



Bruxelles, den 1.12.2016  
COM(2016) 525 final

**RAPPORT FRA KOMMISSIONEN TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET, DET  
EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG REGIONSUDVALGET**

**om gennemførelsen, resultaterne og den samlede vurdering af  
Det europæiske udviklingsår 2015**

{SWD(2016) 286 final}

# RAPPORT FRA KOMMISSIONEN TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET, DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG REGIONSUDVALGET

## om gennemførelsen, resultaterne og den samlede vurdering af Det europæiske udviklingsår 2015

### 1. INDLEDNING

#### 1.1. Baggrund: 2015 som det europæiske udviklingsår

Det europæiske udviklingsår (i det følgende "EYD2015") var det første europæiske år<sup>1</sup>, der skulle omhandle eksterne relationer. Det kom på et vigtigt tidspunkt i forbindelse med store internationale politiske beslutninger: årtusindudviklingsmålene blev erstattet af målene for bæredygtig udvikling som en del af 2030-dagsordenen for bæredygtig udvikling, der blev vedtaget på FN's Generalforsamling i september 2015. Der skete et større gennembrud i juli 2015, da der blev opnået enighed om Addis Abeba-handlingsplanen vedrørende en global ramme for finansiering af bæredygtig udvikling. Og endelig vedtog 195 lande i december 2015 den første universelle og retligt bindende globale klimaaftale nogensinde på FN's klimakonference i Paris (COP21).

Dette er baggrunden for, at EU koordinerede en innovativ kommunikationskampagne om udvikling, som havde til formål at bringe disse globale beslutninger tættere på EU's borgere og deres dagligdag. Der blev afholdt forberedende konferencer for at gøre kampagnen så inklusiv som muligt. Alle partnere – herunder medlemsstaterne, EU-institutionerne, internationale organisationer, civilsamfundet og den private sektor – var enige om, at kampagnen skulle samle flere parter om at sætte fokus på udviklingssamarbejde.

#### 1.2. Mål og principper

I Europa-Parlamentets og Rådets afgørelse nr. 472/2014/EU, hvori 2015 udnævnes til det europæiske udviklingsår<sup>2</sup> (i det følgende "EYD2015-afgørelsen"), identificeres tre mål:

a) at oplyse EU-borgerne om Unionens og medlemsstaternes politikker og foranstaltninger vedrørende udviklingssamarbejde, idet der fokuseres på de resultater, som Unionen sammen med medlemsstaterne har opnået som global aktør, og forpligtelsen til fortsat at spille en ledende rolle i overensstemmelse med den nye ramme for perioden efter 2015

b) at fremme direkte deltagelse, kritisk tænkning og aktiv interesse blandt EU-borgere og interessenter, hvad angår udviklingssamarbejde, herunder politikudformning og -gennemførelse, og

---

<sup>1</sup> De europæiske år har siden 1983 adresseret specifikke emner for at tilskynde til debat og dialog i de enkelte lande og landene imellem.

<sup>2</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014D0472>

c) at øge kendskabet til fordelene ved Unionens udviklingssamarbejde, ikke blot blandt modtagerne, men også for Unionens borgere, og opnå en bredere forståelse af udviklingsvenlig politikkoherens, samt at skabe en følelse blandt borgere i Europa og udviklingslandene af fælles ansvar, solidaritet og muligheder i en foranderlig og indbyrdes afhængig verden.

### 1.3. EYD2015-midler

De finansielle midler, der blev mobiliseret til kampagnen, beløb sig til i alt 10 579 345,11 EUR<sup>3</sup>.

Bidragene til de nationale arbejdsprogrammer i de EU-medlemsstater, der var involveret i kampagnen, beløb sig til 5 268 613,31 EUR CONCORD (civilsamfundsalliancen) modtog 938 639,50 EUR, 170 258,55 EUR blev investeret i at udvikle kommunikationskampagnestrategien i 2014, 3 451 833,75 EUR blev afsat til gennemførelsen af strategien og 500 000 EUR til den midlertidige ansættelse af yderligere støttepersonale og 250 000 EUR gik til den eksterne evalueringsundersøgelse.

