellen Sie die Unterlagen für Ihren Projektbetreuer (Ihrer Projektbetreuerin) im Gemeinsamen Sekretariat bereit. Dazu können gehören:

1. Fotos
2. Presseartikel (Scans)
3. Internet-Videos
4. Webcasts
5. Podcasts
6. Radiosendungen
7. TV-Sendungen

Technische und qualitative Leistung der ausgewählten Materialien:



Podcasts

- Audioformat: WAV 24bit 48 kHz, Master-Ausgang: -1dBTP / -14 LUFS
- Automatisierung der Instrumentalspur im Verhältnis zur Voiceover-Spur (wenn die Voiceover-Spur beginnt, wird die Instrumentalspur je nach Dynamik der Instrumentalspur um 4 - 6 dB gedämpft)
- Aufnahme des Voiceovers in einem akustisch angepassten Raum, bei angemessener Lautstärke, um entsprechend klares Signal zu erhalten,
- Die Voiceover-Audiodatei soll komprimiert, korrigiert und auf Zischlaute kontrolliert werden, mit einem ausgewogenen und klaren Mix zwischen Instrumental- und Vokalspur.

Radiosendungen

- Audioformat: WAV 24bit 48 kHz

TV-Sendungen

- Dateiformat: MXF-Container, XDCAM HD422-Codec, 50 Mbps-Stream
- Video-Standard: 1080i/25, Bildauflösung 1920x1080 Pixel, Seitenverhältnis 16:9, Sampling-Modus: interlaced, oberes erstes Halbbild
- Audio-Standard: LPCM 16 oder 24 Bits/Sample, Samplingfrequenz 48 kHz, Signallautstärkepegel gemessen vom Anfang bis zum Ende der Aufnahme soll -23LUFS betragen, maximaler momentaner Signalpegel ("True Peak") darf -1 dBTP nicht überschreiten

Formal erfolgt die Weitergabe der Dokumentation auf der Grundlage separater, unentgeltlicher und nicht ausschließlicher Lizenzverträge. Somit müssen Sie der Verwendung dieser Dokumentation durch die VB oder das GS in ihren Kommunikations- und Sichtbarkeitsmaßnahmen (in Bezug auf das Programm, die Marke Interreg, die europäischen Fonds) zustimmen.

Vergessen Sie bitte nicht, eine Lizenzvereinbarung zwischen dem/den Projektpartner(n) und dem Lead Partner des Projekts zu schließen, in der alle Projektpartner dem Lead Partner die Genehmigung zur Nutzung der Dokumentation erteilen. Die Vereinbarung umfasst folgende Bestandteile, ohne Einschränkungen örtlicher, zeitlicher, mengenmäßiger Natur und unabhängig vom Medienträger:

1. Die Lizenzvereinbarung definiert:
 - a) Verwertungsbereiche für die Nutzung von Werken (im Dossier enthalten)
 - b) Dauer der Lizenz;
2. Die Lizenzvereinbarung gewährt:
 - a) das Recht, weitere Lizenzen zu erteilen (mit anderen Worten: eine Unterlizenz)
 - b) eine Ermächtigung zur Ausübung eines abhängigen Urheberrechts
 - c) das nicht ausschließliche Recht, die Ausübung des abhängigen Urheberrechts zu gestatten, mit dem Recht, weitere Genehmigungen in den unter Nummer 1 Buchstabe a) genannten Verwertungsbereichen zu erteilen

Vorteile:

1. Die Materialien können verwendet werden, um Ihre Maßnahmen, das Projekt und seine Ergebnisse in den Kommunikationskanälen des GS und der VB zu bewerben (einschließlich der Website und der Sozial-Media-Profile des Programms sowie der Website interreg.gov.pl zu den Interreg-Programmen, die von der polnischen Seite verwaltet werden, und der Websites der Interreg-Programme [Brandenburg-Polen](#) und [Mecklenburg-Vorpommern-Brandenburg-Polen](#), des Bulletins der Europäischen Fonds in Polen "eFEcts", bei einem breiteren Publikum auf regionaler und nationaler Ebene.

Informieren Sie das GS außerdem über geplante und laufende Maßnahmen im Rahmen des Projekts, wie z. B:

- Konferenz zum Projektstart,
- Organisation von thematischen Workshops, Schulungen,
- Open-Air-Ausstellungen.

