



Leitplan Kommunikation, Öffentlichkeits- arbeit und Verwertung



Co-funded by
the European Union



Leitplan Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Verwertung

Work Package 11:
Communication,
Dissemination, Exploitation

Leistung (Deliverable): D11.1
Vertraglich vereinbarter Liefertermin: 04/2025
Bericht Version 1



Co-funded by
the European Union



HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Das Projekt wurde von der Europäischen Union im Rahmen der Initiative „Europäische Hochschulen“ gefördert.

„Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autor*innen und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die Förderstelle können dafür haftbar gemacht werden.“

Dieses Dokument ist Teil des GA 101177259 – BAUHAUS4EU – ERASMUS-EDU-2024-EUR-U.



Co-funded by
the European Union



INHALTSVERZEICHNIS

ALLIANZ UND KONSORTIUM	6
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	7
DOKUMENTENÜBERSICHT	8
ZUSAMMENFASSUNG.....	9
1 EINLEITUNG.....	11
2 HAUPTZIELE UND STRATEGISCHE ZIELSETZUNG	14
2.1 Wichtigste Ziele	14
2.2 Strategische Ziele und erwartete Auswirkungen	15
3 ZIELGRUPPE	17
3.1 Primäre Zielgruppen	17
3.2 Sekundäre Zielgruppen	17
4 WICHTIGE KERNBOTSCHAFTEN	22
4.1 Kernbotschaften	22
4.2 Tonfall.....	22
4.3 Sprache	23
4.4 Markenimage und visuelle Konsistenz	24
4.5 Vertragliche Verpflichtung zur Verwendung des EU-Emblems.....	25
5 KOMMUNIKATIONSPROZESSE, -KANÄLE UND -INSTRUMENTE.....	27
5.1 Kommunikationsverfahren.....	27
5.2 Kommunikationskanäle	30
6 VERBREITUNGSAKTIVITÄTEN	41
6.1 Lehrangebot	41
6.2 Lokale Behörden	43
7 ZEITPLAN UND WICHTIGE MEILENSTEINE	44
7.1 Jahr 1	44
7.2 Jahre 2 – 3.....	45
7.3 Jahr 4	46
8 MONITORING UND EVALUATION	49
8.1 Kennzahlen	49
8.2 Evaluierungsinstrumente	50





8.3	Berichterstattung über Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten	51
9	KONTINUITÄT UND NACHHALTIGE NUTZUNG	53
9.1	Kontinuität auf institutioneller Ebene	53
9.2	Finanzielle Kontinuität	56
10	INSTITUTIONSSPEZIFISCHE KOMMUNIKATIONSKANÄLE	59
10.1	Blekinge University of Technology (Blekinge Tekniska Högskola) – BTH	60
10.2	Bauhaus-Universität Weimar – BUW.....	63
10.3	Instituto Politécnico de Castelo Branco – IPCB.....	65
10.4	Università degli Studi di Bergamo – UniBG	67
10.5	Université de Picardie Jules Verne – UPJV.....	69
10.1	Université Lumière Lyon 2 – LYON2	71
10.2	Universiteti Polis – POLIS	74
10.1	University of Architecture, Civil Engineering and Geodesy – UACEG.....	76
10.2	University of Economics in Katowice – UEKAT	79
10.3	University of Macedonia – UOM	81
11	FAZIT.....	83





ALLIANZ UND KONSORTIUM

Eine Europäische Universität für resiliente, nachhaltige, inklusive und inspirierende Regionen

Die Hochschulallianz BAUHAUS4EU vereint 10 Universitäten und 67 assoziierte Partner*innen aus ganz Europa und bildet damit einen gemeinsamen europäischen Campus sowie eine lebendige Gemeinschaft für 124.000 Studierende und 10.000 Mitarbeitende. Geleitet von einer gemeinsamen Strategie verpflichten sich die Partneruniversitäten, ihre transnationale Zusammenarbeit durch gemeinsame Bildungsangebote zu vertiefen und eine europäische Identität zu fördern, die im Prinzip der Einheit in Vielfalt verwurzelt ist.

Fest verankert in den UN-Nachhaltigkeitszielen, dem Europäischen Green Deal und der Initiative Neues Europäisches Bauhaus arbeitet die Allianz Hand in Hand mit regionalen Ökosystemen, um unterschiedliche Regionen zu verbinden, Stärken zu bündeln und Herausforderungen in Chancen für Wachstum zu verwandeln.

Durch die Förderung des lebenslangen Lernens und die Befähigung von Studierenden und Mitarbeitenden, die prägenden Fragen unserer Zeit anzugehen, entwickelt BAUHAUS4EU ein neues Modell der europäischen Hochschulbildung – eines, das regionale Ökosysteme stärkt, Innovation anstößt und eine nachhaltige Zukunft für alle ermöglicht.

Tabelle 1 Vollpartnerinstitutionen im BAUHAUS4EU Konsortium

BUW	BAUHAUS-UNIVERSITAET WEIMAR	DE
BTH	BLEKINGE TEKNISKA HOGSKOLA	SE
UNIBG	UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BERGAMO	IT
UASG	UNIVERSITET PO ARCHITEKTURA STROITELSTVO I GEODEZIJA	BG
UEKAT	UNIWERSYTET EKONOMICZNY W KATOWICACH	PL
IPCB	INSTITUTO POLITECNICO DE CASTELO BRANCO	PT
UPJV	UNIVERSITE DE PICARDIE JULES VERNE	FR
LYON2	UNIVERSITE LUMIERE LYON 2	FR
POLIS	UNIVERSITETI POLIS SHPK	AL
UOM	UNIVERSITY OF MACEDONIA	EL





ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

WP	Work Package (Arbeitsgruppe)
RIS 3	Research & Innovation Smart Specialisation Strategy (intelligente Spezialisierungsstrategie für Forschung & Innovation)
NEB	New European Bauhaus





DOKUMENTENÜBERSICHT

Projektakronym:	BAUHAUS4EU
Projektname:	A European University for Resilient, Sustainable, Inclusive and Beautiful Regions
Projektnr.:	101177259
Beginn:	01/01/2025
Ende:	31/12/2028
Beitragende Arbeitsgruppe	WP 11
Arbeitsgruppenleitung:	Université de Picardie Jules Verne
Dokumentnummer:	D11.1
Vertraglich vereinbarter Liefertermin: 04/2025	Tatsächlicher Liefertermin: 04/2025
Dokumenttyp: Bericht	Version: 1
Disseminationslevel	PU – Public (öffentlich)





ZUSAMMENFASSUNG

Der Leitplan „Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Verwertung“ der BAUHAUS4EU-Allianz soll die strategische Kommunikation der Allianz unterstützen. Er bietet einen Rahmen für die Koordinierung der Kommunikations- und Disseminationsaktivitäten innerhalb der Allianz und ihrer Partnerinstitutionen und deckt sowohl die Allianz- als auch die institutionelle Ebene ab. Außerdem bietet er einen detaillierten Überblick über die Kommunikationskanäle jeder Universität, gewährleistet Transparenz hinsichtlich der institutionellen Kapazitäten und bietet anregende Einblicke und Lernmöglichkeiten für alle Beteiligten. Dieser im ersten Jahr entwickelte Plan wird überarbeitet und in einer zweiten Version, die im Februar 2027 vorliegen soll, verfeinert.

Nach einer kurzen Einleitung, in der der Leitplan „Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Verwertung“ vorgestellt wird, werden in Kapitel 2 die wichtigsten Ziele und strategischen Ambitionen dargelegt, während in Kapitel 3 die primären und sekundären Zielgruppen für die Kommunikationsaktivitäten definiert werden. Zusammen bilden diese beiden Kapitel die Grundlage für alle Maßnahmen, die darauf abzielen, die Sichtbarkeit des Projekts zu erhöhen, wichtige Interessengruppen einzubinden und die langfristige Wirkung der Projektergebnisse sicherzustellen. Die Ziele bilden die Leitlinie für die Kommunikationsmaßnahmen, während die klare Definition der Zielgruppen es ermöglicht, diese Maßnahmen auf die Bedürfnisse und Interessen der einzelnen Gruppen zuzuschneiden.

Die wichtigsten Botschaften, die an diese Zielgruppen verbreitet werden, sind in Kapitel 4 ausführlich beschrieben. Dieser Teil umfasst Themen wie den richtigen Tonfall, die Sprache und das Markenimage im Allgemeinen sowie die korrekte Verwendung des Emblems der Europäischen Union mit dem Hinweis auf die Kofinanzierung und dem Haftungsausschluss.

Kapitel 5 enthält eine umfassende Erläuterung der internen und externen Kommunikationsprozesse der Allianz, um eine effektive Umsetzung sicherzustellen. Es wird betont, dass gut strukturierte interne Verfahren eine Voraussetzung für eine erfolgreiche externe Kommunikation sind. Drei wesentliche Aspekte werden behandelt: erstens die Kommunikation von BAUHAUS4EU-Themen innerhalb jeder Partnerhochschule, zweitens der Informationsaustausch zwischen den Partnerhochschulen und drittens die Verbreitung dieser konsolidierten Inhalte über die offiziellen Kanäle von BAUHAUS4EU. Das Kapitel gibt auch einen Überblick über diese Kanäle und Instrumente.

Anschließend werden im Plan Verbreitungsmaßnahmen vorgestellt, die darauf abzielen, die Sichtbarkeit, Wirkung und Reichweite der Aktivitäten von BAUHAUS4EU zu stärken. Diese Maßnahmen gliedern sich in drei Hauptbereiche: Förderung des Lehrangebots, Verbreitung akademischer Ergebnisse und Zusammenarbeit mit





lokalen Behörden. Mit Hilfe von Werbematerialien, interaktiven Veranstaltungen und Kooperationen mit Medien und politischen Entscheidungsträger*innen möchte die Allianz ihre Arbeit präsentieren, neue Interessengruppen gewinnen und Synergien zwischen akademischen Partner*innen, öffentlichen Einrichtungen und lokalen Gemeinschaften fördern.

Um den Leser*innen einen klaren Überblick zu verschaffen, werden in Kapitel 7 wichtige Meilensteine – wie die jährlichen Foren und interregionalen Workshops sowie die Einführung spezifischer Kommunikationsmaßnahmen – in chronologischer Reihenfolge dargestellt. Darauf aufbauend werden in Kapitel 8 die Monitoring- und Bewertungsprozesse beschrieben, mit denen die Fortschritte anhand dieser Meilensteine mit Kennzahlen wie Social-Media-Analysen und Veranstaltungsbesucher*innenzahlen gemessen werden. In diesem Kapitel werden auch die qualitativen Instrumente vorgestellt, die das messungsbasierte Monitoring ergänzen, darunter Umfragen, Fokusgruppen und regelmäßige Überprüfungen. Der Abschnitt schließt mit einem Überblick darüber, wie Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten über das SyGMA-Portal gemeldet werden, um eine systematische Dokumentation, Transparenz und Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten.

Zuletzt untersucht der Leitplan Optionen zur Sicherstellung der Kontinuität und nachhaltigen Nutzung des Projekts über das Ende der Förderung hinaus. Er schließt mit einem detaillierten Überblick über die spezifischen Kommunikationskanäle jeder Institution, die als wichtige Ressourcen für die langfristige Aufrechterhaltung der Öffentlichkeitsarbeit und Zusammenarbeit dienen.

Insgesamt zielt der Leitplan „Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Verwertung“ darauf ab, das Bewusstsein für die Leistungen und Werte der Allianz zu schärfen, Zielgruppen aktiv einzubinden und die Sichtbarkeit bei wichtigen Interessengruppen zu stärken. Er ist ein wirkungsvolles Instrument, das die Allianz mit den notwendigen operativen Funktionen ausstattet, um sicherzustellen, dass keine Leistung unbemerkt bleibt. Gleichzeitig vervielfacht er die Wirkung, die den gemeinsamen Wandel auf der Grundlage gemeinsamer Werte und einer positiven Vision eines widerstandsfähigen, nachhaltigen, integrativen und schönen Europas vorantreibt.





1 EINLEITUNG

Dieses Dokument beschreibt die Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsstrategien für die BAUHAUS4EU-Allianz – Eine europäische Universität für resiliente, nachhaltige, inklusive und schöne Regionen. Die Ziele der Kommunikation und Verbreitung sind eng miteinander verbunden und spielen eine Schlüsselrolle bei der Sensibilisierung für die Leistungen, Aktivitäten und Werte der BAUHAUS4EU-Allianz. Diese Aktivitäten zielen darauf ab, bestimmte Zielgruppen einzubeziehen, Interesse zu wecken und die Sichtbarkeit sowie Anerkennung von BAUHAUS4EU sowohl bei internen als auch bei externen Interessengruppen zu erhöhen.

Das Dokument ist in einzelne Abschnitte unterteilt, in denen jeweils die wichtigsten Maßnahmen und Prozesse beschrieben werden, die es dem BAUHAUS4EU-Konsortium ermöglichen, konsistente und effektive Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsaktivitäten zu entwickeln. Es umreißt die Koordination der Kommunikationsaktivitäten innerhalb des Konsortiums und beschreibt die Instrumente, mit denen die wichtigsten Ergebnisse des Projekts schnell und effektiv an die Zielgruppen, darunter Studierende, Hochschulmitarbeitende, regionale Partner*innen, politische Entscheidungsträger*innen und die breite Öffentlichkeit, verbreitet werden sollen.

Zusammenfassend zielt der Bericht D11.1 darauf ab:

- die Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsziele des Projekts zu definieren,
- die Zielgruppen für die Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsaktivitäten zu identifizieren,
- die wichtigsten Kommunikations- und Verbreitungskanäle sowie einen Plan für deren Entwicklung zu beschreiben,
- die wichtigsten Themen und Herausforderungen zu identifizieren, die verbreitet und kommuniziert werden sollen,
- spezifische Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsveranstaltungen und -aktivitäten zu planen, zu verwalten und zu überwachen.

Um diese Aktivitäten in den größeren Rahmen der Mission von BAUHAUS4EU einzuordnen, wird im folgenden Abschnitt dargelegt, wie die Allianz das Engagement und die Wirkung auf institutioneller, regionaler, nationaler und europäischer Ebene fördert.

Eine europäische Universitätsallianz, die das Engagement auf mehreren Ebenen fördert

Die BAUHAUS4EU-Allianz soll lokale Prioritäten auf institutioneller, regionaler, nationaler und europäischer Ebene in Einklang bringen und stärken. Durch die Förderung der Zusammenarbeit zwischen Universitäten, regionalen Partner*innen und





politischen Entscheidungsträger*innen spielt das Projekt eine Schlüsselrolle bei der Förderung einer nachhaltigen Entwicklung, kultureller Innovation und der Transformation der Bildung in verschiedenen lokalen Kontexten. Geleitet von den Werten und Prinzipien der Initiative „New European Bauhaus“ möchte die Allianz zu Resilienz, Nachhaltigkeit, Inklusion und kultureller Bereicherung auf lokaler bis europäischer Ebene beitragen.