### 1.4. Fælles tilgang og partnerskabstilgang

EYD2015 var en fælles kommunikationsprioritet for Kommissionen og andre EU-institutioner. Der blev oprettet en tværinstitutionel arbejdsgruppe<sup>4</sup> for at hjælpe EYD2015 med at nå ud til en bred offentlighed, mens en tværtjenstlig arbejdsgruppe (inden for Kommissionen) sikrede sammenhængende kommunikation med vægt på sammenhæng i udviklingspolitikken. Koordineringsmøderne med arbejdsgrupperne var afgørende for udvekslingen af oplysninger, udarbejdelsen af EYD2015-materiale og organiseringen af offentlige debatter.

Der blev etableret et nyt netværk mellem Kommissionen og de deltagende medlemsstater<sup>5</sup>. Der blev afholdt seks workshopper i Bruxelles for at bringe alle gennemførende parter sammen og udvikle metoder til fremme af udviklingskommunikation på europæisk plan. Der foreligger et fast tilsagn fra alle deltagende parter om at opretholde dette netværk.

Kampagnens ikke-institutionelle partnerskaber tilførte den mangfoldighed og dynamik. Samarbejdet om EYD2015 omfattede internationale organisationer, lokale myndigheder, civilsamfundsgrupper, den private sektor, den akademiske verden og ungdomsorganisationer.

### 1.5. Eurobarometer-resultater vedrørende udvikling

Der blev gennemført to Eurobarometer-undersøgelser<sup>6</sup>, et i starten af kampagnen og et i slutningen. Formålet var at overvåge den offentlige mening om udviklingsemner

---

<sup>3</sup> Midlerne stammede fra følgende afgørelser: C 2013/8977 C 2013/9197 C 2014/5179 C 2015/4689

<sup>4</sup> Deltagerne var repræsentanter for Kommissionens tjenestegrene, Den Europæiske Tjeneste for EU's Optræden Udadtil samt repræsentanter for Rådet, Europa-Parlamentet, Regionsudvalget, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og CONCORD.

<sup>5</sup> Der blev undertegnet 25 nationale arbejdsprogrammer, men alle EU's medlemsstater deltog i nogle af de regelmæssige workshopper.

<sup>6</sup> Special Eurobarometer 421 (2015) "The European Year for Development – citizens' views on development, cooperation and aid": [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_421\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_en.pdf) ; Special Eurobarometer

og opfange eventuelle ændringer i disse holdninger i løbet af året. Eurobarometerundersøgelsen fra 2016 vedrørende udvikling viste en klar stigning i andelen af borgere, som støtter udvikling (fra 85 % til 89 %), og bekræftede, at den europæiske offentlighed havde fået større viden om de nye bæredygtigheds mål, idet 36 % af de adspurgte angav, at de havde hørt eller læst om dem. I forbindelse med selve EYD2015 viste Eurobarometerundersøgelsen i forhold til en indledningsvis genkendelsesprocent på 12 % i januar 2015 en stigning på 50 % ved årets slutning.

## 2. GENNEMFØRELSE PÅ DECENTRALISERET NIVEAU

I EYD2015-afgørelsen nævnes behovet for bred støtte til udvikling, da "det er medlemsstaterne, som har hovedansvaret for at øge borgernes kendskab til udviklingsrelaterede emner"<sup>7</sup>. Samtidig blev der opnået enighed om vigtigheden af multilaterale partnerskaber for medlemsstaternes evne til at nå målene for det europæiske år<sup>8</sup>.