Informieren Sie das GS auch über wichtige Projektmeilensteine, die erreicht wurden, z. B. über die Ergebnisse Ihrer Maßnahmen:

1. offizielle Eröffnung einer thematischen Ausstellung im Museum,
2. die Fertigstellung eines Radweges,
3. eine neu erschienene Veröffentlichung.

Dies gilt auch für Projektoutputs, die z. B. von externen Auftragnehmern im Auftrag der Projektpartner entwickelt werden:

1. Forschungsbericht,

2. Ratgeberbuch,
3. mobile Anwendung.

Senden Sie die Informationen mindestens 14 Tage vor der geplanten Veranstaltung und unverzüglich nach Abschluss der relevanten Projektmeilensteine an die E-Mail-Adresse des Projektleiters im WS.

Vorteile:

1. So werden Sie die oben genannten Veranstaltungen über die Kommunikationskanäle des GS und der VB einem breiteren Publikum bekannt machen.
2. So werden Sie potenzielle Teilnehmende gewinnen und sie zur Teilnahme an der Veranstaltung ermutigen.
3. Sie werden Unterlagen sammeln, um zu belegen, dass Sie die vorgeschriebenen Kommunikationsmaßnahmen ordnungsgemäß durchführen.

6. Interne Kommunikation innerhalb des Projektteams

Eine gute Kommunikation zwischen den Projektpartnern trägt zu gegenseitigem Verständnis und Vertrauen bei. Dies ist für eine effiziente Projektumsetzung von primärer Wichtigkeit.

Empfehlungen:

- Halten Sie ständigen Kontakt zu den anderen Mitgliedern des Projektteams.
 - Halten Sie mindestens einmal im Monat ein Präsenz- oder Online-Treffen des gesamten Projektteams ab.
 - Legen Sie gemeinsam mit Ihren Partnern Ziele/Aufgaben für den kommenden Monat fest. Denken Sie an eine effiziente Aufgabenteilung.
 - Bereiten Sie, zusammen mit Ihren Projektpartnern, nach dem Treffen eine Notiz mit wichtigsten und Schlussfolgerungen und Vereinbarungen vor. Es wird später einfacher sein, darauf Bezug zu nehmen als bei nur mündlichen Vereinbarungen.
 - Informieren Sie sich gegenseitig über erzielte Ergebnisse und auftretende Probleme.
 - Nutzen Sie elektronische Tools/Apps, die die Arbeit des Teams oder laufende Aufgaben unterstützen (z. B. Kanban-Board, Trello).
 - Achten Sie in der Vorbereitungsphase des Projektantrags auf eine reibungslose Kommunikation zwischen den Projektpartnern und berücksichtigen Sie dabei die sprachlichen Unterschiede! Überlegen Sie, wie (und ob überhaupt) die Übersetzung von Partnertreffen und gegenseitiger Korrespondenz gewährleistet werden soll. Wer übernimmt die Kosten für die Übersetzung?
- Wenn immer möglich, empfehlen wir, dass jeder Projektpartner eine Person in sein Team aufnimmt, die der Nachbarsprache mächtig ist. Dies erleichtert den Informationsaustausch und die Zusammenarbeit erheblich.

7. Grundsätze der einfachen Sprache

Texte, die Sie über Ihr Projekt vorbereiten werden, sind öffentlich. Sie sollen für jeden verständlich und zugänglich sein - unabhängig von Alter, Bildungsstand oder anderen besonderen Bedürfnissen. Sie sollen in einfacher und prägnanter Sprache verfasst sein, damit die Leserinnen und Leser sie nach einmaligem Lesen verstehen können.

Derartige Informationen werden auch von Personen gesucht, die sich gerade erst dafür zu interessieren beginnen. Es empfiehlt sich somit, dafür zu sorgen, dass das Verständnis nicht durch eine schwierige Sprache erschwert wird.

Schreiben Sie so, dass jede und jeder Ihre Botschaft so versteht, wie Sie sie kommunizieren möchten.

Was können Sie vereinfachen?

- ✓ Projekttitel,
- ✓ Projektbeschreibung,
- ✓ Poster,
- ✓ Veröffentlichungen,
- ✓ Beiträge in den sozialen Medien,
- ✓ News auf der Website,
- ✓ Faltblätter, Broschüren,
- ✓ Nachrichten auf der Website,
- ✓ Pressemitteilungen,
- ✓ Einladungen,
- ✓ Newsletter.