Institutionelle Ebene

Auf institutioneller Ebene stärkt BAUHAUS4EU Partnerschaften zwischen Universitäten, akademischen Zentren und lokalen Interessengruppen. Die Allianz:

- fördert die interdisziplinäre Zusammenarbeit innerhalb und zwischen Institutionen,
- erweitert die Internationalisierungsbemühungen durch die Bereitstellung von Mobilitätsmöglichkeiten sowie gemeinsamen Bildungsprojekten für Studierende, wissenschaftliches und administratives Personal,
- entwickelt Ausbildungsprogramme, die Studierenden und Mitarbeitenden Fähigkeiten vermitteln, die für die grüne und digitale Transformation relevant sind, und gleichzeitig Mehrsprachigkeit und interkulturelle Kompetenzen fördern.

Regionale Ebene

Auf regionaler Ebene trägt das Projekt zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung bei, indem es:

- regionale Innovationsökosysteme durch Partnerschaften mit Unternehmen, Start-ups und kulturellen Einrichtungen unterstützt,
- sich an regionalen Nachhaltigkeitszielen orientiert, insbesondere in den Bereichen ländliche und städtische Entwicklung, Klimaschutz und Kreativwirtschaft,
- die Erhaltung des kulturellen Erbes und nachhaltiges Design fördert, um die kulturelle und historische Identität der Region zu stärken,
- den lokalen Arbeitsmarkt stärkt, indem es Verbindungen zwischen Universitäten und regionalen Partner*innen fördert und sicherstellt, dass Absolvent*innen über Fähigkeiten verfügen, die für den regionalen Arbeitsmarkt relevant sind und auch die regionalen Strategien für intelligente Spezialisierung im Bereich Innovation (RIS 3) widerspiegeln.

Nationale Ebene

Auf nationaler Ebene steht BAUHAUS4EU im Einklang mit den wichtigsten politischen Prioritäten und trägt zu umfassenderen Bildungs- und Wirtschaftsstrategien bei:

- Unterstützung nationaler Bildungs- und Wissenschaftspolitik, die interdisziplinäres Lernen und Innovation fördern,





- Beitrag zum ökologischen und digitalen Wandel durch alle Aufgabenbereiche der Hochschulen,
- Verbesserung der Zusammenarbeit mit nationalen Förderinstitutionen, um eine langfristige Nachhaltigkeit über die Projektlaufzeit hinaus zu gewährleisten,
- Einflussnahme auf politische Diskussionen, um nachhaltige Entwicklung als Kernpriorität in nationalen Entwicklungsstrategien zu unterstützen.

Europäische Ebene

Auf europäischer Ebene zielt BAUHAUS4EU darauf ab, die Einheit und Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten zu fördern, indem es:

- sich an europäischen Strategien und Rahmenwerken ausrichtet, um sicherzustellen, dass die Hochschulen zu den langfristigen Zielen Europas beitragen,
- die grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Bildungsbereich fördert, um die Innovationsfähigkeit Europas zu stärken, insbesondere in Bezug auf neue Technologien im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit, Design und städtischer Transformation,
- die Entwicklung gemeinsamer europäischer Projekte fördert, die sich auf die Lösung globaler Probleme wie Klimawandel, Digitalisierung und soziale Ungleichheiten konzentrieren,
- europäische Strategien unterstützt, die Synergien zwischen Bildung und Innovation in den Mitgliedstaaten schaffen, und sicherstellt, dass die Bemühungen auf institutioneller, regionaler und nationaler Ebene zur umfassenderen europäischen Agenda beitragen.

Insgesamt strebt die Allianz den Übergang von einzelnen Bildungseinrichtungen zu einem gemeinsamen europäischen Campus an. Diese Umgestaltung umfasst Reformen in den Bereichen Leitung und Management, um eine nachhaltige Zusammenarbeit zu gewährleisten. Durch die Bündelung von Ressourcen und die Nutzung komplementärer Stärken auf europäischer Ebene wird die Allianz die Qualität, Wettbewerbsfähigkeit und Leistungsfähigkeit aller Mitgliedsinstitutionen verbessern und ihre regionalen Innovationsökosysteme stärken.

Dieser Leitplan „Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Verwertung“ wird in einer zweiten Version (D11.2), die im Februar 2027 vorliegen soll, überarbeitet und verbessert werden.





2 HAUPTZIELE UND STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Der Kommunikationsplan von BAUHAUS4EU soll die Sichtbarkeit des Projekts erhöhen, wichtige Interessengruppen einbeziehen, die Zusammenarbeit stärken und die langfristige Wirkung seiner Ergebnisse sicherstellen. Der Plan konzentriert sich auf eine gezielte und strategische Kommunikation, um die Ergebnisse des Projekts wirksam zu verbreiten, die Zusammenarbeit zu fördern und die Übernahme in verschiedenen Sektoren zu unterstützen.

2.1 Wichtigste Ziele

Die wichtigsten Ziele (key objectives) der Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten von BAUHAUS4EU sind:

- Steigerung des Bekanntheitsgrades und der Sichtbarkeit
 - Förderung der BAUHAUS4EU-Allianz, ihrer Ziele und ihrer Wirkung bei verschiedenen Zielgruppen
 - Etablierung einer starken und wiedererkennbaren Projektidentität durch Branding, Medienpräsenz und Maßnahmen zur Sensibilisierung
- Einbindung und Mobilisierung wichtiger Interessengruppen
 - Entwicklung gezielter Kommunikationsstrategien, um mit Studierenden, Hochschulmitarbeitenden, regionalen Partner*innen, politischen Entscheidungsträger*innen und der breiten Öffentlichkeit in Kontakt zu treten
 - Förderung der aktiven Teilnahme an Veranstaltungen, Diskussionen und Initiativen im Zusammenhang mit dem Projekt
- Gewährleistung von Transparenz und Zugänglichkeit
 - Bereitstellung klarer, zugänglicher und regelmäßiger Updates zu Projektaktivitäten, Fortschritten und Ergebnissen
 - Nutzung von frei zugänglichen Plattformen, Publikationen und digitalen Tools, um Ergebnisse einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen
- Maximierung der Verbreitung von Wissen und bewährten Verfahren
 - Weitergabe von Ergebnissen, Methoden und innovativen Lösungen an relevante Zielgruppen
 - Veröffentlichung von wissenschaftlichen Artikeln zu Bildung und Ausbildung sowie Fallstudien, um eine Wirkung (Impact) sicherzustellen
- Förderung der sektorübergreifenden Zusammenarbeit
 - Förderung des Dialogs zwischen Hochschulen, Unternehmen, Verbänden und staatlichen Institutionen
 - Organisation von Workshops, Schulungen und Networkingveranstaltungen zur Förderung der interdisziplinären Zusammenarbeit
- Langfristige Nachhaltigkeit der Projektergebnisse fördern





- Strategien zur Aufrechterhaltung und Ausweitung der BAUHAUS4EU-Initiativen über den Projektlebenszyklus hinaus entwickeln,
- Strukturen einrichten, um die kontinuierliche Zusammenarbeit mit den Interessengruppen nach Projektende aufrechtzuerhalten.
- Bemühungen zur Integration und Standardisierung von Richtlinien unterstützen
 - Sicherstellen, dass die Projektergebnisse mit den aktuellen europäischen und nationalen Richtlinien zu Bildung, Nachhaltigkeit und kultureller Innovation im Einklang stehen.
 - Beitrag zu Standardisierungsprozessen, um die Nachhaltigkeit der BAUHAUS4EU-Methoden sicherzustellen.

Die strategische Verbreitung von Wissen und die Einbindung wichtiger Interessengruppen werden die Integration der Projektergebnisse in die langfristige Politik und Praxis auf institutioneller, regionaler und europäischer Ebene unterstützen.

2.2 Strategische Ziele und erwartete Auswirkungen

Die Kommunikationsaktivitäten innerhalb von BAUHAUS4EU konzentrieren sich auf die folgenden drei Handlungsfelder, die jeweils die strategischen Ziele und Auswirkungen der Allianz fördern:

- Sensibilisierung für BAUHAUS4EU als europäische Hochschulallianz:

Für die BAUHAUS4EU-Gemeinschaft (Studierende und Mitarbeitende der BAUHAUS4EU-Partneruniversitäten) möchten wir das Engagement steigern, indem wir mehr Teilnehmer*innen in die Aktivitäten von BAUHAUS4EU einbeziehen, die institutionsübergreifende Zusammenarbeit fördern und die Identität der Gemeinschaft stärken. Dies wird ein nachhaltiges Wachstum gewährleisten, die Markenbekanntheit verbessern und die Position von BAUHAUS4EU im europäischen Hochschulwesen festigen.

Für externe Zielgruppen wollen wir BAUHAUS4EU als wichtigen Akteur in den Bereichen Bildung, regionale Entwicklung und Politik positionieren, das Bewusstsein für europäische Hochschulallianzen schärfen und die Rolle von BAUHAUS4EU bei der Förderung des Europäischen Hochschulraums und seiner wichtigsten Initiativen hervorheben.

- Verbreitung der Ergebnisse und Erfolge der BAUHAUS4EU-Allianz:

Durch die Verbesserung der internen Kommunikation zwischen allen Projektbeteiligten gewährleistet BAUHAUS4EU einen reibungslosen Informationsfluss zwischen den Arbeitspaketen, Ausschüssen und Räten. Dieser kooperative Austausch stärkt die Koordination innerhalb der Allianz und unterstützt die effektive Umsetzung der Aktivitäten.





Um flexibel zu bleiben und den Projektanforderungen gerecht zu werden, werden die Kommunikations- und Verbreitungsdokumente regelmäßig überprüft und aktualisiert. Diese Aktualisierungen werden innerhalb des Kommunikationsteams der Allianz diskutiert und im Einklang mit der sich weiterentwickelnden Kommunikationsstrategie umgesetzt, um sicherzustellen, dass alle Aktivitäten relevant, konsistent und strategisch ausgerichtet bleiben.

Darüber hinaus wird BAUHAUS4EU einen aktiven Dialog mit wichtigen Interessengruppen auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene führen, darunter Ministerien, politische Entscheidungsträger*innen und Institutionen. Ziel dieses Austauschs ist es, Herausforderungen im Zusammenhang mit der Umsetzung der Europäischen Hochschulinitiative anzugehen, die Erfolge der Allianz vorzustellen, politische Empfehlungen zu geben und gemeinsam an deren Umsetzung zu arbeiten. Die Stärkung der Beziehungen zu den Medien hat ebenfalls Priorität: Besonderes Augenmerk wird auf Medien gelegt, die sich auf europäische Angelegenheiten, Hochschulbildung und akademische Verantwortung spezialisiert haben, während breitere Medienkanäle genutzt werden, um die Sichtbarkeit von BAUHAUS4EU und seine Wirkung weiter zu erhöhen.

- Förderung von langfristigem Erfolg und Nachhaltigkeit:

Um die Nachhaltigkeit von BAUHAUS4EU über die anfängliche EU-finanzierte Phase als Erasmus+-Projekt hinaus zu fördern, entwickelt die Allianz Strategien, die ein kontinuierliches Wachstum und eine langfristige Wirkung gewährleisten sollen. Diese Bemühungen konzentrieren sich auf die Sicherung stabiler Finanzierungsquellen und den Aufbau dauerhafter Partnerschaften und Kooperationen, die weit über die offizielle Projektlaufzeit hinausgehen.

Ein Schlüsselement dieses Ansatzes ist die Bildung strategischer Netzwerke mit externen Interessengruppen, darunter politische Entscheidungsträger*innen, regionale Akteur*innen und andere Bildungsorganisationen. Insbesondere regionale Partner*innen werden eine zentrale Rolle bei der Förderung lokaler Netzwerke und der Einbettung der Allianz in die regionale wirtschaftliche, kulturelle und soziale Dynamik spielen. Auf diese Weise stärkt BAUHAUS4EU seine Grundlagen für langfristige Widerstandsfähigkeit und erweitert gleichzeitig seine Reichweite und seinen Einfluss.

Zusammen bilden diese drei Handlungsfelder eine umfassende Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsstrategie, die nicht nur die täglichen Aktivitäten der Allianz unterstützt, sondern auch ihre langfristige Sichtbarkeit, ihren Einfluss und ihre Nachhaltigkeit sicherstellt. Durch Sensibilisierung, den Austausch von Erfolgen und die Sicherung dauerhafter Partnerschaften positioniert sich BAUHAUS4EU als Motor für Innovation und Zusammenarbeit im europäischen Hochschulwesen – einer, dessen Einfluss weit über die ursprüngliche Förderphase des Projekts hinaus weiter zunimmt.





3 ZIELGRUPPE

Um die Wirkungsreichweite der BAUHAUS4EU-Allianz zu erhöhen, müssen die direkten Leistungsempfänger*innen gut informiert, aktiv engagiert und kontinuierlich über die Aktivitäten und Ziele der Allianz auf dem Laufenden gehalten werden. Unterschiedliche Zielgruppen benötigen maßgeschneiderte Ansätze, die auf ihre spezifischen Bedürfnisse und Interessen zugeschnitten sind. Um die richtigen Zielgruppen zu erreichen, müssen für jede Gruppe die am besten geeigneten Kommunikationskanäle ausgewählt und genutzt werden. Die sorgfältige Identifizierung und strategische Nutzung dieser Kanäle ist daher der Schlüssel zu einer effektiven Öffentlichkeitsarbeit.

3.1 Primäre Zielgruppen

Die primären Zielgruppen bestehen aus Akteur*innen, die direkt an der Bildung und Innovation innerhalb der BAUHAUS4EU-Allianz beteiligt sind:

- Studierende (Bachelor-, Master- und Doktorand*innen, lebenslang Lernende)
- Wissenschaftliche Mitarbeiter*innen (Professor*innen, Lehrkräfte, lebenslang Lernende)
- Verwaltungsmitarbeiter*innen (lebenslang Lernende)
- Forschungseinrichtungen und Labore
- Hochschulverwalter*innen und Projektmanager*innen
- Assoziierte Partner*innen von BAUHAUS4EU und andere regionale Interessengruppen (lebenslang Lernende)

Diese Gruppen werden von einer verstärkten Zusammenarbeit, dem Wissensaustausch und dem Zugang zu neuen Bildungs-, Ausbildungs- und akademischen Möglichkeiten innerhalb der Allianz profitieren.

3.2 Sekundäre Zielgruppen

Die sekundären Zielgruppen sind externe Interessengruppen, die Einfluss auf die Ergebnisse des Projekts haben oder davon profitieren:

- Potenzielle Studierende, Doktorand*innen und Mitarbeiter*innen der BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten
- Alumni der BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten
- Lokale Behörden und politische Entscheidungsträger*innen (regionale/nationale Bildungs- und Kulturministerien, EU-Institutionen)
- Industriepartner*innen und Verbände (Unternehmen, Start-ups, Innovationszentren und Organisationen)
- Die breite Öffentlichkeit (Bürger*innen, die sich für Nachhaltigkeit, kulturelles Erbe und Bildung interessieren)





- Andere europäische Hochschulallianzen und Netzwerke (zur Förderung der projektübergreifenden Zusammenarbeit und des Austauschs bewährter Verfahren)
- Die Europäische Kommission und andere EU-Institutionen, die im europäischen Bildungsraum tätig sind
- Die „New European Bauhaus“ – Initiative und Gemeinschaft

Um ein umfassendes Verständnis der Bedürfnisse und Erwartungen jeder Gruppe zu gewährleisten, werden vorläufige Umfragen und persönliche Interviews durchgeführt. Dieser Ansatz wird:

- wesentliche Informationen sammeln, um Botschaften und Sensibilisierungsstrategien anzupassen,
- Personas für jede Zielgruppe entwickeln und dabei deren Interessen, Herausforderungen und die wichtigsten Vorteile einer Zusammenarbeit mit BAUHAUS4EU hervorheben.