### 2.1. Samarbejde med EU's medlemsstater

Samarbejdet med EU's medlemsstater blev en hjørnesteen i kampagnen i forhold til at etablere et netværk af udviklingskommunikatører. 25 medlemsstater gennemførte et nationalt EYD2015-arbejdsprogram. EYD2015 gav mulighed for at fokusere på resultaterne af årtusindudviklingsmålene og 2030-dagsordenen for bæredygtige udviklingsmål samt øge interessen for og engagementet i udviklingsspørgsmål. I alle EU's medlemsstater tilsammen fandt der 3 828 arrangementer sted med i alt 1 923 240 deltagere.

Der blev organiseret en lang række aktiviteter, fra særlige udviklingsdage, kulturelle arrangementer samt tv- og radioprogrammer til litterære, foto- og videokonkurrencer, konferencer og uddannelsesarangementer. Europa-Parlamentets informationskontorer organiserede 35 arrangementer, seminarer og debatter om udviklingsspørgsmål i medlemsstaterne, i mange tilfælde med deltagelse af medlemmer af Europa-Parlamentet.

Der blev lagt særlig vægt på uddannelsesarbejde målrettet unge. Kommissionen udviklede et undervisningsværktøjssæt om udvikling med en lærerhåndbog, 12 undervisningsplaner og en quizbrochure på 23 EU-sprog<sup>9</sup>. Disse undervisningsmaterialer blev via undervisningsministerier fordelt til uddannelsesinstitutioner, hovedsagelig gymnasieskoler, men også til lærerforeninger via de relevante undervisningsministerier. Mange medlemsstater udnævnte nationale ambassadører, hvis popularitet var afgørende for at øge kampagnens rækkevidde.

Der blev etableret medie- og pressepartnerskaber i alle medlemsstater. Sammenlagt støttede 45 sådanne partnerskaber kampagnen, og navnlig i Irland, Spanien og Østrig var der nogle gode eksempler på, hvordan man når unge målgrupper.

### Godt nyt for Europa – en særlig dag

---

441 (2016) "The European Year for Development – citizens' views on development, cooperation and aid": [http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final_en.pdf)

<sup>7</sup> Afgørelse nr. 472/2014/EU Link: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014D0472>

<sup>8</sup> Idem.

<sup>9</sup> <https://europa.eu/eyd2015/en/content/teachers-corner>

Kommissionen arbejdede tæt sammen med den danske ngo *World's Best News* for at støtte en række særlige europæiske dage, som blev fejret i 19 medlemsstater med det formål at formidle et positivt budskab om EU's udviklingssamarbejde og fremskridtene i partnerlandene<sup>10</sup>.

I den forbindelse blev der udarbejdet en særlig avis på alle EU-sprog med et samlet oplag på 250 000 eksemplarer. Frivilliges distribution af avisen, hvilket i de fleste tilfælde skete i samarbejde med partnere fra den private sektor, øgede EYD2015-kampagnens rækkevidde. De europæiske udviklingsdage blev ofte arrangeret i forbindelse med internationale dage såsom den globale aktionsdag for de globale mål eller andre nationale begivenheder.

## 2.2. Samarbejde med civilsamfundet og forummet for undervisning og oplysning om udviklingsspørgsmål (DEAR)

Sammenslutningen af europæiske civilsamfundsorganisationer under ledelse af CONCORD brugte EYD2015 som en anledning til at tilskynde EU's borgere til kritisk diskussion om og aktivt engagement i global retfærdighed. I en periode på 15 måneder blev 17 mindre projekter tildelt kaskadetilskud af CONCORD. De blev gennemført i 20 europæiske lande og nåede ud til ca. 17 mio. mennesker på lokalt, nationalt, europæisk og globalt plan. I slutningen af 2015 offentliggjorde CONCORD en brochure med politiske anbefalinger<sup>11</sup>.

Ydermere var civilsamfundet involveret i kampagnen via kravet om, at modtagere af DEAR-tilskud i alle 28 medlemsstater skulle tage EYD2015 i betragtning i forbindelse med deres programmer for 2015. Resultaterne omfattede fotoudstillinger og -konkurrencer, film- og musikfestivaler, skrivekonkurrencer, udviklingssommerlejr, udstillinger, kulturelle arrangementer og underviserfora.

