

**Interreg**



Co-funded by  
the European Union

**Meuse – Rhine** (NL – BE – DE)

**Communicatiehandboek**

**van het**

**Interreg-programma Maas-Rijn**

**(NL-BE-DE)**

Gepubliceerd op 21 augustus 2024

## Inhoud

Inleiding .....	2
Voorschriften voor informatievoorziening, communicatie en zichtbaarheid .....	3
Presentatie en soort presentatie van het logo .....	3
Algemene voorschriften .....	5
Projectplaten.....	7
Projectposters .....	7
Evenementen en activiteiten die deel uitmaken van het project .....	8
Mediarelaties .....	8
Voorschriften op het gebied van digitale communicatie.....	8
Projectpagina op de programmawebste .....	9
Projecten en social media.....	9
Websites en social media van de projectpartners.....	11
Verplicht bewijs.....	12
Financiële correcties.....	12
Projecten van strategisch belang of met een EU-financiering van meer dan 5.000.000 euro ....	12
Aanbevelingen.....	14
Acroniem project.....	14
Een communicatiemedewerker aanstellen voor het project .....	14
Communicatieplan.....	14
Doelgroepen.....	14
Stakeholders in kaart brengen.....	15
Communicatiematrix.....	15
Storytelling.....	16
Lengte van de zinnen .....	17
Stijl en vocabulaire.....	17
Al het goede komt in drieën .....	17
Over structuur gesproken.....	18
Voorbeeld van storytelling.....	18
Link naar (belangrijke) EU-maatregelen/campagnes .....	19
Voorbeelden van belangrijke evenementen op Europees niveau waarbij projecten kunnen aansluiten:.....	19
Checklist.....	20

## Inleiding

We willen er graag voor zorgen dat jouw project zo goed mogelijk wordt gepresenteerd en dat de resultaten transparant worden gecommuniceerd naar de buitenwereld toe. Daarom hebben we dit handboek gemaakt om je te helpen bij het communiceren over je project. In het handboek staan de richtlijnen die moeten worden gevolgd om de zichtbaarheid van je project te vergroten.

De doelgerichte pr- en communicatie-activiteiten zijn erop gericht om transparant te kunnen communiceren. De reden hiervan is dat we graag willen dat iedereen weet waar het geld van de EU en andere belastingbetalers naartoe gaat, en dat de toegevoegde waarde van jouw project op begrijpelijke wijze naar de buitenwereld toe wordt gepresenteerd.

Daarbij is het belangrijk dat er niet alleen over de administratieve kanten van je project wordt gecommuniceerd. Goede communicatie op het juiste moment zorgt voor betere zichtbaarheid, verankering van de resultaten op lange termijn en zorgt ervoor dat je contact kunt leggen met andere stakeholders in het Maas-Rijn-gebied.

Om dit te bewerkstelligen is er een aantal richtlijnen op het gebied van "informatie en communicatie" opgesteld. De lead partners en alle andere projectpartners moeten zich daaraan houden. Het handboek is een gebruiksvriendelijke vertaling van de richtlijnen van de Europese Commissie. De richtlijnen en regels en voorschriften van het programma zijn rechtsgeldig. Voor zover mogelijk wordt in dit communicatiehandboek zo min mogelijk juridische terminologie gehanteerd. Er kunnen aan de inhoud van het handboek dan ook geen rechten worden ontleend. Controleer goed alle wettelijke documenten.

De lead partner draagt de volledige verantwoordelijkheid voor de correcte implementatie van de communicatievoorschriften gedurende de looptijd van het project. De lead partner moet beoordelen of het communicatiemateriaal, dat deel uitmaakt van het project en als dusdanig wordt gemaakt en gepromoot, voldoet aan de vastgestelde criteria.

NB: Als de voorschriften omtrent publiciteit niet worden nageleefd wordt de steun met maximaal 2% verlaagd, e.e.a. afhankelijk van de aard en de ernst van de overtreding en rekening houdend met het evenredigheidsbeginsel, overeenkomstig artikel 36, lid 6, van Verordening (EU) nr. 2021/1059. Dit kan de facto leiden tot een verlaging van de aan het project toegekende medefinanciering of zelfs tot de terugvordering van reeds uitbetaalde EFRO-subsidie.

Dit handboek moet helpen om dergelijke ongewenste financiële intrekkingen op het gebied van advertentiekosten en pr-kosten te voorkomen. Daarnaast is er ook veel advies te vinden dat je kan helpen om de project-pr effectief te organiseren.

Stuur dit communicatiehandboek daarom ook naar alle personen die betrokken zijn bij de communicatie van je project (bijv. alle projectpartners, mogelijke externe dienstverleners (zoals grafisch ontwerpers) en iedereen die op incidentele basis betrokken is bij de administratie van je project (stagiairs, vrijwilligers, enz.)). Als je vragen hebt of ondersteuning nodig hebt, aarzel dan niet om contact met ons op te nemen. We staan altijd voor je klaar.

## **Voorschriften voor informatievoorziening, communicatie en zichtbaarheid**

### ***Presentatie en soort presentatie van het logo***

Als een project wordt goedgekeurd krijgt het zijn eigen projectlogo (bestaande uit het programmalogo en de projectnaam in de kleur van de bijbehorende prioriteit).

In principe is het dan niet langer mogelijk om een extra eigen logo te ontwerpen en te gebruiken. Aangezien het programma een projectlogo kan creëren, mag er geen Interreg-financiering voor dit doel worden gebruikt. NB: Het gebruik van het projectlogo (bestaande uit het programmalogo en de projectnaam in de kleur van de betreffende prioriteit) is verplicht voor alle vormen van communicatie.

### **Waar verder op gelet moet worden:**

- **Formaat:** Het projectlogo moet een passend formaat hebben, d.w.z. dat de tekst van het hele logo goed leesbaar moet zijn en andere logo's niet groter mogen zijn dan het projectlogo. De EU-vlag in het logo moet minstens even hoog of breed zijn als het grootste van de andere logo's.