Während der Laufzeit des Projekts werden die Kategorien verfeinert, um sie besser an die sich ändernden Kommunikationsbedürfnisse anzupassen.

Tabelle 3.1 gibt einen Überblick über die wichtigsten Zielgruppen von BAUHAUS4EU, die an jede Gruppe angepassten Botschaften sowie die wichtigsten Kommunikationskanäle und -instrumente, um diese Zielgruppen effektiv zu erreichen und einzubinden. Sie umfasst sowohl primäre als auch sekundäre Zielgruppen und gewährleistet einen umfassenden Ansatz zur Schaffung von Bewusstsein, Beteiligung und Zusammenarbeit.

Tabelle 3.1 Hauptzielgruppen von BAUHAUS4EU und entsprechende Kommunikationsansätze

	Zielgruppe WER?	Kernbotschaft WAS?	Kommunikationskanal WO?
Primäre Zielgruppen	Studierende (Studierende, Doktorand*innen, lebenslang Lernende)	Bewusstsein schaffen, Engagement fördern, die Ergebnisse und Resultate des Projekts verbreiten, zur Teilnahme an den Aktivitäten der Allianz ermutigen, den Mehrwert von BAUHAUS4EU aufzeigen	Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Podcast, Kanäle der Mitgliedsuniversitäten, Newsletter, soziale Medien: Instagram, LinkedIn), Veranstaltungen (intern, lokal), physische Kanäle (z. B. Broschüren, Plakate, Flyer)
	Wissenschaftliches Personal (Professor*innen,	Bewusstsein schaffen, Engagement fördern, die Ergebnisse des Projekts verbreiten, zur	Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Podcast, Kanäle der Mitgliedsuniversitäten,





	<p>Lehrkräfte, lebenslang Lernende)</p>	<p>Teilnahme an den Aktivitäten der Allianz ermutigen, den Mehrwert der Zusammenarbeit innerhalb von BAUHAUS4EU aufzeigen</p>	<p>Newsletter, soziale Medien: LinkedIn), Veranstaltungen (intern, lokal), physische Kanäle (z. B. Broschüren, Plakate, Flyer)</p>
	<p>Verwaltungspersonal (lebenslang Lernende)</p>	<p>Bewusstsein schaffen, Engagement fördern, die Ergebnisse und Resultate des Projekts verbreiten, den Mehrwert der Zusammenarbeit innerhalb von BAUHAUS4EU aufzeigen</p>	<p>Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Podcast, Kanäle der Mitgliedsuniversitäten, Newsletter, soziale Medien: LinkedIn), Veranstaltungen (intern, lokal), physische Kanäle (z. B. Broschüren, Plakate, Flyer)</p>
	<p>Forschungseinrichtungen und Labore</p>	<p>Förderung der Beteiligung von Forschungslaboren an Aktivitäten der Allianz im Zusammenhang mit Bildung und Ausbildung</p>	<p>Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, soziale Medien: LinkedIn), Veranstaltungen (z. B. Tage der offenen Tür an Universitäten, Informationsveranstaltungen), physische Kanäle (z. B. Broschüren, Plakate, Flyer)</p>
	<p>Universitätsverwaltungen und Projektmanager*innen</p>	<p>Bewusstsein schaffen, Engagement fördern, die Ergebnisse des Projekts verbreiten, den Mehrwert der Zusammenarbeit innerhalb von BAUHAUS4EU und die Vorbildfunktion der Allianz hervorheben</p>	<p>Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Podcast, Kanäle der Mitgliedsuniversitäten, Newsletter, soziale Medien: LinkedIn), Veranstaltungen (intern, lokal)</p>
	<p>Assoziierte Partner*innen von BAUHAUS4EU und andere regionale Interessengruppen (lebenslang Lernende)</p>	<p>Präsentation des Mehrwerts der Zusammenarbeit mit BAUHAUS4EU, Förderung der Beteiligung an den Aktivitäten der Allianz</p>	<p>Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Podcast, Kanäle der Mitgliedsuniversitäten, soziale Medien: Instagram, LinkedIn), Veranstaltungen, Presse- und Medienmitteilungen</p>





Sekundäre Zielgruppen	Studieninteressierte, Doktorand*innen und Mitarbeitende der BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten	Förderung der Beteiligung an den Aktivitäten der Allianz	Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Podcast, soziale Medien: Instagram, LinkedIn), Veranstaltungen (intern, lokal, z. B. Tage der offenen Tür der Universität, Informationsveranstaltungen), physische Kanäle (z. B. Broschüren, Plakate, Flyer)
	Alumni der BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten	Bewusstsein schaffen, Engagement fördern, die Ergebnisse und Resultate des Projekts verbreiten	Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Podcast, Newsletter, soziale Medien: Instagram, LinkedIn), Veranstaltungen
	Lokale Behörden und politische Entscheidungsträger*innen (regionale/nationale Bildungs- und Kulturministerien, EU-Institutionen)	Sicherung der Position der Allianz als wichtige Akteurin im Hochschulbereich, Hervorhebung der Fähigkeit der Allianz, als Vorbild für andere Hochschul-einrichtungen zu fungieren, und ihres Mehrwerts für den Übergang der Region zur Nachhaltigkeit	Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Kanäle der Mitgliedsuniversitäten, soziale Medien: LinkedIn), Veranstaltungen, Presse- und Medienmitteilungen
	IndustriePartner*innen und Verbände (Unternehmen, Start-ups, Innovationszentren und Organisationen)	Sicherung der Position der Allianz als wichtige Akteurin im Hochschulbereich und Darstellung des Mehrwerts der Zusammenarbeit mit BAUHAUS4EU	Digitale Kanäle (soziale Medien: Instagram, LinkedIn), Veranstaltungen, Presse- und Medienmitteilungen
	Die breite Öffentlichkeit (Bürger*innen, die sich für Nachhaltigkeit, Kulturerbe und Bildung interessieren)	Vertretung und Sicherung der zentralen Position von BAUHAUS4EU in der internationalen Hochschullandschaft	Digitale Kanäle (Podcast, soziale Medien: Instagram, LinkedIn), Veranstaltungen, Presse- und Medienmitteilungen
	Andere EU-Allianzen und Netzwerke	Förderung der projektübergreifenden Zusammenarbeit und des Austauschs bewährter Verfahren,	Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Podcast, Kanäle der Mitgliedsuniversitäten,





		Sicherung der Position der Allianz als wichtige Akteurin im Hochschulbereich, Darstellung der Fähigkeit von BAUHAUS4EU, als Vorbild für andere Allianzen zu fungieren	soziale Medien: Instagram, LinkedIn), Veranstaltungen
	Europäische Kommission und andere EU-Institutionen, die im Europäischen Bildungsraum tätig sind	Präsentation der Fähigkeit der Allianz, als Vorbild für andere Hochschuleinrichtungen zu fungieren	Digitale Kanäle (BAUHAUS4EU-Website, Kanäle der Mitgliedsuniversitäten, soziale Medien: Instagram, LinkedIn), Veranstaltungen, Presse- und Medienmitteilungen
	New European Bauhaus – Initiative und Community	Demonstration der Fähigkeit der Allianz, als Vorbild für andere Hochschuleinrichtungen und eine nachhaltige regionale Entwicklung zu fungieren	New European Bauhaus Newsletter, Beitrag zu Veranstaltungen und Zusammenarbeit mit der Gemeinschaft (z. B. DigiNEB, CrAFT, NEBULA, NEB Lighthouses, NEB Labs, NEB Facility)





4 WICHTIGE KERNBOTSCHAFTEN

Eine klare Definition der wichtigsten Kommunikationselemente ist für den Kommunikationsplan der BAUHAUS4EU-Allianz von grundlegender Bedeutung. Diese Elemente – Kernbotschaften, Tonfall, Sprache, Markenimage und visuelle Konsistenz – bilden einen Rahmen, der uns bei der Vermittlung unserer Botschaften leitet und eine zielgerichtete, kohärente und effektive Kommunikation über alle Plattformen und Verbreitungsaktivitäten hinweg gewährleistet.

4.1 Kernbotschaften

Die Kommunikationsbotschaften von BAUHAUS4EU konzentrieren sich auf die Beantwortung wichtiger Fragen, darunter:

- Was ist BAUHAUS4EU und was die Ziele? Welche Grundwerte, Ziele und Ambitionen treiben das Projekt an?
- Wer sind die Mitglieder von BAUHAUS4EU und welche Möglichkeiten gibt es, sich zu engagieren?
- Was sind die konkreten Ziele der BAUHAUS4EU-Allianz und was sind ihre erwarteten Ergebnisse und Erfolge?
- Wie können Studierende, wissenschaftliche und administrative Mitarbeitende von der Teilnahme ihrer Hochschule an der Allianz profitieren?
- Welche gesellschaftlichen Auswirkungen hat die Allianz, insbesondere hinsichtlich ihres Einflusses auf lokaler, regionaler und europäischer Ebene?
- Warum sollten Interessengruppen die Allianz unterstützen und sich an ihren Aktivitäten beteiligen?
- Wie trägt BAUHAUS4EU zur Stärkung der Integration, Internationalisierung und allgemeinen Attraktivität der europäischen Hochschulbildung bei?

Durch die konsequente Auseinandersetzung mit diesen Fragen stellt BAUHAUS4EU sicher, dass die Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten klar, zielgerichtet und wirkungsvoll sind und sowohl die Identität als auch die Sichtbarkeit der Allianz in ganz Europa stärken.

4.2 Tonfall

Der Tonfall der Kommunikation von BAUHAUS4EU sollte in erster Linie formell sein und den offiziellen Charakter des Projekts sowie dessen Übereinstimmung mit den Zielen sowohl der Initiative „Europäische Universitäten“ als auch der Initiative „New European Bauhaus“ widerspiegeln.

Der Ton muss Professionalität und Autorität vermitteln und gleichzeitig Flexibilität, Inklusion und Vielfalt wahren, um sich an die Bedürfnisse verschiedener Interessengruppen anzupassen. Er sollte auch unsere gemeinsamen Werte widerspiegeln, darunter die Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft,





Menschenorientierung und Empathie, Vielfalt, Inklusion und Gleichstellung der Geschlechter, verantwortungsbewusstes europäisches Bürgerengagement, interkulturelle Kompetenz und Mehrsprachigkeit, akademische Freiheit, Freundlichkeit, Freude und Glück.

Um Studierende und Doktorand*innen effektiv anzusprechen, kann der Tonfall zu einem informelleren und zugänglicheren Stil wechseln, wodurch die Inhalte verständlicher und ansprechender werden. Diese Flexibilität sollte sich auch in der Wahl der Kommunikationskanäle und -instrumente widerspiegeln, wobei gegebenenfalls ein lockerer Tonfall und umgangssprachliche Ausdrücke verwendet werden sollten, beispielsweise auf Social-Media-Plattformen.

Dieser Ansatz stellt sicher, dass unsere Kommunikation nicht nur professionell und inklusiv, sondern auch authentisch und werteorientiert ist, wodurch sinnvolle Verbindungen zwischen verschiedenen Zielgruppen gefördert und ein respektvoller Umgang miteinander unterstützt werden.

4.3 Sprache

Um erfolgreich mit unserem Publikum zu kommunizieren und es anzusprechen, wird BAUHAUS4EU einen strategischen Ansatz in Bezug auf Slogans, Hashtags, sprachliche Korrektheit und mehrsprachige Inhalte verfolgen.

Slogan und Hashtags

BAUHAUS4EU benötigt ein starkes und aussagekräftiges Motto, um die Werte und die Mission der Allianz wirksam zu vermitteln und zu fördern. In Kommunikationskampagnen werden ein spezieller Slogan und Hashtags verwendet, um das Bewusstsein zu schärfen und die Interaktion mit unserem Publikum anzuregen.

Um Konsistenz und Sichtbarkeit auf allen Plattformen zu gewährleisten, lauten die primären Hashtags für die Kommunikation von BAUHAUS4EU:

- #B4EU,
- #BAUHAUS4EU,
- #EuropeanCollaboration,
- #ShapingTheFuture,
- #EuropeanUniversities und
- #TogetherforEurope.

Diese primären Hashtags werden in alle unsere Outreach-Maßnahmen integriert und an den jeweiligen Anlass angepasst, um das Engagement des Projekts für Nachhaltigkeit, Innovation und grenzüberschreitende Zusammenarbeit hervorzuheben.

Der Hashtag #B4EU, phonetisch „Be for EU“ (oder „für die Europäische Union, Europa“), symbolisiert die Idee „Gemeinsam für Europa“, eine starke Botschaft der





Solidarität und Zusammenarbeit innerhalb der Europäischen Union. Je nach Thema der Kommunikationsbotschaft kann eine breitere Palette von Hashtags im Zusammenhang mit dem Projekt verwendet werden, wie z. B. #ResilientRegions, #SustainableRegions, #InclusiveRegions und #BeautifulRegions, um die spezifischen Werte und Ziele von BAUHAUS4EU besser hervorzuheben.

Sprachliche Korrektheit

Eine der wichtigsten Prioritäten der BAUHAUS4EU-Allianz ist die Wahrung der sprachlichen und grammatischen Korrektheit in allen Kommunikationskanälen und Veröffentlichungen. Daher besteht eine der Aufgaben des BAUHAUS4EU-Redaktionskomitees („Editorial Committee“, siehe Abschnitt 5.1 unten) darin, alle veröffentlichten Mitteilungen zu korrigieren und ihre sprachliche Korrektheit und Konsistenz sicherzustellen.

Bitte beachten Sie, dass die korrekte Schreibweise des Namens der Allianz BAUHAUS4EU (und nicht Bauhaus4EU) lautet.

Britisches Englisch und lokale Sprachen

Britisches Englisch ist die Hauptsprache von BAUHAUS4EU und wird weiterhin als Grundsprache für die Kommunikation auf den Kanälen der Allianz verwendet. Angesichts des mehrsprachigen Charakters der Allianz erstellt und verbreitet jede Mitgliedsuniversität Kommunikationsmaterial in ihrer Landessprache (Beiträge in sozialen Medien, Website-Artikel, Pressemitteilungen, Flyer und Broschüren in den Landessprachen). Die verwendeten Landessprachen sind: Albanisch, Bulgarisch, Französisch, Deutsch, Griechisch, Italienisch, Polnisch, Portugiesisch und Schwedisch.

4.4 Markenimage und visuelle Konsistenz

BAUHAUS4EU wird eine einheitliche Markenidentität pflegen und dabei konsistente visuelle Elemente wie Logos (Beispiele für das Logo sind in Abb. 1 dargestellt), Schriftarten, Farbpaletten und Vorlagen verwenden.