## 2.3. På den internationale scene: samarbejde med internationale organisationer

De Forenede Nationer (FN) og Verdensbanken spillede en vigtig rolle i kampagnen ved at bidrage til webstedet, digital kuratering af sociale medier og udbredelse af kendskabet til kampagnen både i og uden for EU. FN's regionale informationskontor for Europa (UNRIC) spillede en særlig værdifuld koordineringsrolle i løbet af året. 15 FN-agenturer bidrog med indlæg, historier og arrangementsopslag på EYD2015-webstedet og ved at kuratere EYD2015-konti hos sociale medier.

De mange fælles arrangementer omfattede unges møde med FN's generalsekretær Ban Ki-moon på Bozar i Bruxelles, FN-dagen på Grand Place i Bruxelles, sponsor- og reklameaktiviteter i forbindelse med Ciné-ONU-filmforevisningerne i Bruxelles og konferencen om bæredygtighedsmål i forbindelse med "Quinzaine de la Solidarité internationale" i Bruxelles. Internationale konferencer om udviklingssamarbejde med titlen "*Engage. Cooperate. Share Experience*" (Litauen) og "*Advancing Women's Economic Empowerment via the Post 2015 Development Framework*" (Polen) blev støttet af Verdensbanken i forbindelse med EYD2015-kampagnen.

---

<sup>10</sup> De deltagende EU-medlemsstater var Østrig, Bulgarien, Tjekkiet, Finland, Frankrig, Tyskland, Irland, Italien, Letland, Luxembourg, Malta, Portugal, Rumænien, Slovakiet, Slovenien, Spanien og Det Forenede Kongerige.

<sup>11</sup> [http://concordeurope.org/wp-content/uploads/2015/12/Policy\\_RecommendationEYD2015\\_Civil\\_Society\\_Alliance-1.pdf?1d6b43](http://concordeurope.org/wp-content/uploads/2015/12/Policy_RecommendationEYD2015_Civil_Society_Alliance-1.pdf?1d6b43)

## 2.4. Den private sektors engagement

Der blev etableret 20 nye partnerskaber med den private sektor i løbet af året.

Den private sektor anvendte visuelt materiale og andet materiale i forbindelse med EYD2015-kampagnen til sine egne kommunikationsformål, herunder arrangementer, magasiner og nyhedsbreve, der blev formidlet via de samarbejdende virksomheders/organisationers netværk. Eksempelvis modtog de 160 000 europæiske virksomheder, som udgør agribusiness association Cooperative Europe, og de 10 000 medlemsvirksomheder af Corporate Social Responsibility Europe in Energy EYD2015-meddelelser.

## 3. GENNEMFØRELSE PÅ CENTRALISERET NIVEAU

Ved at handle i en ånd af inklusivitet og medejerskab spillede Europa-Parlamentet i samarbejde med andre EU-institutioner en central koordinerende rolle i gennemførelsen af kampagnen.

### 3.1. Kampagnematerialerne

Et omfattende kampagneværktøjssæt blev stillet til rådighed online via EYD2015-webstedet med de fleste materialer oversat til 23 EU-sprog. Materialerne bestod af: to EYD2015-videoer, et radiospot, 52 "Ugens historie", et månedligt nyhedsbrev, månedlige tematiske faktablade og infografikker, tematiske EYD2015-plakater, PowerPoint-præsentationer, to EYD2015-relaterede udgaver af avisen World's Best News, et undervisningsværktøjssæt om EYD2015, et komplet visuelt identitetsværktøjssæt, en fotobank, roll-up-skabeloner, et begrænset antal gaveting og efter årets udgang en bredt distribueret publikation i stift bind med alle 52 "Ugens historie". Europa-Parlamentet udviklede sit eget særlige værktøjssæt til kampagner i forbindelse med EYD2015.