Wir Sie können die folgenden Vereinfachungstechniken anwenden, um Ihre Kommunikation klar und verständlich zu machen:



Achten Sie, dass der Inhalt in beiden Sprachversionen verständlich, einfach und korrekt formuliert ist. Wenden Sie sich bei Bedarf an Ihre Projektpartner aus dem Nachbarland.



Achten Sie auf die richtige Reihenfolge der Informationen

Für verschiedene Textarten gelten unterschiedliche Regeln. Halten Sie bei Berichten eine chronologische Reihenfolge ein. In Texten, die sich an die breite Öffentlichkeit richten, empfiehlt es sich dagegen, das Wichtigste zuerst mitzuteilen.



Strukturieren Sie den Text

Gliedern Sie den Text in Absätze mit Zwischenüberschriften. Achten Sie darauf, dass die Zwischenüberschriften den Hauptgedanken des Absatzes zusammenfassend wiedergeben. Verwenden Sie Stichpunkte. Erstellen Sie nach Möglichkeit Textabsätze mit maximal sechs Sätzen.



Behalten Sie in jedem Satz einen Hauptgedanken bei.

Beschränken Sie den Satz auf einen Leitgedanken. Bilden Sie kurze Sätze mit bis zu 20 Wörtern. Achten Sie darauf, dass die Sätze innerhalb eines Absatzes miteinander übereinstimmen und ein einheitlichen Zusammenhang bilden.

**Sprechen Sie den Empfänger direkt an und geben Sie sich zu erkennen**

Am häufigsten schreiben Sie "per wir" (im Sinne von "die Institution, die den Text schreibt"), konstruieren Sätze im Aktiv, in denen der Akteur im Vordergrund steht. Vermeiden Sie Passivformen (die „Leideform“: der Akteur wird dann unwichtiger) und unpersönliche Konstruktionen (der Akteur verschwindet ganz und gar).

**Vermeiden Sie, soweit möglich, schwierige Fachbegriffe.**

Verwenden Sie Begriffe, die in der Alltagskommunikation vorkommen. Fachbegriffe erschweren das Verständnis von Texten erheblich, wenn die Empfänger keine Sachverständigen in dem jeweiligen Themenbereich sind. Tun Sie lieber Folgendes:

- ✓ Fachbegriffe durch gängigere Begriffe und Entsprechungen zu ersetzen,
- ✓ Fachbegriffe mit verständlichen Definitionen (in Klammern, am Rande oder am Ende des Textes) und mit Beispielen erklären.

**Abkürzungen und Akronyme entschlüsseln**

Wenn eine Abkürzung zum ersten Mal in einem Text erscheint, erklären Sie diese in Klammern. Verwenden Sie Abkürzungen und Akronyme in ihrer allgemein geltenden Form und tun Sie es einheitlich. Sind verschiedene Schreibweisen möglich, wählen Sie eine davon und verwenden Sie diese konsequent.

**Verzichten Sie auf bürokratischen Stil**

Verwenden Sie so oft wie möglich Verben. Somit werden Sie den Text beleben und die Menschen (Akteure) sichtbar machen. Verzichten Sie auf gebräuchliche Schablonenformulierungen, z. B.: in Zusammenhang mit, in Bezug auf, in Erwägung nachstehender Gründe, hiermit. Derartige Floskeln machen den Text länger, ohne neue Inhalte einzuführen.



Abbildung 5. Beispiel für ein Informationsplakat

8. Veröffentlichung der Liste der Vorhaben (Projektliste)

Die VB ist verpflichtet, eine Projektliste auf der Website des Kooperationsprogramms INTERREG Polen – Sachsen 2021-2027¹³ zu veröffentlichen. Sobald ein Projekt zur Förderung ausgewählt wurde, werden die folgenden Daten auf www.plsn.eu veröffentlicht und regelmäßig aktualisiert:

1. bei juristischen Personen: Bezeichnung des Lead Partners und der Projektpartner und bei öffentlichen Aufträgen den Namen des Auftragnehmers;
2. Projekttitel;
3. das Projektziel und die geplanten oder (bei abgeschlossenen Projekten) tatsächlich erzielten Ergebnisse;
4. Datum des Projektbeginns;
5. das geplante oder tatsächliche (bei abgeschlossenen Projekten) Projektabschlussdatum;
6. Gesamtkosten des Projekts;

¹³ Verordnung (EU) 2021/1060 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Juni 2021 mit gemeinsamen Bestimmungen für den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, den Europäischen Sozialfonds Plus, den Kohäsionsfonds, den Fonds für einen gerechten Übergang und den Europäischen Meeres-, Fischerei- und Aquakulturfonds sowie mit Haushaltsvorschriften für diese Fonds und für den Asyl-, Migrations- und Integrationsfonds, den Fonds für die innere Sicherheit und das Instrument für finanzielle Hilfe im Bereich Grenzverwaltung und Visumpolitik, Artikel 49, Absätze 3, 4 und 5.

7. Bezeichnung der Förderquelle: Europäischer Fonds für regionale Entwicklung;
8. Bezeichnung des spezifischen Ziels des Kooperationsprogramms für das Projekt;
9. EU-Fördersatz;
10. Angabe zum Standort bzw. Lokalisierung des Projekts, Länder;
11. bei Projekten mit mehreren Standorten: den Standort des Lead Partners und der Projektpartner;
12. Interventionsart (aus der Liste der Interventionsarten für das betroffene Spezifische Ziel des Kooperationsprogramms).

9. Zusätzliche Unterstützung

Sollen Sie weitere Fragen oder Bedenken haben, zögern Sie bitte nicht, uns zu kontaktieren.

Gemeinsames Sekretariat des Kooperationsprogramms Interreg Polen - Sachsen 2021-2027

ul. Św. Mikołaja 81, 4th floor

50-126 Wrocław, Polen

tel. +48 71 7580 980

Fax: +48 71 7580 916

E-Mail: kontakt@plsn.eu

Sie können sich auf unser Programmteam verlassen. [Besuchen Sie die Website des Programms.](#)

Projektkommunikationsplan	
Komponenten	Beispiele
Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ potenzielle Projektteilnehmer, Empfänger der geplanten Maßnahmen, ➤ Privatpersonen und Institutionen, die von den Projektergebnissen Vorteile ziehen können, ➤ Lokale Öffentlichkeit, ➤ Behörden: lokal, regional, national in Polen, in Sachsen: Regionalebene (in Polen - Marschall, Sejmik, Woiwodschaftsrat, in Sachsen – zuständige Ministerien und Landesbehörden), Kreisebene (Landkreisamt u.a.), Gemeindeebene (in Polen: Präsident, Wójt, Bürgermeister, in Sachsen: Bürgermeister, Gemeinde- oder Stadtrat), ➤ Umweltschutzgruppen, ➤ lokale/regionale Medien, ➤ junge Menschen, ➤ Senioren - Bewohner des Stadtteils X (z. B. Menschen über 65), ➤ nicht erwerbstätige Eltern von Kindern unter drei Jahren aus unserer Stadt, ➤ Personen mit einer bestimmten Behinderung aus der Stadt X, ➤ Gemeinnützige Vereine in der Gemeinde, ➤ Touristeninformationszentren, ➤ Fachleute in einem bestimmten Themenbereich.
Kommunikationsmaßnahmen	<p>Obligatorische Maßnahmen, die sich aus dem Programmhandbuch ergeben (Artikel 36 Absätze 4 bis 5 der Interreg-Verordnung):</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Veröffentlichen Sie eine kurze Projektbeschreibung auf Ihrer Website oder in Ihren sozialen Medien (falls Sie eine haben), einschließlich: Projektziele, Projektergebnisse, Informationen erhaltene Förderung im Interreg-Programm, Programmlogo, ➤ sichtbare Kennzeichnung von Dokumenten und projektbezogene Informationsmaterialien mit Informationen über die Förderung aus dem Interreg-Programm, ➤ bei Projekten mit Gesamtkosten von über 100 000 EUR: Anbringung von dauerhaften Informationstafeln mit Programmlogo an öffentlichen Standorten. Dies soll unmittelbar nach Projektbeginn erfolgen, wozu auch Sachinvestitionen oder der Ausrüstungserwerb gehören, oder nach der Installation der gekauften Ausrüstung, ➤ bei sonstigen Projekten: mindestens ein Plakat in mind. A3-Größe oder eine gleichwertige elektronische Anzeige mit Informationen über das Projekt und die Interreg-Förderung, an einem öffentlichen Standort, ➤ bei Projekten von strategischer Bedeutung und Projekten, deren Gesamtkosten 5 Mio. EUR übersteigen (KPF-Projekt), eine Kommunikationsveranstaltung unter Beteiligung der Europäischen Kommission und der Verwaltungsbehörde zu organisieren, ➤ im Falle des Kleinprojektfonds: Sicherstellung im Vertrag zwischen der Euroregion mit den KPF-Begünstigten, dass sie die Kommunikations- und Sichtbarkeitspflichten einhalten werden.