Diese Konsistenz gewährleistet ein einheitliches und wiedererkennbares Erscheinungsbild in allen Kommunikationsmaterialien, einschließlich Websites, sozialen Medien und Dokumenten. Ziel ist es, die Markenbekanntheit von BAUHAUS4EU zu stärken und seine Mission und Vision für alle Interessengruppen leicht erkennbar zu machen.



Fig. 1: Beispiele des Allianzlogos



**Co-funded by
the European Union**



4.5 Vertragliche Verpflichtung zur Verwendung des EU-Emblems

Alle Kommunikationsaktivitäten der Begünstigten im Zusammenhang mit der Allianz (wie Medienarbeit, Konferenzen, Seminare sowie Werbematerialien wie Broschüren, Flyer, Plakate, Präsentationen usw., unabhängig davon, ob sie in elektronischer Form, über traditionelle Medien oder digitale Kanäle verbreitet werden) sind vertraglich verpflichtet, die Unterstützung durch die Europäische Union anzuerkennen, die europäische Flagge (Emblem) zu zeigen (siehe Finanzhilfevereinbarung [„Grant Agreement“], Art. 17.2) und den Haftungsausschluss (siehe Finanzhilfevereinbarung, Art. 17.3, Beispiele für das Emblem und den Haftungsausschluss sind in Abb. 2 dargestellt) in den jeweiligen Landessprachen zu übersetzen, sofern zutreffend:

*„Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autor*innen und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die Förderstelle können dafür haftbar gemacht werden.“*



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Fig. 2: Europäische Flagge (Emblem) und Haftungsausschluss, die von BAUHAUS4EU zu verwenden sind

Das Emblem darf in keiner Weise verändert werden, dies schließt das Hinzufügen anderer visueller Zeichen, Texte oder Marken ein. Es muss unverwechselbar und separat bleiben, und das Emblem muss mindestens ebenso gut sichtbar sein wie andere Logos, die zusätzlich angezeigt werden können (z. B. von Begünstigten oder Sponsor*innen). Außer dem Emblem darf keine andere visuelle Identität oder kein anderes Logo verwendet werden, um auf die Unterstützung durch die EU hinzuweisen.¹

Die Begünstigten dürfen das Emblem zwar ohne vorherige Genehmigung der Bewilligungsbehörde verwenden, dies gibt ihnen jedoch kein Recht auf ausschließliche

¹ Cf. European Commission: THE USE OF THE EU EMBLEM IN THE CONTEXT OF EU PROGRAMMES 2021-2027. Operational guidelines for recipients of EU funding. March 2021. URL: <https://commission.europa.eu/document/download/3192a0ef-6bda-4e1a-81ca-65ade2ffad73_en?filename=eu_emblem_rules.pdf> p. 11-12.



Co-funded by
the European Union



Nutzung. Es ist verboten, sich das Emblem oder ähnliche Markenzeichen oder Logos durch Registrierung oder auf andere Weise anzueignen.²

Weitere Einzelheiten stehen in Artikel 17 der Finanzhilfevereinbarung und in den Leitlinien der Europäischen Kommission zur visuellen Identität:

https://commission.europa.eu/resources/european-commission-visual-identity_en

Das EU-Emblem einschließlich der Kofinanzierungserklärung kann im Download-Center der Europäischen Kommission heruntergeladen werden:

https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en

² Cf. European Commission, p.12.





5 KOMMUNIKATIONSPROZESSE, -KANÄLE UND -INSTRUMENTE

Um einen reibungslosen und effizienten Informationsfluss innerhalb der Allianz zu gewährleisten, wird BAUHAUS4EU spezifische Kommunikationsprozesse, -kanäle und -instrumente implementieren, wobei der Schwerpunkt auf internen und externen Kommunikationsverfahren liegt. Die internen Kommunikationsverfahren konzentrieren sich auf die Stärkung der Zusammenarbeit zwischen Arbeitsgruppen (Work Packages), Ausschüssen (Committees) und Räten (Councils), um eine effektive Koordination zwischen allen Partnerinstitutionen zu ermöglichen. Die externe Kommunikation zielt hingegen darauf ab, das Bewusstsein für die Aktivitäten der Allianz zu schärfen, Ergebnisse mit Interessengruppen zu teilen und die Zusammenarbeit mit regionalen, nationalen und europäischen Zielgruppen zu fördern. Zusammen bilden diese Prozesse und Instrumente das Rückgrat der Kommunikationsstrategie von BAUHAUS4EU und unterstützen die Sichtbarkeit, Glaubwürdigkeit und langfristige Wirkung der Allianz.

5.1 Kommunikationsverfahren

Um die Kommunikation innerhalb der Allianz zu erleichtern, wurde ein Redaktionsausschuss (Editorial Committee) eingerichtet, der alle über die digitalen Plattformen der Allianz (Website, soziale Medien usw.) verbreiteten Inhalte überwacht. Für eine effektive und einheitliche Umsetzung wurden drei Szenarien mit jeweils maßgeschneiderten Kommunikationswegen definiert, wie in Abbildung 3 dargestellt:

- Verbreitung von Informationen über die Allianz auf den Kanälen der Partneruniversitäten: Der Redaktionsausschuss erstellt und verbreitet Informationen über die Allianz auf seinen eigenen Kommunikationskanälen und sendet diese Inhalte anschließend an die Kommunikationsbeauftragten (Communication Officer) der Partneruniversitäten, damit sie auf deren jeweiligen Kanälen geteilt werden können.
- Verbreitung von Informationen der Partneruniversitäten auf den Kanälen der Allianz: Die Kommunikationsbeauftragten der Partneruniversitäten sammeln Informationen, die für die Allianz von Interesse sein könnten. Diese Informationen werden dann an den Redaktionsausschuss weitergeleitet, der für die Veröffentlichung auf den am besten geeigneten Plattformen (soziale Medien, Website usw.) verantwortlich ist.





- Direkte Kommunikation zwischen den Kommunikationsbeauftragten: Die Kommunikationsbeauftragten der einzelnen Partneruniversitäten sind auch dafür verantwortlich, relevante Informationen, die für andere Partneruniversitäten von Interesse sein könnten, weiterzuleiten und so den Austausch von Nachrichten und Informationen innerhalb des Netzwerks zu erleichtern.

Dieser Ansatz ermöglicht einen effizienten Informationsaustausch und gewährleistet eine kohärente, konsistente und effektive Kommunikation innerhalb der Allianz.



PATHS OF COMMUNICATION FOR THE DISSEMINATION OF THE ALLIANCE RESULTS AND ACTIVITIES

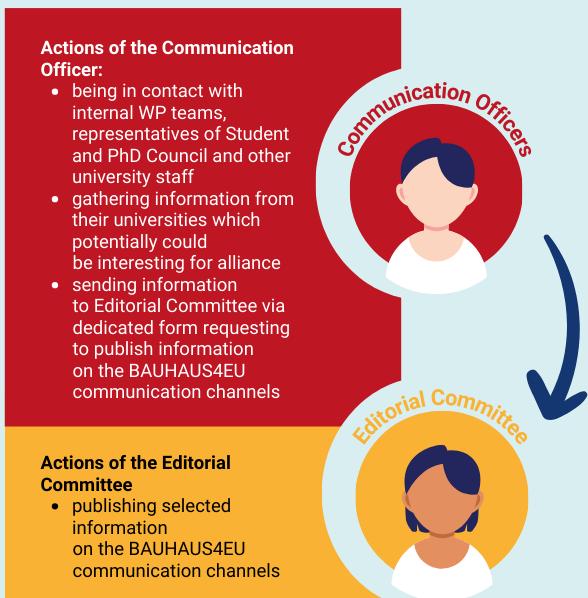
1 Scenario

BAUHAUS4EU info to be promoted in HEIs channels



2 Scenario

HEIs info to be promoted in BAUHAUS4EU channels



3 Scenario

HEIs to HEIs communication

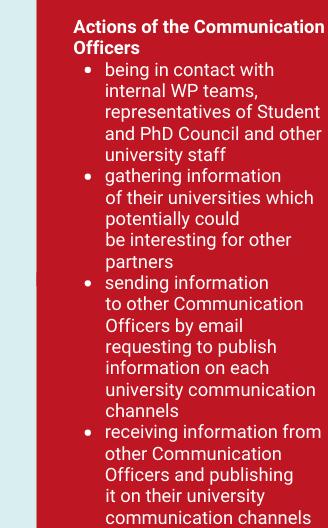


Abb. 3: Kommunikationswege für die Verbreitung der Ergebnisse und Aktivitäten der Allianz zwischen und innerhalb der BAUHAUS4EU-Einrichtungen

5.2 Kommunikationskanäle

Die Kommunikationskanäle und -instrumente für die interne und externe Kommunikation sind darauf ausgelegt, eine reibungslose Koordination innerhalb der Allianz zu gewährleisten, die Sichtbarkeit von BAUHAUS4EU zu stärken und sein Engagement für Wirkung zu demonstrieren. Abbildung 4 gibt einen Überblick über die Kommunikationskanäle und -instrumente von BAUHAUS4EU.

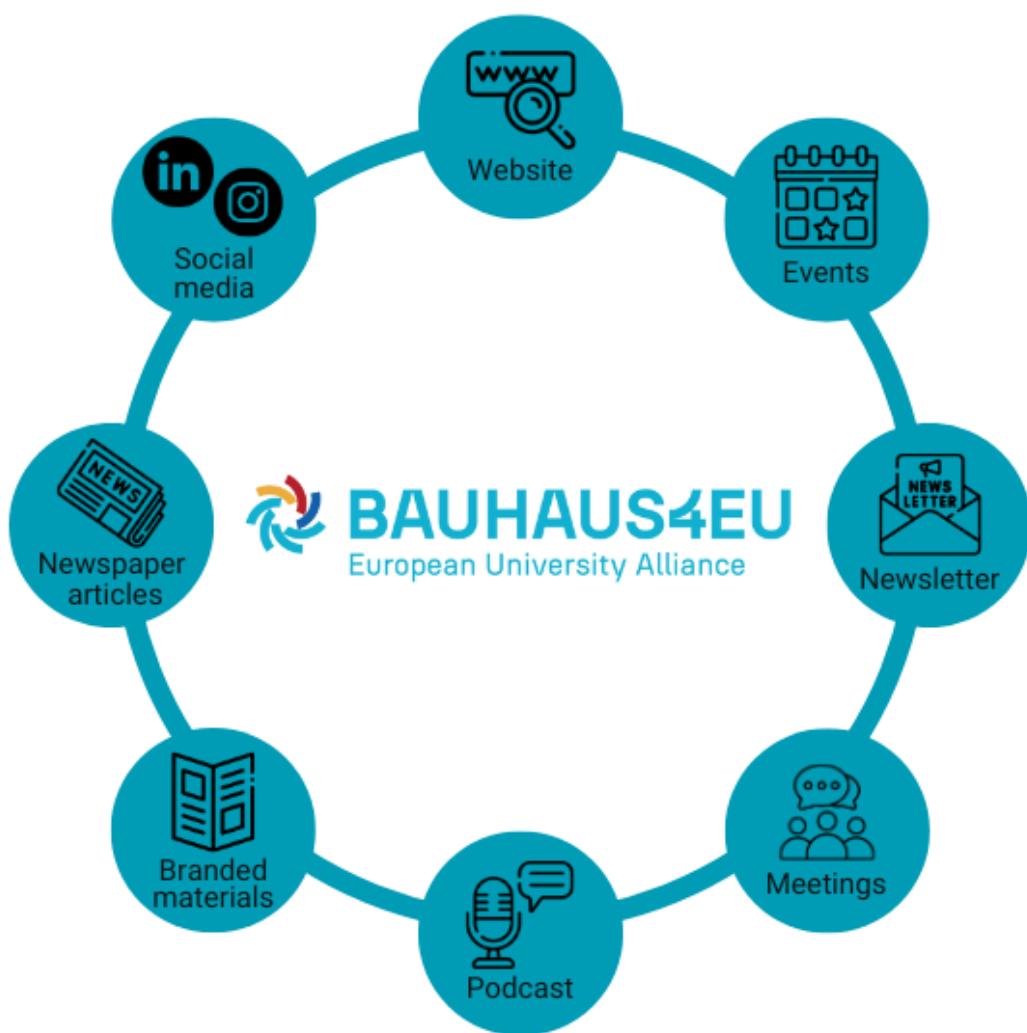


Abb. 4: Kommunikationskanäle und Instrumente zur Verbreitung der Ergebnisse und Aktivitäten der Allianz



Interne Kommunikation

Interne Kommunikation ist unerlässlich, um eine fruchtbare Koordination und Zusammenarbeit zwischen und innerhalb aller Partnerinstitutionen des Projekts zu ermöglichen. Die folgenden Kanäle und Instrumente werden eingesetzt, um eine effektive Kommunikation zwischen allen Teammitgliedern, Projektpartner*innen und Stakeholder*innen von BAUHAUS4EU zu fördern:

E-Mail-Newsletter: Es werden monatliche Newsletter versendet, um alle Mitglieder über wichtige Projektentwicklungen, bevorstehende Veranstaltungen und neue Möglichkeiten auf dem Laufenden zu halten. Um Relevanz und Klarheit zu gewährleisten, werden den verschiedenen Interessengruppen innerhalb der Allianz maßgeschneiderte Inhalte bereitgestellt. In den Newslettern werden auch Erfolge, Meilensteine und gemeinsame Errungenschaften hervorgehoben, um eine gemeinsame Vision unter den Teilnehmenden zu fördern.

Kollaborative Plattform und Tools: Um die Interaktion und den Informationsaustausch zu erleichtern, nutzt BAUHAUS4EU eine kollaborative digitale Plattform. Diese Plattform dient als zentrale Drehscheibe für den Austausch von Dokumenten, Projektaktualisierungen, Aufgabenmanagement und Kommunikation zwischen den Teams. Weitere digitale Tools werden eingesetzt, um die Zusammenarbeit im Team zu verbessern und den Mitgliedern zu ermöglichen, unabhängig von ihrem geografischen Standort in Verbindung zu bleiben. Die Plattform ermöglicht auch die Integration von Feedback und Ideen verschiedener Partner*innen und gewährleistet so eine offene und integrative Kommunikationsumgebung.

Regelmäßige virtuelle und persönliche Treffen: Es werden regelmäßige Treffen (zweimal im Monat) angesetzt, um eine kontinuierliche Kommunikation und Koordination zwischen allen Projektpartner*innen sicherzustellen. Je nach den spezifischen Anforderungen des Projekts können auch gelegentliche Treffen organisiert werden. Diese Treffen bieten Gelegenheit, Fortschritte zu besprechen, Herausforderungen anzugehen und sich über die nächsten Schritte abzustimmen. Für diese Treffen werden digitale Kommunikationsmittel eingesetzt, um die Zugänglichkeit für Teilnehmer*innen aus allen Mitgliedsinstitutionen zu gewährleisten.