Udarbejdelsen af den grafiske gengivelse af EYD2015-mottoet var afgørende for at styrke kampagnens visuelle identitet. Endvidere var tilgangen med "temamåneder"<sup>12</sup> (med ét centralt tema for hver af årets måneder) et nyttigt værktøj til at hjælpe partnerne med at kommunikere effektivt om et emne, en begivenhed eller et område af særlig interesse for dem.

### 3.2. Unge i fokus

EYD2015-afgørelsen anerkendte unge som en vigtig målgruppe. Mange af de aktiviteter, som Kommissionen, andre EU-institutioner og medlemsstater organiserede, var direkte målrettet unge. Blandt dem var der 12 unge ledere fra hele verden, som var udvalgt til at tale i paneler på højt plan under de europæiske udviklingsdage i juni 2015. I samme ånd blev der organiseret en interaktiv debat på Bozar i Bruxelles i maj mellem ungeambassadører og FN's generalsekretær Ban Ki-

---

<sup>12</sup> De 12 temamåneder var: Europa i verden (januar), Uddannelse (februar), Kvinder og piger (marts), Sundhed (april), Fred og sikkerhed (maj), Bæredygtig grøn vækst, ordentlige jobs, virksomheder (juni), Børn og ungdom (juli), Humanitær hjælp (august), Demografi og befolkningsbevægelser (september), Fødevarerikkerhed (oktober), Bæredygtig udvikling og klimatiltag (november), Menneskerettigheder og regeringsførelse (december).

moon vedrørende dagsordenen for perioden efter 2015 og unges rolle. Arrangementet blev streamet, og hashtagget #AskBanKimoon blev vist i Twitter-feeds for over 10 mio. mennesker.

Førende globale tænkere drøftede udviklingsspørgsmål inden for rammerne af Kapuscinski Development Lectures, der blev organiseret i fællesskab af Kommissionen og FN's udviklingsprogram. Der fandt mindst én Kapuscinski Development Lecture sted i hver medlemsstat i løbet af kampagnen, og de involverede førende universiteter og talere såsom Thomas Piketty, Julia Gillard, Dani Rodrik og Carl Bildt, som gav fascinerende forelæsninger.

En særlig EYD2015-video blev produceret via et unikt samarbejde med en populær ung blogger. Videoen blev det mest viste audiovisuelle klip nogensinde fra Generaldirektorat for Internationalt Samarbejde og Udvikling (DEVCO) med 1 mio. visninger på YouTube. På Facebook nåede kampagnen op på i alt 6 073 539 visninger og i biografvisninger nåede videoen ud til et publikum på 335 389 mennesker.

### 3.3. Flagskibsarrangementer, stor synlighed, mangfoldighed af mål og aktiviteter

Kommissærkollegiet og de to formandskabers politiske lederskab deltog i åbnings- og afslutningsceremonierne (i henholdsvis Letland og Luxembourg). I marts 2015 fandt der en konference sted om ligestilling mellem kvinder og mænd med deltagelse af specialister og interessenter, som skulle analysere, hvordan det ser ud med hensyn til uligheder i og uden for EU. Den 9. maj 2015 var EYD2015 hovedtemaet på Europadagen, hvor mere end 30 000 borgere deltog i åbent hus-arrangementer i EU's institutioner.

EYD2015 blev også promoveret af EU's institutioner under 20-kilometerløbet i Bruxelles, og et stort banner med EYD2015-logoet prydede i hele 2015 Europa-Parlamentets "skywalk plaza". Derudover blev EYD2015 integreret i Europa-Parlamentets Euroscola, som bød tusindvis af 16-18-årige velkommen i Strasbourg i februar 2015. Europa-Parlamentets gæstefotografkonkurrence var baseret på de månedlige EYD2015-temaer, og vinderfotoene blev vist i forbindelse med en udstilling i Bronisław Geremek Agora i Strasbourg i november 2015. På samme måde blev "Family Meal"-fotoudstillingen vist i Parlamentarium mellem maj og november.