	<p>Beispiele für zusätzliche Kommunikationsmaßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ verschiedene Veranstaltungen, z. B.: eine Kommunikationsveranstaltung mit Projektpräsentation unter Beteiligung der Projektteilnehmenden, eine für die breite Öffentlichkeit zugängliche Veranstaltung, Aufbau eines Projektstandes bei lokalen Veranstaltungen, Treffen mit Zielgruppen, Informationstreffen über Projektvorteile, ein thematisches Picknick in der Nachbarschaft, ➤ Zusammenarbeit mit den Medien: Briefing für die lokalen Medien, um über die Projektmaßnahmen und deren Wirkung in „traditionellen“ Medien zu informieren, fachbezogene Treffen für die Medien oder Einladung von Journalisten zu einer Großveranstaltung, bei der ihnen eine Möglichkeit angeboten wird, die Teilnehmenden zu interviewen und Fotos zu machen; dies könnte z. B. ein regelmäßiger Versand von Pressemitteilungen an eine regionale Wochenzeitung sein, aber auch ein großer Beitrag in einer überregionalen Zeitung oder ein Interview im regionalen Fernsehen - je nach Möglichkeit, ➤ eine thematische Konferenz zu einem bestimmten Thema, verbunden mit einer Projektpräsentation, Darstellung der Forschungsergebnisse und einer Diskussion mit Experten, ➤ Organisation von Workshops und Seminaren, ➤ Durchführung einer Informationskampagne auf der Website und in den sozialen Medien, ➤ Eine Projektabschlusstreffen – in einer Großveranstaltung können Sie zeigen, was erreicht wurde, die Projektergebnisse darstellen und erläutern, wie sie genutzt wurden; dies könnte z. B. sein: Präsentation von Veröffentlichungen/Broschüren Diskussion von Schulungsmaterialien, die von anderen Organisationen oder Einrichtungen genutzt werden können, ➤ Organisation eines projektbezogenen Tages der offenen Tür, ➤ Kooperation mit Influencern, ➤ Teilnahme an Fachmessen und Ausstellungen.
Kommunikationsinstrumente	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fernsehen, Radio, Presse (Pressemitteilungen, Artikel/Werbung in der Lokalpresse), ➤ Fachzeitschriften, Fachzeitschriften (gedruckt und elektronisch), ➤ Verteilung von gedruckten Informationsmaterialien (Plakate, Anzeigen, Veröffentlichungen, Faltblätter, Prospekte, Broschüren, Leitfäden), ➤ Internet: <ul style="list-style-type: none"> ➤ ProjektWebsite oder Projektreiter auf der Website des Antragstellers (<i>achten Sie auf ständige Aktualisierung</i>) ➤ Profil in sozialen Medien (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube und andere) (<i>denken Sie daran, es auf dem neuesten Stand zu halten</i>), ➤ E-Mail-Verteiler mit themeninteressierten Privatpersonen und Institutionen ➤ Projektblog (Geschichten in Episoden), ➤ Podcast (eine Art Radiosendung, die im Internet veröffentlicht wird), ➤ Vlog (Videoblog) eine Art von Weblog, das hauptsächlich aus Videos besteht, die vom Autor aufgenommen wurden),

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Online-Instrumente (virtuelle Pressestelle, Online-Konferenz, bei der wir über das Projekt, seinen Ablauf, die erzielten Ergebnisse und Kooperation mit dem Nachbarland, Fotos von der Projektdurchführung präsentieren, Online-Plattformen für Sitzungen und Konferenzen).
--	---