Zusätzlich zu den virtuellen Treffen werden regelmäßig **persönliche Treffen** organisiert, um stärkere Beziehungen aufzubauen, Diskussionen zu erleichtern und eine intensivere Zusammenarbeit zu gewährleisten. Diese persönlichen Treffen können an verschiedenen Standorten der Partner*innen oder während wichtiger Projektveranstaltungen (z. B. BAUHAUS4EU-Foren) stattfinden. Sie bieten die Möglichkeit, bewährte Verfahren auszutauschen und die Zusammenarbeit zu vertiefen.

Durch die Kombination von E-Mail-Newslettern, kollaborativen digitalen Tools sowie virtuellen und persönlichen Treffen wird BAUHAUS4EU einen konsistenten und effektiven Informationsfluss zwischen allen Projektbeteiligten sicherstellen und so





Transparenz, Zusammenarbeit und langfristigen Erfolg fördern. Diese Tools werden nicht nur die tägliche Kommunikation verbessern, sondern auch eine Kultur der Zusammenarbeit schaffen, die die Gesamtziele des Projekts unterstützt.

Externe Kommunikation

Eine effektive externe Kommunikation ist unerlässlich, um das Bewusstsein für die BAUHAUS4EU-Allianz zu schärfen, mit den verschiedenen Interessengruppen in Kontakt zu treten und während der gesamten Projektdauer für Transparenz und Sichtbarkeit zu sorgen. Unsere Allianzstrategie zielt darauf ab, ein breites Publikum zu erreichen, darunter externe Partner*innen, politische Entscheidungsträger*innen, die allgemeine Öffentlichkeit und die breitere akademische Gemeinschaft.

Alle Kommunikations- und Verbreitungsmaterialien sowie Veranstaltungen müssen auf die Unterstützung durch die Europäische Union hinweisen (EU-Emblem, Finanzierungserklärung [funding statement] und rechtlicher Haftungsausschluss). Die vertraglichen Verpflichtungen sind gemäß Artikel 17 der Finanzhilfevereinbarung (Grant Agreement) einzuhalten. Weitere Einzelheiten zu den Nutzungsbedingungen sind auch in den Leitlinien³ der Europäischen Kommission zur visuellen Identität festgelegt. Das EU-Emblem einschließlich der Erklärung zur Kofinanzierung kann im Download-Center der Europäischen Kommission heruntergeladen werden:

https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en

Digitale Kanäle

Projektwebsite: Die BAUHAUS4EU-Website (<https://www.bauhaus4.eu/>) wird Bereiche enthalten, die den Projektzielen, Meilensteinen, wichtigsten Errungenschaften und aktuellen Nachrichten gewidmet sind. Außerdem wird sie Zugang zu Publikationen, Berichten, Veranstaltungsinformationen und anderen Ressourcen bieten, sodass sich die Interessengruppen leicht über den Fortschritt und die Ergebnisse der Allianz auf dem Laufenden halten können. Wir werden eine Bedarfsanalyse mit wichtigen Interessengruppen wie Work-Package-Mitwirkenden, Councilmitgliedern usw. mittels Online-Umfragen und speziellen Treffen durchführen.

Die Website wird schließlich in eine kollaborative digitale Plattform übergehen. Diese Plattform wird als zentrale Anlaufstelle für alle Aktualisierungen, Ressourcen und Ergebnisse dienen: Sie wird nahtlose digitale Interaktionen zwischen den Mitgliedern

³ European Commission: THE USE OF THE EU EMBLEM IN THE CONTEXT OF EU PROGRAMMES 2021-2027. Operational guidelines for recipients of EU funding. March 2021. URL: <https://commission.europa.eu/document/download/3192a0ef-6bda-4e1a-81ca-65ade2ffad73_en?filename=eu_emblem_rules.pdf>





der Allianz unterstützen und Raum für gemeinsame Aktivitäten und Veranstaltungen für alle Zielgruppen bieten.

Social-Media-Plattformen (LinkedIn, Instagram): Social Media ist ein wichtiges Instrument, um Projektnachrichten zu verbreiten, ein breiteres Publikum anzusprechen und die Interaktion zwischen den Interessengruppen zu fördern. Plattformen wie LinkedIn und Instagram werden genutzt, um Meilensteine, Veranstaltungshighlights und Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden, Studierenden und anderen Mitgliedern der Partnerhochschulen zu teilen. Diese Beiträge können auch Updates hinter den Kulissen, Fotos und kurze Videos enthalten, um die Wirkung von BAUHAUS4EU und seinen verschiedenen Initiativen zu präsentieren und so das Gemeinschaftsgefühl und die Begeisterung zu fördern.

Alle geteilten Inhalte müssen eindeutig mit der BAUHAUS4EU-Allianz in Verbindung stehen und dürfen nicht ausschließlich zur Förderung einzelner akademischer Aktivitäten verwendet werden. Die Hauptsprache auf unseren Social-Media-Kanälen ist britisches Englisch, außer bei Reposts oder gemeinsamen Kooperationen, bei denen andere Sprachen angemessen sein können.



LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bauhaus4eu/>

Hauptzielgruppe: Studierende, wissenschaftliches und administratives Personal, Forschungseinrichtungen und Labore, Hochschulverwaltungen und Projektmanager*innen, Studieninteressierte, Doktorand*innen und Mitarbeitende der BAUHAUS4EU-Mitgliedshochschulen, Alumni der BAUHAUS4EU-Mitgliedshochschulen, assoziierte Partner*innen von BAUHAUS4EU, lokale Behörden und politische Entscheidungsträger*innen, Industriepartner*innen, die breite Öffentlichkeit, andere EU-Allianzen und -Netzwerke, die Europäische Kommission und andere EU-Institutionen, die im europäischen Bildungsraum tätig sind.

Art der Inhalte: Informationen über akademische Partnerschaften, Fachveranstaltungen, Kooperationen usw.

Ziel: Aufbau beruflicher Kontakte, Entwicklung von Partnerschaften, Förderung von Kooperationsinitiativen und -projekten.



Instagram: <https://www.instagram.com/bauhaus4eu/>

Hauptzielgruppe: Studierende, Studieninteressierte und Doktorand*innen

Art der Inhalte: Optisch ansprechende Beiträge, universitätsbezogene Veranstaltungen, Highlights (z. B. Fotos, Videos von Konferenzen, studentische Projekte, Einblicke hinter die Kulissen...)





Ziel: Aufbau einer engagierten, visuell ansprechenden Community, Förderung von Interaktion und Engagement (Likes, Shares, Kommentare)

Je nach Beliebtheit und Nachfrage können weitere Social-Media-Konten eingerichtet werden, um ein noch breiteres und vielfältigeres Publikum zu erreichen.

E-Mail-Newsletter: E-Mail-Newsletter werden regelmäßig an verschiedene Interessengruppen versandt und informieren diese gezielt über den Projektfortschritt, bevorstehende Veranstaltungen und andere relevante Entwicklungen. Diese Newsletter werden an verschiedene Zielgruppen angepasst, darunter Studierende, lebenslang Lernende, akademisches und administratives Personal sowie regionale Interessengruppen. Sie werden wichtige Meilensteine, Erfolge und Möglichkeiten zur Beteiligung am Projekt hervorheben, um externe Interessengruppen einzubinden und **auf dem Laufenden zu halten.**

Podcasts: Während des gesamten Projekts wird eine Reihe von Podcasts eingeführt, um ausführliche Diskussionen und persönliche Geschichten im Zusammenhang mit BAUHAUS4EU zu teilen. Die einzelnen Episoden behandeln hauptsächlich Projektinitiativen, Veranstaltungen, Möglichkeiten zur Erkundung der Hochschulbildung in Europa sowie Erfahrungen von Studierenden und Mitarbeitenden und beleuchten wichtige Momente und Erkenntnisse der Allianz. Diese Podcasts werden in englischer Sprache verfügbar sein und auf der BAUHAUS4EU-Website veröffentlicht werden. Sie bieten den Zuhörer*innen eine leicht zugängliche Möglichkeit, sich auf Abruf über die Aktivitäten des Projekts und seine Auswirkungen auf die Gemeinschaft zu informieren.

Tabelle 5.1 gibt einen Überblick über die digitalen Kanäle von BAUHAUS4EU und nennt die Hauptzielgruppe für jeden Kanal, die Art der Inhalte und die Hauptziele.





Tabelle 5.1 Digitale Kommunikationskanäle von BAUHAUS4EU

Digitale Kanäle	Hauptzielgruppe	Art des Inhalts	Ziel
Projekt-website	Studierende, wissenschaftliche und administrative Mitarbeitende, Forschungseinrichtungen und Labore, Hochschulverwalter*innen und Projektmanager*innen, Studieninteressierte, Doktorand*innen und Mitarbeitende der BAUHAUS4EU-Mitgliedshochschulen, Alumni der BAUHAUS4EU-Mitgliedshochschulen, assoziierte Partner*innen von BAUHAUS4EU, lokale Behörden und politische Entscheidungsträger*innen, andere EU-Allianzen und -Netzwerke, die Europäische Kommission und andere EU-Institutionen, die im europäischen Bildungsraum tätig sind	Detaillierte Informationen über das Projekt, Ziele, Meilensteine, wichtige Erfolge, Ergebnisse, bevorstehende Veranstaltungen, Veröffentlichungen, Berichte und aktuelle Nachrichten sowie weitere Ressourcen	Bereitstellung einer zentralen Plattform zum Austausch wichtiger Informationen über das Projekt, zur Gewährleistung von Transparenz, zur Gewährung des Zugangs zu Ressourcen und zur Förderung der Einbindung von Interessengruppen während des gesamten Projekts
Social Media: LinkedIn	Studierende, wissenschaftliche und administrative Mitarbeitende, Forschungseinrichtungen und Labore, Hochschulverwalter*innen und Projektmanager*innen, Studieninteressierte, Doktorand*innen und Mitarbeitende der BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten, Alumni der BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten, assoziierte Partner*innen von BAUHAUS4EU, lokale Behörden und politische Entscheidungsträger*innen, Industriepartner*innen, die	Informationen über akademische Partnerschaften, Fachveranstaltungen, Kooperationen	Aufbau beruflicher Kontakte, Entwicklung von Partnerschaften, Förderung von Kooperationsinitiativen und -projekten





	breite Öffentlichkeit, andere EU-Allianzen und -Netzwerke, die Europäische Kommission und andere im Europäischen Bildungsraum tätige EU-Institutionen		
Social Media: Instagram	Studierende, Studieninteressierte und Doktorand*innen	Optisch ansprechende Beiträge, universitätsbezogene Veranstaltungen, Highlights (z. B. Fotos, Videos von Konferenzen, studentische Projekte, Einblicke hinter die Kulissen...)	Aufbau einer engagierten, visuell ansprechenden Community, Förderung von Interaktion und Engagement (Likes, Shares, Kommentare)
E-Mail-Newsletter	Studierende, wissenschaftliche und administrative Mitarbeitende, Hochschulverwalter*innen und Projektmanager*innen, Alumni der BAUHAUS4EU-Mitgliedshochschulen, lokale Behörden und politische Entscheidungsträger*innen, Industriepartner*innen	Projektfortschritte und -ergebnisse, Veranstaltungsankündigungen, aktuelle Informationen zu Aktivitäten und Informationen zu den nächsten Schritten	Regelmäßige und gezielte Kommunikation mit den Interessengruppen pflegen, sie über Fortschritte, bevorstehende Veranstaltungen und andere relevante Entwicklungen auf dem Laufenden halten und eine stärkere Zusammenarbeit und Beteiligung während des gesamten Projekts fördern
Podcast	Studierende, wissenschaftliche und administrative Mitarbeitende, Studieninteressierte, Doktorand*innen und Mitarbeitende der BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten, Alumni der BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten,	Interviews (Erfahrungen von Mitarbeitenden und Studierenden), Diskussionen über Projektinitiativen, Erkundung von Möglichkeiten im Hochschulbereich in	Bereitstellung ansprechender Audioinhalte, um Projektideen und -ergebnisse zu teilen, ein breiteres Publikum anzusprechen und einen Raum für Diskussionen über





	assoziierte Partner*innen von BAUHAUS4EU, allgemeine Öffentlichkeit, andere EU-Allianzen und Netzwerke	Europa, Präsentation der wichtigsten Projektergebnisse und Erkenntnisse der Allianz	Bildungs- und Nachhaltigkeitsthemen in Europa zu schaffen
--	--	---	---

Traditionelle Medien

Pressemitteilungen zu wichtigen Meilensteinen werden verteilt, um über wichtige Entwicklungen und bedeutende Meilensteine der BAUHAUS4EU-Allianz zu informieren. Diese Mitteilungen werden wichtige Erfolge, neue Partnerschaften und wirkungsvolle Aktivitäten hervorheben. Die Pressemitteilungen werden strategisch auf wichtige Projektphasen abgestimmt, um eine maximale Medienpräsenz und öffentliche Aufmerksamkeit zu gewährleisten.

Es werden Interviews mit wichtigen Projektleiter*innen, Partnerinstitutionen und Stakeholder*innen geführt und über verschiedene Medienkanäle einem externen Publikum zugänglich gemacht. Diese Interviews bieten wertvolle Einblicke in die Ziele und Auswirkungen von BAUHAUS4EU und verleihen den Kommunikationsbemühungen eine menschliche Note. Durch die Darstellung unterschiedlicher Sichtweisen innerhalb des Projekts tragen die Interviews dazu bei, die Vielfalt und den Kooperationsgeist der Allianz zu veranschaulichen.

Tabelle 5.2 fasst die traditionellen Kommunikationskanäle von BAUHAUS4EU zusammen und nennt die Hauptzielgruppe für jeden Kanal, die Art der Inhalte und die Hauptziele.

Tabelle 5.2 Traditionelle Kommunikationskanäle von BAUHAUS4EU

Traditionelle Medien	Hauptzielgruppe	Art des Inhalts	Ziel
Press releases	Hochschulverwaltungen und Projektmanager*innen, assoziierte Partner*innen von BAUHAUS4EU, lokale Behörden und politische Entscheidungsträger*innen, Industriepartner*innen, die breite Öffentlichkeit, andere EU-Allianzen und -Netzwerke, die Europäische Kommission und andere EU-	Aktuelle Informationen über die BAUHAUS4EU-Allianz, einschließlich Meilensteinen, neuen Partnerschaften, bevorstehenden Veranstaltungen, Erfolgen...	Sensibilisierung der Öffentlichkeit und der Medien für die BAUHAUS4EU-Allianz, Generierung von Presseberichten und Erreichen eines breiten Publikums, um die Ziele, Erfolge und Beteiligungsmöglich-





	Institutionen, die im Bereich der europäischen Bildung tätig sind, Medien		keiten der Allianz bekannt zu machen
Interviews	Studierende, wissenschaftliche und administrative Mitarbeitende, assoziierte Partner*innen von BAUHAUS4EU, Studieninteressierte, Doktorand*innen und Mitarbeitende der BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten, lokale Behörden und politische Entscheidungsträger*innen, Industriepartner*innen, allgemeine Öffentlichkeit	Wichtige Projektbeteiligte (Projektleiter*innen, Studierende, wissenschaftliche Mitarbeitende...) berichten über ihre persönlichen Erfahrungen, Erkenntnisse und die Auswirkungen des BAUHAUS4EU-Projekts auf ihr akademisches und berufliches Leben	Steigerung der Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit des Projekts, Einbindung des Publikums auf einer tieferen Ebene

Events

Workshops und Seminare zur Einbeziehung von Studierenden und Mitarbeiter*innen: Es werden Workshops und Seminare organisiert, um Studierende, Mitarbeitende und andere Interessengruppen in die Projektaktivitäten einzubeziehen. Diese Veranstaltungen bieten die Möglichkeit, Wissen auszutauschen, Fähigkeiten zu entwickeln und bewährte Verfahren zu teilen. Die Themen reichen von akademischer Zusammenarbeit bis hin zu Innovation und Nachhaltigkeitspraktiken und fördern die aktive Beteiligung und das Gefühl der Eigenverantwortung innerhalb der BAUHAUS4EU-Gemeinschaft.