EYD2015-kampagnen var til stede ved årets vigtigste internationale arrangementer: Der blev opstillet en særlig EYD2015-stand på COP21-konferencen i Paris og arrangeret et særligt Kapuscinski-udviklingsforedrag i anledning af vedtagelsen af 2030-dagsordenen på FN's Generalforsamling i New York.

Kampagnen var til stede på EXPO2015 i Milano, hvor visuelt EYD2015-materiale blev massivt promoveret parallelt med verdensudstillingens ernæringstema (*Feeding the Planet: Energy for Life*) i EU-pavillonen.

EYD2015 spillede også en aktiv rolle i forbindelse med fejringen af FN's 70 års jubilæum den 25. oktober 2015 med en stor stand på Grand Place i Bruxelles, som tiltrak ca. 5 000 besøgende.

### 3.4. Samarbejde med EU's delegationer: Et år med historier

Historiefortælling var kernen i kampagnen. EU-delegationerne udarbejdede mere end 150 historier, som viste de håndgribelige resultater af EU's udvikling på borgernes liv

i partnerlandene. Historierne kombinerede et enkelt sprog, opmærksomhedsfangende førstehåndsfortællinger og nøglefakta om de positive resultater af EU's udviklingsbistand. De bedste historier blev udvalgt til kampagnens tråd "Ugens historie", oversat til 23 sprog, fremvist på webstedet og formidlet via de sociale medier. De fleste af de resterende historier blev offentliggjort på deres originalsprog.

På baggrund af historienes kvalitet og den opmuntrende feedback, der blev modtaget, blev der udgivet en bog, som samlede alle "Ugens historier", i en særlig publikation. "*EYD2015: Et År med Historier*"<sup>13</sup> blev distribueret i forbindelse med det afsluttende arrangement i Luxembourg og af Europa-Kommissionens repræsentationer, Europe Direct-informationscentre og EU's delegationer på 23 sprog.

### 3.5. Et innovativt kampagnewebsite

EYD2015-webstedet var en platform, som skabte nye relationer mellem EU og udviklingspartnere og muliggjorde ægte interaktiv kommunikation. Selv om det var oprettet og blev forvaltet af Kommissionen, gav det partnerorganisationerne fuld redaktionel kontrol over deres indhold. Mere end 200 akkrediterede partnere kunne frit angive oplysninger om sig selv, arrangementer, historier og andre oplysninger på et sprog efter eget valg. Heriblandt var der 24 medlemsstater, 30 internationale organisationer, 137 civilsamfundsorganisationer/ngo'er og 9 virksomheder fra den private sektor.

#### Digital kuratering af sociale medier

Arbejdet med sociale medier – Facebook og Twitter<sup>14</sup> – var både en succes for EYD2015 og en investering i fremtidige onlinekampagner. Der blev registreret mere end 330 000 omtaler (*mentions*) på EYD2015-hashtagget. Den begivenhed, der fik størst opmærksomhed i forbindelse med hashtagget #EYD2015, var ungdommens overtagelse af GD DEVCO's konti hos sociale medier i oktober 2015.

Et af de vigtigste resultater var digital kuratering af EYD2015-konti hos sociale medier med en forskellig partner hver uge i 2015; efterspørgslen efter kurateringsplads oversteg antallet af uger i 2015. Vores digitale kuratorer kom fra alle samfundslag, fra virksomheder i den private sektor til ngo'er. Via digital kuratering lykkedes det at udvikle et varieret indhold, der fungerer som løftestang for eksisterende netværk og opbygning af nye partnerskaber.