### **Controleer dit altijd voor al het communicatiemateriaal, vooral als dit is gemaakt door een extern grafisch ontwerp bureau.**

- **Plaats:** Het projectlogo moet een prominente plaats krijgen, bijvoorbeeld op de website (of in social media), zodat het logo direct na het openen van de website verschijnt op het scherm van een digitaal apparaat en de gebruiker niet naar beneden hoeft te scrollen.
- **Kleurweergave:** Voor online publicaties en publicaties op papier moet erop worden gelet dat het logo correct wordt gebruikt in CMYK- en RGB-formaat, omdat er anders kleurafwijkingen kunnen optreden.
- **Achtergrond:**

- **Witte/lichtgekleurde achtergrond:** Het logo mag in principe alleen worden gebruikt op een witte of lichtgekleurde achtergrond. Volgens Verordening (EU) 2021/1060, bijlage IX: "Indien een gekleurde achtergrond onvermijdelijk is, moet de rechthoek met een wit kader worden omgeven waarvan de breedte gelijk is aan 1/25e van de korte zijde van de rechthoek [vlag]." Hieronder staan twee voorbeelden hiervan.



- **Donkere achtergrond:** Als het Interreg-logo op een donkere achtergrond moet worden gezet, moet het in een witte rechthoek worden geplaatst, waarbij de betreffende marges moeten worden aangehouden.

Als het gebruik van een wit achtergrondveld niet mogelijk is vanwege de ruimte of context, of omdat hierdoor een belangrijk element van de achtergrondaafbeelding niet meer zichtbaar zou zijn, kan er een witgekleurde versie worden gebruikt. In dit geval moeten het logo, de rand van het EU-embleem en de letters wit zijn.

De weergave met de witte rechthoek heeft altijd de voorkeur boven de witgekleurde logoversie.



- **Uitvoering in één kleur:** Een versie in één kleur mag alleen worden gebruikt als dit absoluut noodzakelijk is vanwege drukbeperkingen of speciale doeleinden, d.w.z. als er geen kleuren beschikbaar zijn. De regels voor het gebruik van het logo blijven onveranderd, d.w.z. dat het logo bij voorkeur in een wit tekstveld moet worden geplaatst, wanneer het tegen een donkere of lichte achtergrond wordt gebruikt. Het EU-embleem moet worden gebruikt met een zwart of wit kader van 1/25e van de korte kant van de rechthoek.

**Help:**

**Als je bij de weergave te maken krijgt met een technisch probleem, moet je niet zelf het logo gaan veranderen. Neem in dat geval contact op met je projectcoördinator. Deze zal proberen een geschikte oplossing te vinden in overeenstemming met de regels voor communicatie.**



### **Algemene voorschriften**

Elk gesubsidieerd project is verplicht om bekend te maken dat het wordt ondersteund met EU-middelen in het kader van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE). Dit betekent dat het door het programma ter beschikking gestelde projectlogo moet worden weergegeven op **al het materiaal** dat in het kader van het project wordt ontwikkeld. Ook moet duidelijk worden vermeld dat het project wordt gefinancierd door Interreg Maas-Rijn (NL-BE-DE), een EU-fonds voor grensoverschrijdende samenwerking.

Voorbeelden van ontwikkelde materialen die onder public relations vallen zijn:

- brochures
- folders
- nieuwsbrief
- presentaties
- zakelijke correspondentie
- uitnodigingen
- video's
- persberichten
- interviews (verwijzing naar de projectfinanciering door Interreg Maas-Rijn (NL-BE-DE) en de Europese Unie is in dit geval voldoende)
- uitrusting
- promotiemateriaal

- ...

Als je niet zeker weet of de hier omschreven regels van toepassing zijn op een bepaald materiaal, raden we je aan contact op te nemen met de projectcoördinator om dit te overleggen.

Je mag de zin op een andere manier formuleren, maar het is belangrijk dat je expliciet verwijst naar Interreg-financiering vanuit de Europese Unie. Zie voor meer informatie over de presentatie van het logo het kopje "Presentatie en soort presentatie van het logo".

**Let op:**

De verwijzing naar de financiering kan door middel van tekst of, in het geval van gesproken materiaal, door middel van een gesproken tekst, bijvoorbeeld met de volgende zin: "Project XYZ wordt uitgevoerd in het kader van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE) en medegefinancierd met XYZ euro door de Europese Unie ([indien van toepassing:] en met XYZ euro door [hier de medefinanciers noemen])". Bij een kortere tekst (bijvoorbeeld in een folder) kan er staan: "Ondersteund door de Europese Unie en het Interreg-programma



Daarnaast moeten de projectpartners:

- een project-website of portaalpagina (zie hieronder) onderhouden op de website van Interreg Maas-Rijn (NL-BE-DE) (<https://www.interregmeuserhine.eu/>). Elk project krijgt zijn eigen portaalpagina. Voor alle projecten wordt een portaalpagina opgezet op de website van Interreg Maas-Rijn (NL-BE-DE). De portaalpagina's worden weergegeven onder het menu 'Projecten', samen met portaalpagina's van andere projecten. Je kunt als je wilt zelf de informatie invoeren of gebruikmaken van de service die het programma biedt.
- een beschrijving geven van het project (inclusief de vereiste verwijzingen naar het programma en de EU-subsidie) op de website van de organisatie en op alle social-mediakanalen van de partners (als zij hiervan gebruikmaken).

Zie voor meer informatie het hoofdstuk "Websites en social media van de projectpartners".