Regionale Workshop-Veranstaltungen zur Diskussion der Ergebnisse mit lokalen Behörden und regionalen Partner*innen: Es werden öffentliche Foren organisiert, um die Projektergebnisse zu präsentieren und ihre Auswirkungen mit den lokalen Behörden, regionalen Partner*innenn und der allgemeinen Öffentlichkeit zu diskutieren. Diese Foren dienen dazu, Feedback zu sammeln und sicherzustellen, dass die Projektergebnisse auf die Bedürfnisse und Ziele der Region abgestimmt sind. Durch die Einbeziehung lokaler Behörden und kommunaler Interessengruppen werden diese Workshops dazu beitragen, die gesellschaftliche Wirkung des Projekts zu verstärken und eine stärkere Beteiligung der Bevölkerung zu fördern.





Interregionale Workshops zur Förderung von Zusammenarbeit und Wissensaustausch: Es werden interregionale Workshops organisiert, an denen assoziierte Partner*innen und wichtige Interessengruppen aus jeder Region teilnehmen. Diese Veranstaltungen dienen als dynamische Plattformen für einen kontinuierlichen Austausch von Wissen, Ressourcen und Know-how zwischen den Regionen. Durch die Förderung des Dialogs zwischen den verschiedenen Interessengruppen werden die Workshops den Austausch bewährter Verfahren fördern und neue Möglichkeiten für die interregionale Zusammenarbeit schaffen. Ziel dieser Workshops ist es, die interregionalen Verbindungen innerhalb der Allianz zu stärken und zum Aufbau eines kohärenten und innovativen Netzwerks beizutragen.

Jährliches BAUHAUS4EU-Forum zum Austausch von Fortschritten und Resultaten: Die BAUHAUS4EU-Allianz wird jährliche Konferenzen veranstalten, um Fortschritte und Ergebnisse mit der breiten Öffentlichkeit, den Interessengruppen und der akademischen Gemeinschaft zu teilen. Diese Konferenzen dienen als wichtige Plattformen zur Präsentation der Ergebnisse der Allianz, zur Hervorhebung innovativer Praktiken und zur Erleichterung der Vernetzung zwischen den Mitgliedern der Allianz und externen Partner*innen. Sie bieten auch die Möglichkeit, die künftige Ausrichtung des Projekts und mögliche Kooperationen zu diskutieren. Diese Veranstaltungen werden auch dazu dienen, die interne Kommunikation zu stärken, indem Ergebnisse und Fortschritte mit allen Mitgliedern der Allianz geteilt werden.

Gemeinsame Werbestände auf internationalen Konferenzen: Die BAUHAUS4EU-Allianz wird auf wichtigen nationalen und internationalen Konferenzen gemeinsame Werbestände einrichten, um die Aktivitäten und Ergebnisse des Projekts in den europäischen Ländern⁴ zu präsentieren. Diese Stände werden als Plattformen dienen, um mit einem globalen Publikum in Kontakt zu treten, die Zusammenarbeit mit externen Partner*innen zu fördern und Informationen über den Beitrag der Allianz zu Bildung und Nachhaltigkeit auszutauschen. Sie bieten auch die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen, das Bewusstsein für die Ziele des Projekts zu schärfen und internationale Partnerschaften zu fördern.

Jährlicher Fotowettbewerb: Die BAUHAUS4EU-Allianz wird einen jährlichen Fotowettbewerb für Studierende veranstalten und sie dazu ermutigen, visuelle Interpretationen von Schlüsselthemen der Allianz einzufangen. Der Wettbewerb bietet Studierenden die Möglichkeit, sich kreativ mit Themen wie Innovation, Nachhaltigkeit und akademischer Zusammenarbeit auseinanderzusetzen. Der Wettbewerb soll das Engagement der Studierenden fördern und die visuelle Dimension der Kernwerte des Projekts hervorheben.

⁴ Alle geförderten Aktivitäten müssen in förderfähigen Ländern durchgeführt werden. Dazu gehören die EU-Mitgliedstaaten sowie die folgenden Drittländer, die entweder mit dem Programm Erasmus+ assoziiert sind oder sich in Verhandlungen über ein Assoziierungsabkommen befinden: Island, Norwegen, Liechtenstein, Nordmazedonien, Serbien, Türkei, Albanien, Bosnien und Herzegowina, Kosovo, Montenegro, Färöer-Inseln und die Schweiz.





Visuelle Kommunikationsmedien

PowerPoint-Vorlage: Wir haben eine PowerPoint-Vorlage für alle externen Präsentationen im Zusammenhang mit BAUHAUS4EU erstellt. Diese Vorlage sorgt für Konsistenz und eine visuelle Identität bei allen Präsentationen und macht es einfacher, wichtige Informationen an externe Zielgruppen zu vermitteln.

Hintergrund für Online-Meetings: Für Online-Meetings wird ein maßgeschneiderter Hintergrund entworfen, um die Sichtbarkeit und visuelle Identität der BAUHAUS4EU-Allianz zu stärken. Dieser Hintergrund wird die visuelle Einheitlichkeit während der virtuellen Interaktionen sicherstellen. Dies wird dazu beitragen, ein professionelles Bild während der Präsentationen aufrechtzuerhalten und gleichzeitig die Wirkung und den Wiedererkennungswert des Projekts zu verstärken.

Broschüren: Die Broschüren werden so gestaltet, dass sie einen prägnanten und visuell ansprechenden Überblick über die BAUHAUS4EU-Allianz, ihre Ziele und Vorteile bieten. Diese Broschüren werden auf Veranstaltungen, Konferenzen und über Partnerinstitutionen verteilt, um das Bewusstsein zu schärfen und die Beteiligung am Projekt zu fördern. Die Broschüren werden auch online verfügbar sein.

Roll-ups: Roll-ups werden bei Veranstaltungen, Konferenzen und öffentlichen Foren eingesetzt, um eine schnelle visuelle Einführung in das Projekt zu geben. Diese Roll-ups werden die wichtigsten Aspekte der BAUHAUS4EU-Allianz hervorheben, einschließlich ihrer Ziele, Errungenschaften und aktuellen Initiativen, um sicherzustellen, dass die Botschaft des Projekts klar und für alle Teilnehmenden sichtbar ist.

Werbematerialien: Zu den Kommunikations- und Verbreitungsinstrumenten gehören Werbeelemente, die an den BAUHAUS4EU-Mitgliedsuniversitäten angebracht und verteilt werden. Diese Elemente umfassen eine Reihe von Werbeartikeln wie Stifte, Notizbücher, Taschen, Anstecknadeln und andere Markenartikel. Diese Artikel werden sowohl auf der Ebene der Mitgliedsuniversitäten als auch in der gesamten BAUHAUS4EU-Allianz verteilt. Jede Mitgliedsuniversität hat die Freiheit, diese Artikel nach ihren spezifischen Bedürfnissen zu gestalten und anzupassen, wobei die Richtlinien der visuellen Identität von BAUHAUS4EU eingehalten werden müssen. Eine Liste der verfügbaren Elemente wird in der gemeinsamen Cloud gespeichert, und diese Elemente können aus Gründen der Nachhaltigkeit innerhalb der Allianz ausgetauscht oder gemeinsam genutzt werden.

Durch die Nutzung dieser verschiedenen Kommunikationskanäle und -tools wird BAUHAUS4EU eine effektive Verbreitung an sein externes Publikum sicherstellen, die Beteiligung der Stakeholder*innen erhöhen und die Sichtbarkeit der Allianz auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene verbessern.





6 VERBREITUNGSAKTIVITÄTEN

Die Verbreitungsaktivitäten zielen darauf ab, die Sichtbarkeit, die Wirkung und die Reichweite der Initiativen der BAUHAUS4EU-Allianz bei verschiedenen Zielgruppen zu verbessern. Sie stützen sich auf zwei Hauptpfeiler: die Förderung des Lehrangebots und die Zusammenarbeit mit lokalen Behörden. Durch die Entwicklung von Werbematerial, interaktive Veranstaltungen und die Zusammenarbeit mit den Medien und politischen Entscheidungsträger*innen zielen diese Verbreitungsmaßnahmen darauf ab, die Arbeit der Allianz hervorzuheben, neue Interessengruppen zu gewinnen und Synergien zwischen akademischen Partner*innenn, öffentlichen Einrichtungen und lokalen Gemeinschaften zu fördern.

In allen Verbreitungsmaterialien muss auf die Unterstützung durch die Europäische Union hingewiesen werden (EU-Emblem, Finanzierungserklärung und rechtlicher Haftungsausschluss). Die vertraglichen Verpflichtungen sind in Artikel 17 der Finanzhilfevereinbarung (Grant Agreement) aufgeführt. Weitere Einzelheiten zu den Nutzungsbedingungen sind auch in der Leitlinie zur visuellen Identität der Europäischen Kommission⁵ festgelegt.

Das EU-Emblem einschließlich der Kofinanzierungserklärung kann im Download Center der Europäischen Kommission heruntergeladen werden:

https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en

6.1 Lehrangebot

Die Verbreitungsaktivitäten, die sich auf das Lehrangebot konzentrieren, zielen darauf ab, die Bildungsprogramme der BAUHAUS4EU-Allianz durch gezielte Kommunikationsmittel und Veranstaltungen zu fördern. Durch die Entwicklung von attraktivem Material, die Organisation von Tagen der offenen Tür und Webinaren sowie die Weitergabe von authentischen Erfahrungsberichten versucht die Allianz, potenzielle Studierende und Partner*innen anzuziehen und gleichzeitig ihre akademische Sichtbarkeit zu stärken.

Entwicklung von Werbematerialien

Eine Reihe von Werbematerialien, darunter Broschüren, Videos und Infografiken, werden erstellt, um die im Rahmen der BAUHAUS4EU-Allianz angebotenen Studiengänge zu präsentieren. Diese Materialien werden die Merkmale und Vorteile

⁵ European Commission: THE USE OF THE EU EMBLEM IN THE CONTEXT OF EU PROGRAMMES 2021-2027. Operational guidelines for recipients of EU funding. March 2021. URL: <https://commission.europa.eu/document/download/3192a0ef-6bda-4e1a-81ca-65ade2ffad73_en?filename=eu_emblem_rules.pdf>





der Programme hervorheben, um potenzielle Studierende und Partner*innen zu gewinnen.

Organisation von Tagen der offenen Tür

Es werden Tage der offenen Tür organisiert, um Studieninteressierte und akademisches Personal über die Studiengänge, Lehrmethoden sowie Mobilitäts- und Forschungsmöglichkeiten innerhalb von BAUHAUS4EU zu informieren. Diese Veranstaltungen ermöglichen den direkten Kontakt mit Studierenden und Lehrkräften, so dass die Teilnehmenden Fragen stellen und das Angebot erkunden können.

Veröffentlichung von Testimonials

Testimonials von Studierenden, akademischen und administrativen Mitarbeitenden werden veröffentlicht, um einen authentischen Einblick in die BAUHAUS4EU-Erfahrung zu geben. Diese persönlichen Geschichten werden die Auswirkungen der Allianz auf die akademische und berufliche Entwicklung hervorheben und dazu beitragen, Vertrauen und Interesse bei potenziellen Studierenden und Stakeholder*innen aufzubauen.

Identifizierung und Befähigung von Allianz-Botschafter*innen (Brand Ambassadors)

Studierende und Mitarbeitende, die an der Allianz beteiligt sind - z. B. Mitglieder der verschiedenen Arbeitsgruppen oder Beiräte - werden ausgewählt, um die Kernwerte der BAUHAUS4EU-Allianz zu verkörpern und zu fördern. Diese Botschafter*innen werden das Gesicht der Allianz sein, ihre Erfahrungen weitergeben und andere ermutigen, sich zu beteiligen. Sie werden eingeladen, ihre Erfahrungen auf unserer Website, in den sozialen Medien und als Podcast zu veröffentlichen, um die Wirkung der Aktivitäten der Allianz zu erhöhen.

Einrichtung eines gemeinsamen digitalen Repositoriums

BAUHAUS4EU wird ein gemeinsames digitales Repozitorium einrichten - eine frei zugängliche digitale Bibliothek, die akademische Ergebnisse im Zusammenhang mit der allgemeinen und beruflichen Bildung innerhalb der Allianz aufnehmen soll. Dieses Repozitorium wird Bachelor-, Master- und Doktorarbeiten sowie akademische Veröffentlichungen enthalten, die aus Lehr- und Lernaktivitäten im Rahmen von BAUHAUS4EU hervorgegangen sind.

Durch die Hervorhebung der akademischen Leistungen von Studierenden und Mitarbeitenden der Partnereinrichtungen wird das Repozitorium die Sichtbarkeit der Bildungsarbeit erhöhen und die Identität der Allianz stärken. Durch die bessere Zugänglichkeit dieser akademischen Ergebnisse wird die Plattform pädagogische Innovationen unterstützen, den interdisziplinären Austausch fördern und die Zusammenarbeit in der allgemeinen und beruflichen Bildung erleichtern. Diese Initiative ist eine Schlüsselkomponente zur Förderung der Werte und der Wirkung der





BAUHAUS4EU-Allianz in ganz Europa und zur Erleichterung der Zusammenarbeit zwischen Einrichtungen.

6.2 Lokale Behörden

Die Verbreitungsaktivitäten der lokalen Behörden zielen darauf ab, den Dialog zwischen der BAUHAUS4EU-Allianz und regionalen Stakeholder*innen zu fördern. Durch Politikdialoge, Briefings und die Zusammenarbeit mit lokalen Medien stellt die Allianz sicher, dass seine Initiativen zur regionalen Entwicklung und zu einer faktenbasierten Politikgestaltung beitragen.

Veranstaltung von Politikdialogsitzungen

BAUHAUS4EU wird Politikdialogsitzungen organisieren, um lokale Behörden und Entscheidungsträger*innen in Diskussionen einzubeziehen. Diese Sitzungen bieten die Gelegenheit, Ideen zu den Projekten und Initiativen der Allianz auszutauschen, wobei der Schwerpunkt darauf liegt, wie die Projektergebnisse in politische Entscheidungen einfließen und zur lokalen und regionalen Entwicklung beitragen können. Durch die Einbeziehung lokaler Interessengruppen will BAUHAUS4EU seine Beziehungen zu Entscheidungsträger*innen und Akteur*innen des Wandels stärken und sicherstellen, dass die Projektergebnisse eine spürbare Wirkung auf die Gemeinschaft haben.