### 3.6. Mediearbejde

At bringe udviklingssamarbejde på mediernes dagsorden var en vigtig del af kampagnen. EYD2015 sikrede stor dækning i højkvalitetsmedier i hele EU. Der blev offentliggjort en række velunderbyggede artikler, hvoraf nogle brugte årets motto i deres rapportering. Sammenlagt var der 3 914 artikler, som omtalte EYD2015. GD DEVCO orienterede regelmæssigt journalister om kampagnen ved at arrangere presseseminarer og -briefinger. Der blev arrangeret en presserejse til Tanzania som en del af kampagnen med henblik på at fokusere på klimaforandringer forud for COP21-konferencen.

---

<sup>13</sup> [http://ec.europa.eu/europeaid/year-stories-european-year-development-2015\\_en](http://ec.europa.eu/europeaid/year-stories-european-year-development-2015_en)

<sup>14</sup> <https://twitter.com/eyd2015>



## 4. RESULTATERNE FRA OG OPFØLGNING PÅ EYD2015

EYD2015-kampagnen resulterede i styrkede partnerskaber inden for udviklingskommunikation. Kommissionen vil fortsætte med at bringe temaet udviklingssamarbejde tættere på EU-borgerne.

### 4.1. Resultaterne fra EYD2015

Europa-Parlamentet, Rådet og Kommissionen underskrev en fælles erklæring vedrørende det europæiske udviklingsår ved en særlig ceremoni i Luxembourg onsdag den 9. december 2015<sup>15</sup>. Den fælles erklæring omfattede følgende hovedelementer:

- **Bygge på partnerskaber og inddrage nye interessenter ud over udviklingssamfundet:**

De netværk, der er etableret med medlemsstater, parlamenter, regioner, civilsamfundet, den private sektor, regionale/lokale myndigheder, den akademiske verden samt forsknings-/uddannelsesinstitutioner i løbet af EYD2015, har vist sig at være meget effektive til at skabe synergier, fastlægge fælles aktiviteter og udveksle indhøstede erfaringer.

- **Henvende sig til unge:**

Indsatsen i uddannelsessektoren vil fortsat spille en vigtig rolle i tiden op til 2030 ved at sikre, at alle lærende erhverver den viden og de færdigheder, der er nødvendige for at fremme bæredygtig udvikling.

- **Sætte mennesker i centrum:**

Den historiefortællende tilgang var en af de mest populære metoder til videreformidling af de globale udfordringer og bestræbelser i forbindelse med udviklingssamarbejdet, som påvirker borgernes dagligdag.

- **Være interaktiv:**

Interaktion blandt og med interessenter vil fortsat være vigtig, idet der bygges videre på den meget deltagerorienterede metode, som blev brugt til at udarbejde 2030-dagsordenen for bæredygtig udvikling.

- **Bygge på fakta:**

En resultatbaseret kommunikationskampagne vil yde et vigtigt bidrag til en vellykket 2030-dagsorden for bæredygtig udvikling.

- **Bibeholde udviklingsårets ånd:**

Mottoet for EYD2015 – *vores verden, vores værdighed, vores fremtid* – kan være et redskab til formidling af budskaber vedrørende 2030-dagsordenen.

---

<sup>15</sup> [http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/declaration-eyd2015\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/declaration-eyd2015_en.pdf)

## 4.2. Konklusion

Kommissionen glæder sig over de positive resultater af den uafhængige evaluering af EYD2015<sup>16</sup>, men anerkender samtidig, at nogle konklusioner skal vurderes nøje i lyset af de begrænsninger, som viste sig i forbindelse med dataindsamlingen, og den kendsgerning, at evalueringen trækker meget på en undersøgelse af interessenter, som selv gennemførte kampagneaktiviteter, hvilket indebærer en potentiel risiko for positiv bias.