**Let op:**

**Houd er rekening mee dat andere projectwebsites volgens onze kostencatalogus niet subsidiabel zijn. Specifieke online databases en tools kunnen subsidiabel zijn, als deze nodig zijn voor de uitvoering van het project, maar websites die louter communicatiedoelstellingen dienen, zijn dat niet. Twijfel je of er sprake is van subsidiabele kosten, neem dan contact op met je regionale antenne (tijdens de aanvraagprocedure) of met de betreffende projectcoördinator (tijdens de implementatiefase), voordat je kosten maakt.**



- Hang op zichtbare wijze op de locatie van alle projectpartners de A3-poster op die je van het programma krijgt, of zorg voor een gelijkwaardig elektronische display, met informatie over het project en over de steun die het Interreg-programma biedt. Zichtbaar ophangen betekent dat de poster ergens in de buurt van de ingang van de organisatie moet worden opgehangen, omdat hij toegankelijk moet zijn voor het brede publiek. Het is daarom niet voldoende om een poster in het kantoor van de projectmedewerkers op te hangen.
- Projecten waarbij sprake is van meer dan 500.000 euro aan kosten en die fysieke investeringen hebben gedaan of uitrusting aankopen, moeten duurzame platen of borden hebben die duidelijk zichtbaar zijn voor het brede publiek en daarnaast het embleem van de Europese Unie tonen. In dit geval kun je ook een dergelijke plaat/bord van het programma krijgen. Neem contact op met je projectmanagers van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE).

### *Projectplaten*

De EU-verordening bepaalt dat elke partner (ook eventuele subpartners) een duidelijk zichtbare, duurzame plaat of bord met informatie over het project en het projectlogo moet ophangen voor elk project van meer dan 500.000 euro dat investeringen in natura doet of uitrusting aanschaft, zodra de daadwerkelijke uitvoering van een Interreg-project met investeringen in natura of de aanschaf van uitrusting van start is gegaan of aangeschafte uitrusting is geïnstalleerd.

Deze programmaplaat kan worden besteld bij het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE).

### *Projectposters*

Voor Interreg-projecten van minder dan 500.000 euro moet elke partner ten minste één poster (minimaal A3-formaat of groter) of een gelijkwaardige elektronische display met informatie over



het project ophangen op een duidelijk zichtbare plaats – bijvoorbeeld bij de ingang van een gebouw – waarop de steun van Interreg wordt benadrukt.

De projectpartners ontvangen deze projectposters van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE).

#### *Evenementen en activiteiten die deel uitmaken van het project*

Als bij een medegefinancierde maatregel andere deelnemers dan de projectpartners betrokken zijn (bijv. een evenement, cursus, enz.), zorgt de lead partner ervoor dat de deelnemers geïnformeerd worden over de EU-financiering van de maatregel en het project. De lead partner maakt duidelijk dat de uitgevoerde maatregel wordt ondersteund door de Europese Unie als onderdeel van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE).

Alle documenten (bijv. uitnodigingen, persberichten, presentaties, enz.), inclusief deelnamecertificaten e.d., die betrekking hebben op een dergelijk project, dienen het gecombineerde projectlogo te bevatten, evenals een verwijzing naar het feit dat het project wordt medegefinancierd door de EU in het kader van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE).

Met deze elementen moet ook rekening worden gehouden bij het voorbereiden van evenementen of bijeenkomsten (bijv. PowerPoint-presentaties, uitnodigingen, agenda's, conferentiedocumenten, enz.)

#### *Mediarelaties*

Let er bij de contacten met pers en media (bijv. in interviews, persberichten, enz.) op dat de EU-financiering van het project als onderdeel van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE) duidelijk wordt vermeld. Zorg er met name voor dat de grensoverschrijdende eigenschappen van het project worden benadrukt en dat er een duidelijk onderscheid wordt gemaakt tussen het project (je eigen specifieke onderneming) en het Interreg-programma (het kader waarbinnen je project wordt uitgevoerd).

Voor persberichten en redactionele bijdragen is een verwijzing naar de financiering in de eigenlijke tekst voldoende. Er hoeft dan niet per se ook een programmaloogo te worden vermeld.

#### *Voorschriften op het gebied van digitale communicatie*

Vanuit communicatieperspectief is het zeer wenselijk dat projecten ook online communiceren via speciale kanalen, zoals een projectwebsite of social media. Daarbij is het belangrijk dat dit

soort vormen van communicatie niet alleen worden ontwikkeld maar ook bijgehouden, wat natuurlijk tijd en middelen vergt.

De communicatiemedewerker van het project is verantwoordelijk voor het bijhouden en bijwerken van de inhoud. We bevelen aan dat er onder andere input wordt geleverd door de projectmedewerkers.

#### *Projectpagina op de programmawebste*

Elk project van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE) krijgt een eigen projectpagina op de website van het programma. Deze projectpagina bevat informatie die al is ingevuld voor je project.

##### **Tip:**

**Het programma raadt projecten aan minimaal twee keer per jaar een update op de website te plaatsen. In het eerste gesprek met je projectmanager zal hij/zij daarom ook vragen welke medewerkers toegang moeten hebben tot de projectwebsite.**



##### **Let op:**

**De verantwoordelijkheid voor de informatie die het project publiceert op de website van het programma rust bij het betreffende project. Dit geldt zowel voor de teksten die je online publiceert, als voor de afbeeldingen en foto's, enz. Als de projectinformatie leidt tot een waarschuwing, zorgt het programma ervoor dat dit terecht komt bij het betreffende project.**



#### *Projecten en social media*

Naast de website zijn social media interessante digitale tools voor communicatie over het project. Als bij jouw project wordt besloten dat de doelgroep heel goed kan worden bereikt met een account op een van de socials, moet bij het materiaal dat daar wordt geüpload altijd de EU-steun worden vermeld. Dit kan bij social media op veel verschillende manieren gebeuren:

**Het volgende is van toepassing op het profiel / de bio:**

Op social-mediaprofielen moet het projectlogo (inclusief het EU-embleem en de verwijzing naar de financiering) op het profiel of de bannerafbeelding worden geplaatst – mits het social-mediaplatform een banneroptie heeft. De banneroptie biedt meer ruimte voor de integratie van het logo en wordt daarom aanbevolen.