Partnerschaft mit lokalen Medien zur Verbreitung von Erfolgsgeschichten

BAUHAUS4EU wird mit den lokalen Medien zusammenarbeiten, um über die Erfolge der Allianz zu berichten und die positiven Auswirkungen seiner Projekte auf die lokalen Gemeinschaften hervorzuheben. Dazu könnte die Anwesenheit von Medienvertreter*innen bei wichtigen Meilensteinen des Projekts gehören (z. B. BAUHAUS4EU-Forum). Durch die Zusammenarbeit mit den lokalen Medien will BAUHAUS4EU das öffentliche Bewusstsein für die Errungenschaften des Projekts schärfen, seinen Beitrag zur regionalen Entwicklung herausstellen und stärkere Verbindungen zwischen der Allianz und den Communities, denen es dient, aufbauen.





7 ZEITPLAN UND WICHTIGE MEILENSTEINE

Der Abschnitt Zeitplan und wichtige Meilensteine skizziert die wichtigsten Ereignisse, Produkte und Errungenschaften, die im Rahmen der BAUHAUS4EU-Allianz geplant sind. Diese Meilensteine markieren den strategischen Verlauf des Projekts und dienen als wichtige Bezugspunkte für die Bewertung der Auswirkungen und die Gewährleistung einer kontinuierlichen Ausrichtung auf die Ziele der Allianz. Um Klarheit und Struktur zu schaffen, ist der folgende Abschnitt in drei Phasen unterteilt: Jahr 1, Jahre 2-3 und Jahr 4. Abbildung 5 fasst den geplanten Zeitplan grafisch zusammen.

7.1 Jahr 1

Das erste Jahr ist dem Start der BAUHAUS4EU-Allianz, der Einrichtung von Verwaltungsstrukturen und der Einleitung von Maßnahmen zur Förderung der Sichtbarkeit gewidmet.

Projektstart: Pressemitteilungen

Zum Projektstart wurden von allen Partneruniversitäten Pressemitteilungen erstellt und über die Projektwebsite und den LinkedIn-Account verbreitet.

Kick-off-Treffen in Weimar

Die Mitglieder der 10 Partneruniversitäten der BAUHAUS4EU-Allianz trafen sich in Weimar zum offiziellen Start des Projekts. Diese Veranstaltung stellte einen wichtigen Meilenstein dar, da sie den Startschuss für die Projektleitung zusammen mit den Räten und den Arbeitspaketgruppen gab. In einer dreitägigen Veranstaltung entwickelten die Teilnehmenden Umsetzungsfahrpläne für jedes Arbeitspaket und legten gemeinsam die nächsten Schritte auf ihrem Umsetzungspfad fest. Um die Zielgruppe zu erweitern, wurde außerdem der BAUHAUS4EU-Instagram-Account eingerichtet und zur Verbreitung von Informationen über die Auftaktveranstaltung genutzt.

Entwicklung der ersten Werbematerialien

Derzeit werden Werbematerialien wie Broschüren, Flyer und digitale Inhalte entwickelt. Diese Dokumente werden dazu beitragen, das Bewusstsein für die Ziele, Aktivitäten und erwarteten Ergebnisse des Projekts zu erhöhen.

Organisation des 1. BAUHAUS4EU-Forums in Castelo Branco, Portugal

Das erste BAUHAUS4EU-Forum (Meilenstein 25, Fälligkeitstermin: M7) wird in Castelo Branco, im Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) in Portugal stattfinden. Bei dieser Veranstaltung wird ein breites Spektrum von Interessenvertreter*innen zusammenkommen, darunter Akademiker*innen, politische Entscheidungsträger*innen und Studierende. Im Mittelpunkt stehen die Vorstellung der





Vision und der Ziele des Projekts, die Erörterung der Herausforderungen in der Hochschulbildung und die Förderung der Zusammenarbeit zwischen europäischen Einrichtungen.

Organisation von regionalen Workshops für die assoziierten Partner*innen an jeder Einrichtung

Jede Partneruniversität wird regionale Workshops für die assoziierten Partner*innen und weitere Interessengruppen aus jeder Region organisieren. Diese Workshops zielen darauf ab, die verschiedenen Stakeholder*innen in den regionalen Ökosystemen innerhalb einer gemeinsamen Innovationsdrehscheibe einzubinden und zu vernetzen. Sie bieten die Möglichkeit, lokale Herausforderungen und Lücken zu ermitteln und bilden die Grundlage für die Zusammenarbeit innerhalb der jeweiligen regionalen Innovationsökosysteme.

Organisation des jährlichen Fotowettbewerbs

Organisation des jährlichen Fotowettbewerbs. Ziel dieses Wettbewerbs ist es, Studierende in die Allianz einzubinden, indem ihnen die Möglichkeit gegeben wird, sich kreativ mit Themen wie Nachhaltigkeit, Inklusion, europäische Identität, regionale Identität, kulturelles Erbe, soziale und technische Innovation sowie europäische und internationale Zusammenarbeit auseinanderzusetzen.

7.2 Jahre 2 – 3

In den Jahren 2 und 3 liegt der Fokus auf der Ausweitung des Stakeholder*innen-Engagements, der Präsentation von Zwischenergebnissen und der Vertiefung der Zusammenarbeit durch thematische Seminare, Initiativen von Studierenden und Lehrenden sowie interregionale Workshops.

Veröffentlichung von Zwischenergebnissen in Newslettern und Medien

Während des zweiten und dritten Jahres werden wir regelmäßig Newsletter und Medienberichte veröffentlichen, um die Stakeholder*innen über den Projektfortschritt zu informieren. Dies umfasst wichtige Ergebnisse, Aktivitäten, Veranstaltungen und Projekterfolge und gewährleistet die kontinuierliche Sichtbarkeit.

Durchführung von Stakeholder*innen-Workshops und thematischen Seminaren

Es wird eine Reihe von Workshops und thematischen Seminaren organisiert, um den Wissensaustausch zu fördern, Best Practices zu teilen und Stakeholder*innen in Diskussionen zu spezifischen Themen im Zusammenhang mit den Projektzielen einzubinden. Diese Veranstaltungen dienen auch als Plattform für Feedback und die Abstimmung der Aktivitäten auf die Bedürfnisse der Stakeholder*innen.

Initiierung von Programmen zur Einbindung von Studierenden und Lehrenden

Die Einbindung von Studierenden und Lehrenden hat im zweiten und dritten Jahr Priorität. Wir werden Programme entwickeln, um beide Gruppen durch





Kooperationsprojekte, akademische Aktivitäten, Praktika und Workshops in das Projekt einzubinden und so die Verbindung zwischen unseren Universitäten und der europäischen Gemeinschaft zu stärken.

Organisation des 2. BAUHAUS4EU-Forums in Katowice, Polen

Das zweite BAUHAUS4EU-Forum (Meilenstein 26, Fälligkeitstermin: Juli 2026) findet an der University of Economics in Katowice (UEKAT), Polen, statt. Das Forum bietet Gelegenheit, Fortschritte zu überprüfen, Ideen auszutauschen und die Diskussion über die spezifischen Herausforderungen im europäischen Bildungswesen zu fördern.

Organisation des 3. BAUHAUS4EU-Forums in Amiens, Frankreich

Das dritte BAUHAUS4EU-Forum (Meilenstein 27, Fälligkeitstermin: Juli 2027) findet an der Université de Picardie Jules Verne (UPJV) in Amiens, Frankreich, statt. Im Mittelpunkt des Forums stehen die Auswertung der bisherigen Ergebnisse, die Förderung der Zusammenarbeit zwischen den Universitäten und die Weiterentwicklung der Strategien für die finale Projektphase.

Organisation interregionaler Workshops für assoziierte Partner*innen

Einmal jährlich organisieren ausgewählte Partneruniversitäten interregionale Workshops, die assoziierte Partner*innen und weitere Akteur*innen aus den jeweiligen Regionen zusammenbringen. Diese Workshops bieten eine Plattform für den kontinuierlichen interregionalen Austausch von Wissen, Ressourcen und Expertise. Ziel ist die Förderung von Talenten, der Austausch bewährter Verfahren und die Schaffung von Möglichkeiten für die regionenübergreifende Zusammenarbeit.

Organisation des jährlichen Fotowettbewerbs

Ziel dieses Wettbewerbs ist es, Studierende in das Netzwerk einzubinden, indem ihnen die Möglichkeit gegeben wird, sich kreativ mit Themen wie Nachhaltigkeit, Inklusion, europäischer und regionaler Identität, kulturellem Erbe, sozialer und technischer Innovation sowie europäischer und internationaler Zusammenarbeit auseinanderzusetzen.

7.3 Jahr 4

Im vierten Jahr liegt der Fokus auf der Konsolidierung der Erfolge der Allianz. Dazu werden ein umfassender Wirkungsbericht veröffentlicht und alle Projektergebnisse archiviert. Das abschließende BAUHAUS4EU-Forum präsentiert die wichtigsten Ergebnisse und zukünftige Entwicklungen.

Veröffentlichung eines umfassenden Wirkungsberichts

Es wird ein detaillierter Wirkungsbericht erstellt, der die Erfolge, Ergebnisse und langfristigen Auswirkungen der BAUHAUS4EU-Allianz zusammenfasst. Dieser Bericht ist öffentlich zugänglich und dient als Ressource für zukünftige Projekte im Bereich der europäischen Hochschulbildung.





Archivierung der Ergebnisse und Online-Zugänglichkeit

Alle Projektergebnisse, einschließlich wissenschaftlicher Artikel, Publikationen, Veranstaltungsaufzeichnungen und anderer Ergebnisse, werden archiviert und auf der Projektwebsite online zugänglich gemacht. Dadurch wird sichergestellt, dass das im Projekt generierte Wissen der Öffentlichkeit und weiteren Projekten zur Verfügung steht.

Organisation interregionaler Workshops für assoziierte Partner*innen

Einmal jährlich organisieren ausgewählte Partneruniversitäten interregionale Workshops, die assoziierte Partner*innen und weitere Akteur*innen aus den jeweiligen Regionen zusammenbringen. Diese Workshops bieten eine Plattform für den kontinuierlichen interregionalen Austausch von Wissen, Ressourcen und Expertise. Ziel ist die Förderung von Talenten, der Austausch bewährter Verfahren und die Schaffung von Möglichkeiten für die regionenübergreifende Zusammenarbeit.

Organisation des jährlichen Fotowettbewerbs

Der jährliche Fotowettbewerb soll Studierende in die Allianz einbinden und ihnen die Möglichkeit geben, sich kreativ mit Themen wie Nachhaltigkeit, Inklusion, europäischer und regionaler Identität, kulturellem Erbe, sozialer und technischer Innovation sowie europäischer und internationaler Zusammenarbeit auseinanderzusetzen.

Organisation des 4. BAUHAUS4EU-Forums in Thessaloniki, Griechenland

Das vierte und letzte BAUHAUS4EU-Forum (Meilenstein 28, Fälligkeitstermin: Juli 2028) findet an der University of Macedonia (UOM) in Thessaloniki, Griechenland, statt. Im Rahmen dieser Veranstaltung präsentieren wir die Ergebnisse und Auswirkungen des Projekts, darunter wichtige Erkenntnisse, gewonnene Erfahrungen und Empfehlungen für die Zukunft. Die zentralen Projektergebnisse werden einem internationalen Publikum vorgestellt, darunter Partner*innen und Stakeholder*innen auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene. Diese Veranstaltung bietet daher die Gelegenheit, über die Erfolge und Grenzen des Projekts nachzudenken, das Vermächtnis von BAUHAUS4EU zu diskutieren und mögliche zukünftige Schritte zur Fortsetzung der Arbeit im europäischen Hochschulsektor zu skizzieren.



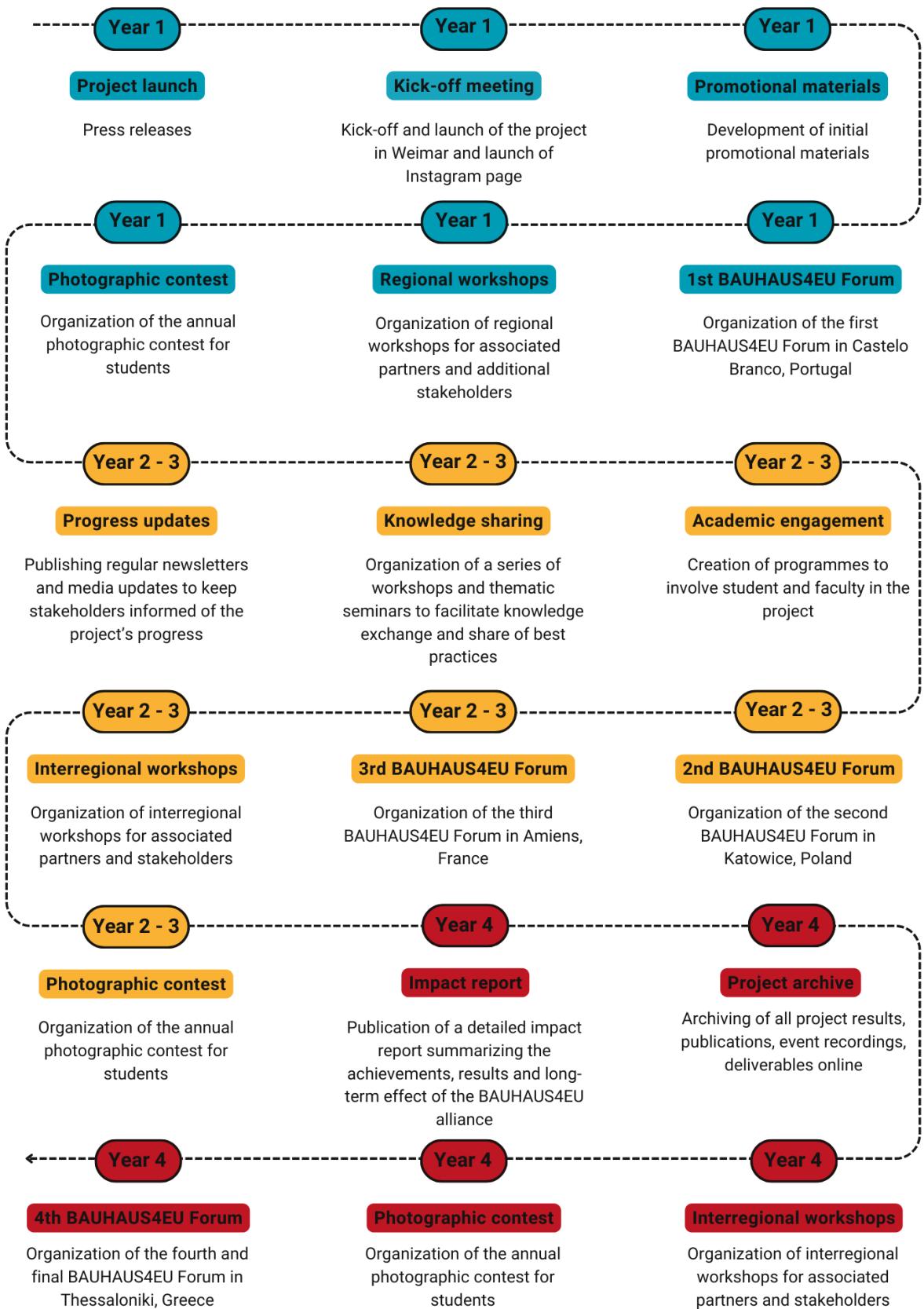


Abb. 5: Zeitlicher Ablauf und wichtige Meilensteine der EU-Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten von BAUHAUS





8 MONITORING UND EVALUATION

Um die Effektivität und Wirkung der Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsaktivitäten von BAUHAUS4EU sicherzustellen, wird ein umfassendes Monitoring- und Evaluierungsverfahren eingeführt. Dieses System erfasst quantitative und qualitative Daten, um den Erfolg der verschiedenen Initiativen zu messen, Verbesserungspotenziale zu identifizieren und die Übereinstimmung mit den Projektzielen zu gewährleisten. Alle Daten werden im Abschlussbericht zur Evaluierung der Kommunikations-, Verbreitungs- und Öffentlichkeitsarbeit (D 11.3) im Dezember 2028 dokumentiert. Darüber hinaus fließen die erhobenen Daten auch in die jährlichen Fortschrittsberichte ein – einer pro Jahr, jeweils im November eingereicht –, die die gesamte Projektlaufzeit bis 2028 abdecken (D 1.4, D 1.5, D 1.6 und D 1.7).