Kommissionen hilser evaluatorens konklusioner velkommen for så vidt angår målenes og aktiviteterernes *relevans* og *komplementaritet*. EYD2015 kombinerede input fra EU og medlemsstaterne for at sikre en tilstrækkeligt afstemt kampagne, som bidrog til at øge bevidstheden, kendskabet og forståelsen hos den brede offentlighed og unge i særdeleshed. En bred vifte af mål og målgrupper hjalp medlemsstaterne og andre partnere til bedre at kunne skræddersy meddelelser til deres egne prioriteter og interesser, selv om tydeligere kommunikation om specifikke politiske meddelelser i nogle tilfælde ville have været en hjælp til at reducere svækkelsen af den europæiske dimension. Kommissionen noterer med tilfredshed, at tilgangen med historiefortælling gjorde kommunikationen om udvikling mere relevant for de forskellige målgrupper, og at kampagneaktiviteterne - herunder dem, som involverede internationale organisationer - supplerede hinanden på nationalt og europæisk plan.

Kommissionen anerkender de indbyrdes forbundne konklusioner vedrørende *effektivitet* og *virkning*. Mens der ikke kan etableres nogen direkte årsagssammenhæng mellem kampagnen og stigningen i andelen af borgere, der ifølge Eurobarometerundersøgelsen fra 2016 støtter udviklingssamarbejde, er det i betragtning af mængden af aktiviteter og dokumentationen for at have nået ud til de nye målgrupper rimeligt at antage, at EYD2015 bidrog til at forbedre den offentlige og politiske støtte til udviklingssamarbejde. Onlinestrategien og strategien for sociale medier var navnlig en succes i forhold til at give et indtryk af EU som en global aktør og informere borgerne om udviklingsaktiviteter i EU og medlemsstaterne. Kommissionen bemærker, at oprettelsen af webstedet og konti hos sociale medier til partnere var en effektiv måde at opbygge partnerskaber på, som med fordel kunne have fundet sted på et endnu tidligere tidspunkt. Evalueringen fremhæver også kampagnens gode pressedækning og en effektiv koordinering på tværs af alle store aktører.

For så vidt angår *effektivitet*, sammenhæng og EYD2015-aktiviteternes *merværdi for EU*, blev partnerskabsmodellen bevaret som en effektiv måde at nå ud til udviklingssamfundet med henblik på videreformidling og at nå ud til offentligheden og unge i særdeleshed. Kommissionen bemærker, at nogle partnere mente, at overvågnings- og rapporteringskravene var byrdefulde. Kommissionen anerkender endvidere evaluatorens forslag om, at der kunne have været tildelt flere personalemæssige og finansielle ressourcer til EYD2015, og den forelægger denne rapport på basis af de midler, der er tilgængelige for projektet, under hensyntagen til den større sammenhæng med finansielle og personalemæssige begrænsninger.

Hvad angår *bæredygtigheden* af EYD2015-aktiviteterne, konkluderes det i evalueringen, at kampagnen gav interessenterne mulighed for at udvikle nye former

---

<sup>16</sup> Se arbejdsdokument fra Kommissionens tjenestegrene om gennemførelsen, resultaterne og den samlede evaluering af det europæiske udviklingsår 2015 (SWD(2016)286)

for engagement, navnlig via historiefortælling, anvende nye værktøjer eller lære om kommunikation med nye målgrupper. Grundlaget for bæredygtige resultater er lagt, herunder via den fælles erklæring. Udfordringen vil nu være at sikre, at den motivation og det momentum, der blev genereret af EYD2015, bevares, og at der stilles de nødvendige finansielle og personalemæssige ressourcer til rådighed.

Den nye globale ramme for FN's 2030-dagsorden vedrørende bæredygtig udvikling, herunder målsætningerne for bæredygtig udvikling, vil kræve innovative og inkluderende kampagner. Fremtidige kampagner vil drage fordel af de erfaringer, der er indhøstet i løbet af EYD2015, samt de samarbejdsnetværk og gode praksisser, der er udviklet og gennemført. Takket være EYD2015 har EU væsentligt forbedret sin kapacitet til at kommunikere med EU-borgerne om udvikling.