



UDENRIGSMINISTERIET

Q&A – ‘Engagementsmedie, der skal oplyse og engagere danskerne i udviklingssamarbejdet, verdensmål, globale og udfordringer og fremskridt’

Spørgsmål	Svar
Hvornår er deadline?	31. maj kl. 12
Hvem kan søge?	Ansøgerkredsen er NGOer, forskningsinstitutioner og andre not-for-profit organisationer. Private medier kan indgå i konsortiet, men ikke som lead-applicant og max. udgøre 25% af budgettet. Det sker af hensyn til konkurrenceloven.
Hvem skal bedømme de indkomne forslag og udvælge vinderen?	Det skal et team på tværs af Udenrigsministeriet, der primært er forankret i HCE – kontoret for humanitære indsatser, civilsamfund og Engagement.
Hvem i UM skal vinderen referere til?	Engagementsteamet og ledelse i HCE – kontoret for humanitære indsatser, civilsamfund og Engagement.
Hvordan er I landet på 2 mio. kr. i årligt tilskud til det nye tiltag?	UM måtte købe de fleste ydelser til at producere og drive Magasinet 360 eksternt (tryk, distribution, annoncesalg, abonnements-håndtering, grafik og layout). Vi forventer, at de eksterne aktører, der ansøger, har en stærkere in-house kapacitet eller eksisterende aftaler, som gør det muligt at sænke produktionsomkostningerne

	og opnå stordriftsfordele. Derudover forventer vi også, at ansøgere tænker supplerende finansiering ind i budgettet og ikke forlader sig alene på støtten fra UM.
Er det tilladt at vedlægge visuelle bilag udover de enten 10 powerpoints eller fem A-4 sider?	Hvis bilagene ikke kan integreres i en powerpoint, må de gerne vedlægges som ekstra bilag.
Hvor er afsnit 5, der omtales i sætningen: ”Hvis ansøgningen lever op til kravene, vil den få point jf. kriterierne beskrevet i afsnit 5.” Det er en fejl. Det er bedømmelseskriterierne i afsnit 3.2.	Det er en fejl. Der henvises til bedømmelseskriterierne i afsnit 3.2.
Må en kommerciel partner, som indgår i konsortium med en andel på 25%, derudover sælge kommercielle ydelser til engagementsmediet?	Ja, så længe der handles til markedspris.
Hvem er målgruppen?	Udenrigsministeriet har et strategisk fokus på danskere, der ikke allerede er engageret i udviklingssamarbejdet - det segment i segmenteringsanalysen vedhæftet call’et, som omtales som ”de gule”.