**Let op:**

**Het logo moet altijd volledig worden weergegeven bij het project, zelfs als het platform de afbeelding bijsnijdt. Daarnaast moet de EU-financiering altijd worden vermeld in de profielbeschrijving.**



Hieronder vind je een voorbeeld van hoe je profiel eruit zou kunnen zien:



**Je moet in de afzonderlijke posts de volgende elementen gebruiken:**

- Informatie/nieuws over het project of onderwerpen die te maken hebben met het project (inclusief foto's, infographics, video's e.d.). Ook het verhaal van eindgebruikers die vertellen over je projectresultaten, is hier uitermate geschikt.
- Het beeldmateriaal (inclusief video's) dat je uploadt naar het kanaal, moet altijd gelabeld zijn met het projectlogo (inclusief het EU-embleem en de verwijzing naar de EU-financiering), en ook de informatie over de EU-financiering moet worden verstrekt als onderdeel van de profielbeschrijving of individuele posts.

- Tag partners, deelnemers en het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE) (@Mentions). Door ze te taggen kunnen alle deelnemers snel en gemakkelijk reageren op de post, deze liken en/of delen. Dit vergroot ook het bereik van de post.
- Daarnaast wordt het gebruik van hashtags zoals #interregmaasrijn #interreg, #madewithinterreg, #euinmyregion, #europaomdehoek en andere bij het project aansluitende hashtags aanbevolen.

### Websites en social media van de projectpartners

#### Let op:

**Alle begunstigden moeten een korte beschrijving van het project publiceren op de officiële website van hun organisatie en op social media (indien deze worden gebruikt), die passen bij de mate van steun.**



Naast de eigen kanalen van het project hebben veel projectpartners ook hun eigen website en accounts op diverse social media. Ook hier moet ook regelmatig informatie over het project worden gegeven.

De projectpartners moeten een projectbeschrijving publiceren, die minimaal de volgende informatie moet bevatten:

- een korte beschrijving van het project passend bij de mate van ondersteuning;
- de doelstellingen en resultaten van het project;
- financiële ondersteuning van de Europese Unie;
- verwijzing naar de website van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE);

De volgende elementen moeten ook worden gebruikt bij social media:

- Tag partners, deelnemers en het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE) (@Mentions). Door ze te taggen kunnen de betrokken partners en het Interreg-programma snel en gemakkelijk reageren op de post, deze liken en/of delen.
- Ook het gebruik van hashtags zoals #interregmaasrijn, #interreg, #madewithinterreg, #euinmyregion, #europaomdehoek en andere bij het project aansluitende hashtags wordt aanbevolen.

Op social media kan de EU-steun op veel verschillende manieren onder de aandacht worden gebracht! Er wordt verwacht dat projectpartners regelmatig communiceren over hun project. Voor posts wordt aanbevolen om het projectlogo (inclusief het EU-embleem en de vermelding

van de medefinanciering) op het beeldmateriaal te plaatsen, inclusief eventuele video's, en/of vermelding van de steun in de tekst. De begunstigde kan deze aanpak in afzonderlijke posts op verschillende manieren laten blijken. De informatie over EU-financiering kan eventueel ook deel uitmaken van de profielbeschrijving.

### ***Verplicht bewijs***

Het programma zal regelmatig controleren of de communicatierichtlijnen worden nageleefd, maar zal niet alle documenten controleren. Bewaar daarom altijd de bewijsstukken van je communicatieactiviteiten, zoals

- bewijsexemplaren van brochures, flyers, giveaways;
- kopieën van persberichten, publicaties, advertenties, deelnamecertificaten, uitnodigingen voor evenementen;
- foto's van opgehangen posters, geplaatste borden en platen;
- foto's van relatiegeschenken met logo-opdruk;
- links naar rapportages op de website;
- screenshots van posts op social media;
- diverse publicaties
- enz.

Ook bij eventuele latere audits kan naar deze bewijsstukken worden gevraagd. Bewaar ze daarom ook na beëindiging van het project. We raden aan om minstens drie kopieën per communicatieactiviteit te archiveren en, indien mogelijk, ook een digitale versie op een externe harde schijf te bewaren.

### ***Financiële correcties***

Houd er rekening mee dat er financiële gevolgen kunnen zijn voor projecten, als ze niet voldoen aan de vereisten voor EU- en programma-branding. Het programma kan maximaal 2% aan EFRO-medefinanciering intrekken, als het niet mogelijk is om het materiaal aan te passen aan de EU-vereisten, bijvoorbeeld omdat een brochure al is verspreid. De financiële aftrek wordt (rekening houdend met het evenredigheidsbeginsel) toegepast op de betrokken partner(s). Zie voor meer informatie hierover ook het algemene programmahandboek.

### ***Projecten van strategisch belang of met een EU-financiering van meer dan 5.000.000 euro***

Projecten van strategisch belang moeten naast de bovengenoemde vereisten ook aan een aantal andere voorschriften voldoen. Als het gefinancierde project een project van strategisch belang is **of** als het gaat om een project met een EU-financiering van meer dan 5.000.000 euro, moet er een communicatie-evenement of communicatieactiviteit worden georganiseerd.

Hierbij kan het gaan om evenementen en activiteiten van uiteenlopende aard, bijv.

- speciale projectcampagnes;
- evenementen die een grotere betrokkenheid van eindgebruikers en/of doelgroepen bij het project te stimuleren, zoals wedstrijden, rondleidingen, workshops, enz.;
- kick-off of slotevenementen, zoals de opening van een centrum, een feestelijke bijeenkomst om de voltooiing van bouwwerkzaamheden te markeren, enz.;
- speciale evenementen die een unieke projectervaring bieden, zoals tentoonstellingen, optredens, theater, modeshows, enz.;
- evenementen die zorgen voor extra media-aandacht, zoals een persconferentie, bezoek van journalisten aan het project en andere formats;
- elke andere soort communicatie-evenement of -activiteit waarbij de steun van het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE) en het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling wordt vermeld en waarbij de Europese Commissie en de Managementautoriteit betrokken zijn;
- activiteiten waarbij de resultaten van het project worden gepresenteerd, bijv. een bezoek aan een laboratorium en gerenoveerde faciliteiten, excursies, open dagen, beurzen, enz.

Zorg ervoor dat de Europese Commissie en de Managementautoriteit ten minste twee maanden voor de activiteit of het evenement worden geïnformeerd en uitgenodigd. De uitnodiging moet informatie bevatten over het project zelf, de tijd, de locatie, het type evenement of activiteit, de vorm, de verwachte rol van de vertegenwoordigers op het evenement/de activiteit (bij voorkeur een actieve rol, bijv. een praatje) en de verwachte bijdragen.

Het evenement of de activiteit moet ertoe dienen om de activiteiten van het project zichtbaar te maken voor het brede publiek en om de positieve veranderingen voor het land en de regio aan te tonen, dus met andere woorden: het belang van het project voor het bereiken van de specifieke programmadoelstelling.

Het is ook een uitstekende gelegenheid om het verband aan te tonen tussen de doelstelling van het project, de relevantie ervan voor de ontwikkeling op nationaal niveau en de bijdrage ervan aan de prioriteiten van de EU. Uiteindelijk moeten communicatie-evenementen of -activiteiten burgers inzicht geven in hoe concrete projecten ervoor zorgen dat Europa concurrerender, groener, meer verbonden en socialer wordt en dichter bij de burger komt.

Zie voor meer informatie ook de gids van de Europese Commissie voor projecten van strategisch belang, die je kunt downloaden van de website: [www.interregmeuserhine.eu/nl/downloads/](http://www.interregmeuserhine.eu/nl/downloads/)

## **Aanbevelingen**

### ***Acroniem project***

Een belangrijk onderdeel van de branding van een project is het acroniem. Het is belangrijk om een acroniem te kiezen dat kort is, gemakkelijk uit te spreken en betrekking heeft op het projectonderwerp. Projectacroniemen mogen maximaal 18 tekens lang zijn.

Het projectacroniem wordt ook gebruikt om de URL van de projectwebsite te maken, dus het acroniem mag geen speciale tekens bevatten (& ! . \* @ enz.)

### ***Een communicatiemedewerker aanstellen voor het project***

Hoewel het niet verplicht is, wordt sterk aangeraden om een communicatiemedewerker aan te stellen voor het project, die toezicht houdt op de communicatiemaatregelen en deze uitvoert – op basis van deze richtlijnen, de steun van het programma en de aanbevelingen in dit handboek. Hiermee moet de werklast enerzijds zoveel mogelijk worden beperkt en het werken anderzijds efficiënter worden gemaakt. We raden je sterk aan om te zorgen voor een goede informatiestroom van de individuele projectinitiators richting de communicatiemedewerker.

### ***Communicatieplan***

Het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE) hecht veel belang aan PR en activiteiten die op dit gebied worden uitgevoerd. Daarom is het belangrijk dat, zodra de projectpartners bezig zijn met de projectaanvraag, ze direct aan het begin van het project aan de slag gaan met projectcommunicatie en de ontwikkeling van een bijbehorend communicatieplan inclusief alle geplande communicatieactiviteiten. Zorg ervoor dat dit communicatieplan ook specifiek aansluit bij de projectaanvraag die wordt ingediend.

### ***Doelgroepen***

De communicatiebehoeften en de communicatiemiddelen variëren afhankelijk van de doelgroep. Hieronder geven we een overzicht van de mogelijke (clusters van) doelgroepen en stakeholders.

Deze informatie is bedoeld als leidraad en is niet uitputtend. Afhankelijk van het project kunnen ook andere stakeholders relevant zijn.

- het brede publiek en inwoners van de regio
- politieke actoren en beleidsmakers (inclusief programmapartners)
- stakeholders van het project (doelgroepen, partners)
- nationale en regionale overheden
- EU-instellingen

• ...

### Stakeholders in kaart brengen

Omdat de middelen van een project beperkt zijn, moet je je richten op de stakeholders waarbij de kans het grootst is dat zij ervoor kunnen zorgen dat het project zijn doelen snel en efficiënt bereikt. Hierbij helpt het om je stakeholders in kaart te brengen.



Overleg met je projectteam en bekijk samen de lijst met stakeholders die je eerder hebt gemaakt. Breng de groepen stakeholders op basis van de mate van interesse en hun invloed in kaart. Uiteindelijk zou je ongeveer 5 groepen in elk kwadrant moeten hebben. Rechtsboven vind je je belangrijkste doelgroepen.

Houd er rekening mee dat het brede publiek een grotere invloed kan hebben op de onderwerpen van je project dan je misschien in eerste instantie zou denken. Daarom raadt het programma dan ook aan om projectresultaten ook te richten op het brede publiek, maar dit heeft natuurlijk wel invloed op de vorm en inhoud van het project. Het is belangrijk om de relevantie van de inhoud voor deze doelgroep aan te tonen (zie ook het kopje "storytelling").

### Communicatiematrix

Het programma raadt sterk aan om elk jaar een duidelijke communicatiematrix op te stellen met de volgende informatie: de doelstellingen per doelgroep, de maatregelen om deze doelstellingen



te bereiken en wanneer deze maatregelen zijn gepland, evenals de benodigde middelen en het tijdschema.

Het hoeft niet heel veel tijd te kosten voor de communicatiemedewerker van het project om deze matrix samen met de andere leden van het projectteam op te stellen. Het belangrijkste is dat de projectmedewerkers die verantwoordelijk zijn voor communicatie, hiermee een handvat en richtlijn in handen hebben. Ook stelt het de projectcoördinatoren in staat om de communicatiemaatregelen op te volgen.

Natuurlijk zijn bepaalde communicatiemaatregelen geschikt voor meerdere doelgroepen tegelijk. De onderstaande communicatiematrix geeft een overzicht van de verschillende maatregelen voor de afzonderlijke doelgroepen.

	Publiek	Politiek	Belangheb.	Nat. Overh.	EU
Logo	X	X	X	X	X
Banner	X	X	X	X	X
Poster	X	X	X	X	X
Stationary	X	X	X	X	X
Story/tekst	X	X	X	X	X
Website	X	X	X	X	X
Eindrapport	X	X	X	X	X
Persbericht	X	X	X		
Nieuwsbrief		X	X		
Projectvideo	X	X	X		X
Folder		X	X		
Event		X	X		
Social media	X	X	X	X	X

### **Storytelling**

Storytelling is een techniek of communicatievorm die nu veel wordt gebruikt om informatie over te brengen. Als je informatie verpakt in een verhaal, zorg je er niet alleen voor dat je de aandacht van je lezers trekt, maar zorg je ook voor een grotere impact waardoor je de kans vergroot dat ze je informatie zullen onthouden. Storytelling geeft je project een menselijk gezicht. Als je media-aandacht wilt, is storytelling de methode bij uitstek.

Bij projecten die onbekend zijn bij het grote publiek, blijkt deze methode handig te zijn om een eenvoudige boodschap over te brengen zodat het project beter onder de aandacht komt.

### *Lengte van de zinnen*

Je kunt het beste in duidelijke en eenvoudige taal schrijven, zodat ook het brede publiek het kan snappen. Het is echter niet altijd eenvoudig om projectmaatregelen op een begrijpelijke manier te beschrijven. Als vuistregel geldt: als een 15-jarigen je snapt, zit je meestal op de goede weg.

- Maak zinnen niet langer dan 15 tot 20 woorden (en zeker niet langer dan 30 woorden).
- Wissel langere en kortere zinnen af. Korte zinnen kunnen heel effectief zijn.
- Stop in elke zin maar één boodschap.

### *Stijl en vocabulaire*

- Houd het beknopt (vooral op social media). Daarbij kunnen digitale tools voor het samenvatten van teksten, zoals Resoomer, handig zijn (beschikbaar in verschillende talen).
- Kies voor een informele stijl in plaats van een wetenschappelijke of al te formele stijl.
- Gebruik geen streektaal. Je schrijfstijl moet professioneel en correct zijn, maar wel blijven boeien en niet saai worden.
- Kies voor actief in plaats van passief taalgebruik:
  - Actief: *De Europese Commissie heeft dit document in januari gepubliceerd.*
  - Passief: *Dit document is in januari gepubliceerd door de Europese Commissie*
- Gebruik voornaamwoorden in de eerste en tweede persoon ("wij" en "jij") om naar jezelf en je lezers te verwijzen.
- Gebruik woorden die je thuis of in het dagelijks leven ook gebruikt.
- Vermijd waar mogelijk vakjargon en afkortingen. Als het toch onmogelijk is om technische termen en afkortingen te vermijden, kun je je tekst het beste beginnen met een lijst van termen/afkortingen.

### *Al het goede komt in drieën*

Als het gaat om verhalen, maar ook om communicatie in het algemeen, is drie een magisch getal.

Aristoteles zag al de magie van het getal drie – in zijn retorische driehoek heeft hij de ideale verhaalstructuur vastgelegd: inleiding, middenstuk, slot. Ook in de psychologie blijkt het getal drie een belangrijke rol te spelen, namelijk bij het geheugen. Volgens de "regel van drieën" kunnen mensen informatie die in drie delen is opgedeeld, het beste onthouden. Dit verklaart

waarom een toneelstuk vaak bestaat uit drie bedrijven en waarom drie argumenten vaak overtuigender zijn dan meer of minder.

Ook voor storytelling is het dus het beste om elk idee op te splitsen in drie delen. Elke vorm van communicatie heeft dus een begin, een midden en een slot. Ook al is er niet een bepaalde vaste formule, toch moet het verhaal dat je vertelt altijd wel structuur hebben – anders raakt je lezer de draad kwijt. Dit zorgt ervoor dat complexe zaken helder worden.

### *Over structuur gesproken*

- Zet de belangrijkste informatie aan het begin van de tekst, zodat je lezers het gemakkelijk terug kunnen vinden. Zet de belangrijkste informatie niet in het midden van de tekst, want daar valt het te weinig op.
- Beperk je tot een paar hoofdpunten en maak niet te lange alinea's.
- Maak je verhaal persoonlijk en voeg een anekdote toe over een eindbegunstigde. Dit maakt je project concreet. Een goed voorbeeld zou een patiënt zijn die dankzij het project in een vroeg stadium werd gediagnosticeerd en behandeld.
- Spreek zoveel mogelijk al de zintuigen van je publiek aan. Dit betekent bijvoorbeeld dat je tekstelementen combineert met visuele componenten (foto's, infographics, video's, enz.).

### *Voorbeeld van storytelling*

De volgende tekst is misschien niet relevant voor je project, maar kan dienen als aanzet voor je verhaal. Net als in de tekst kun je je verhaal opbouwen rond een bepaalde persoon (die baat heeft gehad van een project) en feiten en cijfers toevoegen om je verhaal te ondersteunen. Let er echter op dat je het publiek niet bedelft onder de informatie.

*"Erik, Belg, hartaanval, Nederlands ziekenhuis"*

*Erik, een jonge Belg, is gek op voetbal. In 2009 krijgt hij tijdens een potje voetbal in het Nederlands-Belgische grensgebied plotseling een hartaanval. Het probleem was dat het dichtstbijzijnde ziekenhuis in Maastricht was. Het is natuurlijk absurd dat iemand zijn leven dreigt te verliezen, terwijl hij of zij een paar kilometer verderop in het buitenland kan worden gered.*

*Dankzij ons XXX-project, dat wordt gefinancierd door het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE), kon Erik zonder financiële of administratieve problemen worden geholpen door de Nederlandse hulpdiensten.*

*Het grensoverschrijdende samenwerkingsproject hielp dus om kostbare minuten in de ambulance te besparen – waardoor Eriks leven werd gered. Zonder dit door de Europese Unie gefinancierde initiatief had de voetbalclub de Belgische ambulancedienst moeten bellen, die er veel langer over had gedaan om ter plaatse te komen.*

### **Link naar (belangrijke) EU-maatregelen/campagnes**

Om ook mensen te bereiken buiten het project kan het helpen om aan te sluiten bij bestaande campagnes. Er zijn diverse speciale actiedagen en -weken in de EU, elk met hun eigen communicatiestromen en -campagnes. Probeer daarnaast contact te leggen met andere EU-projecten in jouw gebied en ga na in hoeverre er sprake is van mogelijk synergieën op het gebied van communicatie en campagnes bestaan met deze projecten, waardoor er een efficiëntieslag kan worden gemaakt.

### *Voorbeelden van belangrijke evenementen op Europees niveau waarbij projecten kunnen aansluiten:*

- **Dag van de Europese Samenwerking** – een campagne in heel Europa onder de naam Interreg Cooperation Day, waarbij de resultaten van grensoverschrijdende Europese samenwerking aan het publiek worden gepresenteerd. Meer informatie is te vinden op de website van Interreg Cooperation Day. De dag vindt plaats in september. Meer informatie is te vinden op <https://www.interact-eu.net/communication-and-visibility/visibility/interreg-day/>
- **Europese Week van Regio's en Steden (#EURegionsWeek)** – De Europese Week van Regio's en Steden (#EURegionsWeek) is het grootste jaarlijkse evenement op het gebied van regionaal beleid. Het vierdaagse evenement biedt steden en regio's de gelegenheid om te laten zien wat hun bijdrage is aan de groei en werkgelegenheid en aan de uitvoering van het cohesiebeleid van de EU. Daarnaast wordt het belang van het lokale en regionale niveau voor goed Europees bestuur benadrukt. Sinds de eerste editie in 2003 is dit evenement uitgegroeid tot een uniek communicatie- en netwerkplatform dat regio's en steden uit heel Europa en hun politieke vertegenwoordigers, maar ook ambtenaren, experts en wetenschappers bij elkaar brengt. De Europese Week van Regio's en Steden vindt meestal in oktober plaats. Meer informatie is te vinden op <https://regions-and-cities.europa.eu/>
- **Europese Groene Week (EU Green Week)** – De European Green Week is een belangrijk evenement op de agenda van het milieubeleid van de EU. Dit jaarlijkse evenement trekt beleidsmakers, groene voortrekkers, stakeholders en andere geïnteresseerden uit heel Europa en de rest van de wereld. Projecten kunnen hun eigen evenement over het onderwerp creëren en zich aanmelden als een partnerevenement. Meer informatie is online beschikbaar. Zie voor meer informatie [https://green-week.event.europa.eu/index\\_en](https://green-week.event.europa.eu/index_en)

- **European Sustainable Energy Week** – het grootste jaarlijkse evenement over duurzame energie en efficiënt energiegebruik in Europa. De week is gericht op het creëren van een energie-zekere toekomst voor Europa. De activiteiten variëren van mogelijkheden om te netwerken tot regionale evenementen en de bekendmaking van award-winning projecten. Het evenement brengt overheden, particuliere bedrijven, niet-gouvernementele organisaties, onderzoekers en consumenten bij elkaar om initiatieven voor een groene en digitale energietransitie in Europa te bevorderen. Zie voor meer informatie [https://sustainable-energy-week.ec.europa.eu/about-sustainable-energy-week\\_en](https://sustainable-energy-week.ec.europa.eu/about-sustainable-energy-week_en)
- Ook andere EU-evenementen kunnen interessant zijn voor je project. Een actueel overzicht van de evenementen in de komende maanden is te vinden op [https://research-and-innovation.ec.europa.eu/events/upcoming-events\\_en](https://research-and-innovation.ec.europa.eu/events/upcoming-events_en)

Verdere informatie Bij vragen of twijfel kun je contact opnemen met de projectcoördinator van het programma. Als je twijfelt, kun je het beste vóór publicatie contact opnemen met de verantwoordelijke contactpersonen, om eventuele financiële correcties te voorkomen.

Voor meer informatie verwijzen we ook naar de wettelijke bepalingen in de EU-verordeningen en de specifieke vereisten in de toekenningsbrief. Aanvullende informatie is hier te vinden:

- Programmahandboek op de website van Interreg Maas-Rijn (NL-BE-DE)  
<https://www.interregmeuserhine.eu/nl/downloads/>
- Aanbevelingen en handleidingen voor projecten van de Europese Commissie:  
[https://ec.europa.eu/regional\\_policy/policy/communication/how-to-communicate\\_en](https://ec.europa.eu/regional_policy/policy/communication/how-to-communicate_en)
- Verordening 2021/1060  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=celex%3A32021R1060>

*Dit zijn de geharmoniseerde regels voor EU-fondsen die gezamenlijk met lidstaten en regio's worden toegewezen. We raden lead partners aan om artikel 50 (over de verantwoordelijkheden van begunstigden) in hoofdstuk III te lezen. Lees ook artikel 47 van hoofdstuk III en bijlage IX, waarin het correcte gebruik van het EU-embleem wordt uitgelegd.*

## Checklist

De volgende checklist kan je helpen bij het implementeren van de bovenstaande richtlijnen en aanbevelingen.

**Wanneer?**      **Wat?**

**Status**

---

<i>In de aanvraagfase</i>	We raden je aan om goed na te denken over het acroniem van het project. Je vindt aanbevelingen hierover in het gedeelte "Acroniem project".	<input type="checkbox"/>
	We raden je aan om tijdens de aanvraagfase goed na te denken over de projectcommunicatie. Het is onder andere een goed idee om je toekomstige groepen stakeholders in grote lijnen in kaart te brengen en na te denken over hoe je hen het beste kunt bereiken. Zie voor meer informatie hierover de kopjes "Doelgroepen", "In kaart brengen van stakeholders" en "Communicatiematrix".	<input type="checkbox"/>
	Bij het Interreg-programma Maas-Rijn (NL-BE-DE) bestaat de mogelijkheid om je aanvraag te bespreken met een expert. Je kunt de contactgegevens van deze zogenaamde regionale antennes vinden <a href="#">op onze website</a> .	<input type="checkbox"/>
	We raden alle consortiumpartners aan om tijdens de aanvraagfase dit handboek, het programmahandboek, de kostencatalogus en de relevante EU-richtlijnen goed door te lezen. Dit helpt je om realistisch in te kunnen schatten of je voldoet aan de vereisten voor Interreg-projecten en op basis daarvan je projectplan en -budget op te stellen.	<input type="checkbox"/>
<i>Voor aanvang van het project</i>	Bijeenkomst met alle projectpartners en de projectmanagers van het programma.	<input type="checkbox"/>
	We raden aan dat een project ten minste één pr-medewerker aanstelt en dit communiceert naar de projectmanagers van het programma. Zie voor meer informatie hierover het kopje "Een communicatiemedewerker aanstellen voor het project".	<input type="checkbox"/>
	We raden de projecten aan om een communicatieplan op te stellen. Hiervoor moet je de aanvraagdocumenten goed doornemen. Maar daarnaast kan het voorbereidende werk dat je in principe al hebt gedaan in de aanvraagfase, je ook van pas komen. Zie voor meer informatie ook de volgende kopjes: "Communicatieplan", "Doelgroepen", "In kaart brengen van stakeholders" en "Communicatiematrix".	<input type="checkbox"/>
<i>Eerste projectfase</i>	Kies een projectfoto en stuur deze naar de projectmanager van het programma. De foto is nodig voor het maken van de projectposter, de	<input type="checkbox"/>

<p>website en (als deze er is) de projectplaat. Als je geen geschikte foto hebt, kan de communicatieafdeling van het programma een rechtenvrije foto voor je zoeken.</p>	
<p>Maak binnen het consortium afspraken over welke projectmedewerkers toegang hebben tot de projectwebsite. Als je hun namen en contactgegevens doorgeeft aan de programmacoördinatoren voor het project, kunnen zij ervoor zorgen dat deze toegang krijgen tot de toekomstige projectwebsite. Meer informatie over de website is te vinden onder het kopje "Projectpagina op de programmawebste"</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Als je social media wilt gaan gebruiken, raden we aan dit al vanaf het begin van het project op te zetten. Zie voor meer informatie het gedeelte "Projecten en social media".</p>	<input type="checkbox"/>
<p>We raden je aan om al in een vroeg stadium te plannen welk nieuws en welke artikelen je wilt publiceren op de website van het project en (als je hier gebruik van maakt) de social-mediakanalen van het project.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Nadat je de contactgegevens van de communicatiemedewerker hebt doorgegeven, zal deze persoon als beheerder worden toegevoegd aan de projectwebsite.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Hang minstens één projectposter op bij de ingang van de diverse partnerorganisaties. Je kunt er ook voor kiezen om hiervoor een (gelijkwaardige) elektronische display te gebruiken. Zie voor meer informatie het kopje "Projectposters".</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Vergeet niet (indien van toepassing) om de projectplaat op te hangen. Zie voor meer informatie hier het kopje "Projectplaat"</p>	<input type="checkbox"/>
<p>We raden je aan om aan het begin van het project templates in Word/PowerPoint/Excel/enz. aan te maken die in ieder geval het projectlogo bevatten en een duidelijke vermelding dat het project wordt gefinancierd door Interreg Maas-Rijn (NL-BE-DE), een EU-fonds voor grensoverschrijdende samenwerking. In de rest van het handboek is meer informatie te vinden. Let daarbij met name op "Presentatie en soort presentatie van het logo" en "Algemene voorschriften".</p>	<input type="checkbox"/>

	Deel het projectlogo en andere templates met je projectpartners.	<input type="checkbox"/>
	Zorg ervoor dat elke projectpartner informatie over het project deelt op de betreffende website van de organisatie. Zorg er ook voor dat de projectpartners projectinformatie delen via hun eigen social media, als zij hiervan gebruikmaken. Zie voor meer informatie het kopje "Websites en social media van de projectpartners".	<input type="checkbox"/>
	Actualiseer de informatie op de projectwebsite indien nodig. Voeg artikelen en nieuws toe zodra er nieuws is over het project. NB: We raden aan om dit minstens eens per half jaar te doen.	<input type="checkbox"/>
<i>Tijdens de looptijd van het project</i>	Zorg ervoor dat de geplande communicatieactiviteiten ook daadwerkelijk plaatsvinden, vooral als ze worden genoemd in de aanvraagdocumenten. Houd ook rekening met de algemene richtlijnen onder het kopje "Voorschriften voor informatievoorziening, communicatie en zichtbaarheid".	<input type="checkbox"/>
	Zorg er te allen tijde voor dat de projectcommunicatie de richtlijnen in het handboek volgt.	<input type="checkbox"/>
	We willen je erop wijzen dat je bewijs moet bewaren van de communicatie-activiteiten van het project. Lees hier meer over in het gedeelte "Verplicht bewijs".	<input type="checkbox"/>

*NB: Deze checklist pretendeert niet volledig te zijn en bevat alleen algemeen advies. Andere aanbevelingen en richtlijnen kunnen relevant zijn voor jouw specifieke situatie (bijvoorbeeld als je werkt aan een project van strategisch belang of een project waarvan de totale kosten hoger zijn dan 5.000.000 euro).*