8.1 Kennzahlen

Im Abschnitt „Kennzahlen“ werden die wichtigsten Indikatoren zur Bewertung der Leistung und Wirkung der Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten von BAUHAUS4EU vorgestellt. Durch die Analyse des Website-Traffics, des Social-Media-Engagements, der Veranstaltungsteilnahme und der Veröffentlichungsleistung sammelt die Allianz wertvolle Daten, um strategische Anpassungen vorzunehmen und die Effektivität ihrer Verbreitung zu verbessern.

Website-Analyse

Die Analyse des Website-Traffics hilft uns zu verstehen, wie gut unsere Online-Inhalte die Zielgruppe erreichen und einbinden. Zu den wichtigsten Indikatoren gehören die Anzahl der Aktualisierungen, die Anzahl der Besuche, die Seitenaufrufe und die durchschnittliche Besuchsdauer. Diese Daten helfen uns, die beliebtesten Themen und Dokumente unserer Zielgruppe zu ermitteln und so die zukünftige Content-Erstellung zu optimieren und unsere Online-Strategien zu verbessern.

Social-Media-Engagement

Soziale Medien sind unerlässlich für die Einbindung der Community. Indikatoren wie Likes, Shares, Kommentare und die allgemeine Interaktionsrate werden erfasst, um die Effektivität von Social-Media-Kampagnen zu bewerten. Diese Indikatoren liefern außerdem Daten zum Grad der Interaktion mit der Öffentlichkeit, zur Verbreitung der Botschaften der Allianz und zum Wachstum der Online-Community.

Veranstaltungsteilnahme und Feedback

Der Erfolg von Veranstaltungen wie Webinaren, Tagen der offenen Tür und Konferenzen wird anhand der Teilnahmequoten, der demografischen Daten der Teilnehmenden und des Engagements gemessen. Feedback nach der Veranstaltung,





erhoben durch Umfragen und Interviews, liefert qualitative Informationen zu den Erfahrungen der Teilnehmenden, der Relevanz der präsentierten Inhalte und zu Verbesserungspotenzialen in der Veranstaltungsorganisation. Dieses Feedback dient der Planung zukünftiger Veranstaltungen und der Optimierung der Gesamtstrategie.

Anzahl der Veröffentlichungen

Die Wirkung der Öffentlichkeitsarbeit von BAUHAUS4EU wird anhand der Anzahl von Veröffentlichungen, Artikeln, Berichten, Newslettern, Broschüren und anderen Dokumenten mit Bezug zur Allianz gemessen. Diese Publikationen – sowohl über die Allianz als auch von ihr selbst – ermöglichen es uns, ihre Sichtbarkeit und ihren Einfluss zu bewerten. Die Daten werden zudem genutzt, um neue Trends und Erfolgsgeschichten zu identifizieren.

Anzahl der Veranstaltungen

Die Häufigkeit und der Umfang der im Rahmen des Projekts organisierten Veranstaltungen werden erfasst, um eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit zu gewährleisten. Dazu gehören wissenschaftliche Konferenzen, politische Dialogveranstaltungen, Workshops und Veranstaltungen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit. Die Anzahl der organisierten Veranstaltungen spiegelt das aktive Engagement der Allianz mit verschiedenen Interessengruppen und ihr Bestreben wider, Kommunikation und Zusammenarbeit zu fördern.

8.2 Evaluierungsinstrumente

Der Abschnitt Evaluierungsinstrumente beschreibt die qualitativen Methoden zur Verbesserung des messbasierten Monitorings, darunter Umfragen, Fokusgruppen und regelmäßige Überprüfungen. Diese Instrumente liefern detailliertes Feedback von den Stakeholder*innen und gewährleisten so, dass die Kommunikationsmaßnahmen relevant, effektiv und im Einklang mit den Projektzielen bleiben.

Umfragen und Fragebögen für Stakeholder*innen

Jährlich werden Umfragen an wichtige Stakeholder*innen, darunter Studierende, wissenschaftliches und administratives Personal, externe Partner*innen und lokale Behörden, verteilt, um Feedback zur Relevanz und Qualität der Kommunikationsmaterialien und -aktivitäten zu erhalten.

Diese Umfragen dienen der Bewertung, ob die geplanten Botschaften von den verschiedenen Zielgruppen effektiv kommuniziert und verstanden werden.

Fokusgruppen

Jährlich finden Fokusgruppen mit ausgewählten Stakeholder*innen statt, um detaillierte qualitative Informationen zu sammeln. Diese Diskussionen ermöglichen es dem Team, Wahrnehmungen, Bedenken und Vorschläge zur





Kommunikationsstrategie der Allianz zu erörtern und so ein differenziertes Verständnis der öffentlichen Bedürfnisse und Erwartungen zu gewinnen.

Regelmäßige Überprüfung des Fortschritts im Hinblick auf die Kommunikationsziele

Ein Überprüfungsprozess wird implementiert, um den Fortschritt der Kommunikationsaktivitäten im Hinblick auf die Projektziele zu messen. Diese Überprüfungen umfassen die Bewertung laufender Kampagnen und Veranstaltungen. Die Medien- und Kommunikationspläne werden regelmäßig auf Basis der Ergebnisse aktualisiert und angepasst. Dieser Prozess gewährleistet kontinuierliche Verbesserungen und die Anpassungsfähigkeit an neue Trends und Herausforderungen.

Durch die Kombination dieser Maßnahmen mit gezielten Evaluierungsinstrumenten kann BAUHAUS4EU nicht nur Fortschritte verfolgen, sondern auch wertvolles Feedback zur Verbesserung zukünftiger Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsaktivitäten erhalten.

8.3 Berichterstattung über Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten

Die Berichterstattung über Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten ist integraler Bestandteil des Monitoring- und Evaluierungsrahmens des Projekts. Sie erfolgt über das System für das Zuwendungsmanagement (SyGMA) auf dem EU-Portal für Fördermittel und Ausschreibungen und ermöglicht die systematische Dokumentation aller relevanten Maßnahmen und Ergebnisse während des gesamten Projektlebenszyklus. Dieser Prozess bietet der Europäischen Kommission Echtzeitzugriff auf aktuelle Informationen, fördert die Transparenz und reduziert den Verwaltungsaufwand bei regelmäßigen Überprüfungen.

Die Projektkoordinator*innen tragen die Gesamtverantwortung für die Richtigkeit und Vollständigkeit dieser Berichterstattung. Um Konsistenz zu gewährleisten, muss jeder Allianzpartner zeitnah Informationen zu seinen Aktivitäten sammeln und bereitstellen, unterstützt durch relevante Metadaten und Dokumentationen. Diese Zusammenarbeit ermöglicht eine präzise Berichterstattung, erleichtert das Monitoring auf EU-Ebene und stellt sicher, dass alle Kommunikations- und Verbreitungsmaßnahmen nachvollziehbar bleiben.





Zwei Kategorien von Aktivitäten müssen systematisch dokumentiert werden:

Verbreitungsaktivitäten

Verbreitungsaktivitäten bezeichnen die gezielte Weitergabe von Projektergebnissen, Erkenntnissen und Outputs an spezifische Zielgruppen, die davon profitieren oder darauf aufbauen können. Zu diesen Zielgruppen gehören typischerweise Wissenschaftler*innen, politische Entscheidungsträger*innen sowie regionale und institutionelle Akteur*innen. Ziel ist es, die Nutzung, die Verbreitung und die langfristige Wirkung der Projektergebnisse und -ergebnisse zu maximieren. Die Verbreitung kann beispielsweise erfolgen durch:

- Wissenschaftliche Publikationen, Konferenzbeiträge, Policy Briefs
- Webinare oder Workshops für Expert*innenkreise
- Regionale und interregionale Workshops von BAUHAUS4EU
- Hochladen von Ergebnissen oder Tools in öffentliche Repositorien
- Beiträge zur Standardisierung oder zu politischen Dialogen.

Alle Verbreitungsaktivitäten werden systematisch dokumentiert und berichtet, um Transparenz, Nachvollziehbarkeit und die Möglichkeit zur Bewertung ihrer Reichweite und Wirkung innerhalb und außerhalb der Allianz zu gewährleisten.

Kommunikationsaktivitäten

Die Kommunikationsaktivitäten zielen darauf ab, das Bewusstsein für das Projekt als Ganzes, seine Ziele, Relevanz und gesellschaftliche Wirkung zu schärfen. Diese Aktivitäten richten sich an eine breite Öffentlichkeit, Medien und andere nicht-spezialisierte Zielgruppen – wo immer möglich im Dialog. Kommunikation trägt dazu bei, dass das Projekt sichtbar und nachvollziehbar ist und mit breiteren gesellschaftlichen Herausforderungen verknüpft wird. Beispiele hierfür sind:

- BAUHAUS4EU Forum
- Projektwebseiten und Newsletter
- Pressemitteilungen und Social-Media-Kampagnen
- Werbevideos und Infografiken
- Öffentliche Veranstaltungen oder Ausstellungen

Alle Kommunikationsaktivitäten werden systematisch dokumentiert und berichtet, um Transparenz, Nachvollziehbarkeit und die Möglichkeit zur Bewertung ihrer Reichweite und Wirkung innerhalb und außerhalb der Allianz zu gewährleisten.





9 KONTINUITÄT UND NACHHALTIGE NUTZUNG

Um den langfristigen Erfolg und die Nachhaltigkeit von BAUHAUS4EU über die Anfangsphase des Projekts hinaus zu gewährleisten, werden Strategien umgesetzt, die auf Kontinuität auf institutioneller und finanzieller Ebene aufbauen. Governance-Strukturen und Kooperationsmechanismen werden beibehalten und gestärkt, während die Finanzierung durch Mitgliedsbeiträge, regionale und nationale Unterstützung sowie die Teilnahme an europäischen und internationalen Programmen diversifiziert wird. Diese Maßnahmen sichern die Nachhaltigkeit der Allianz und ermöglichen es ihr, auch nach der anfänglichen Projektlaufzeit weiterhin Wirkung zu erzielen.

9.1 Kontinuität auf institutioneller Ebene

Dieser Abschnitt beschreibt die strukturierte Aufgabenverteilung, die für den langfristigen Erfolg und die Nachhaltigkeit der Allianz BAUHAUS4EU notwendig ist. Wichtige Rollen und Gremien werden definiert, um die Ausrichtung auf die strategischen Ziele zu gewährleisten, eine effektive Umsetzung sicherzustellen und die Zusammenarbeit auf allen Projektebenen zu fördern. Darüber hinaus unterstützt ein Evaluierungsausschuss die Entwicklung, Pflege und Evaluierung der Projektinitiativen.

Aufgabenverteilung

Eine klare und eindeutige Aufgabenverteilung auf institutioneller Ebene ist unerlässlich, um Kontinuität zu gewährleisten und sicherzustellen, dass die Ziele von BAUHAUS4EU langfristig erreicht werden. Folgende Schlüsselrollen wurden eingerichtet:

- Der Präsidentenrat (Presidents' Council): Der Präsidentenrat ist verantwortlich für die strategischen Entscheidungen, die die langfristige Ausrichtung und die Ziele des Projekts bestimmen. Er fungiert als oberstes Entscheidungsgremium und stellt sicher, dass die Gesamtvision und -mission der Initiative mit den Projektzielen übereinstimmen. Er wird vom Beirat beraten und unterstützt.
- Der Lenkungsausschuss (Steering Committee): Der Lenkungsausschuss bildet die Schnittstelle zwischen strategischen Entscheidungen und deren Umsetzung. Er ist verantwortlich für die Planung der strategischen Entwicklung des Projekts und die Umsetzung der Beschlüsse des Präsidentenrats in konkrete Maßnahmen. Der Ausschuss legt Prioritäten fest, gewährleistet die erfolgreiche Umsetzung der vom Präsidentenrat definierten Vision und überwacht den Fortschritt laufender Aktivitäten, um deren Übereinstimmung mit der strategischen Ausrichtung sicherzustellen.





- Das Managementteam: Das vom Generalsekretär geleitete Managementteam koordiniert die strategische Entscheidungsfindung im Lenkungsausschuss und die operative Projektdurchführung. Es ist für die praktische Umsetzung der strategischen Pläne verantwortlich und stellt sicher, dass alle Aufgaben und Aktivitäten effektiv und effizient durchgeführt werden. Das Managementteam berichtet dem Lenkungsausschuss regelmäßig über den Projektfortschritt, identifiziert Herausforderungen und schlägt Lösungen vor, um die Zielerreichung des Projekts zu gewährleisten.
- Arbeitsgruppen (Work Packages): Die Arbeitsgruppen bestehen aus spezifischen Projektteams, die für die Durchführung einzelner Arbeitspakete im Rahmen des Gesamtprojekts verantwortlich sind. Jede Gruppe konzentriert sich auf einen bestimmten Projektbereich, von der Kommunikation und der Entwicklung gemeinsamer Studiengänge bis hin zu Weiterbildungsangeboten und der Bereitstellung reibungsloser Mobilitätsverfahren. Die Arbeitsgruppen arbeiten eng mit dem Managementteam zusammen, um sicherzustellen, dass die Ziele ihres Arbeitspakets mit den Zielen und Fristen des Gesamtprojekts übereinstimmen. Sie sind für die Durchführung der Aufgaben, die Erzielung der erwarteten Ergebnisse und die Einhaltung der vordefinierten Meilensteine verantwortlich.
- Der Studierendenrat (Student Council): Der Studierendenrat setzt sich aus Vertreter*innen jeder Partneruniversität zusammen (jeweils ein*e Bachelor- und ein Masterstudent*in). Sie diskutieren und bearbeiten studentische Anliegen im Zusammenhang mit dem Projekt und der Allianz.
- Der Doktorandenrat (PhD Council): Der Doktorandenrat setzt sich aus Vertreter*innen jeder Partneruniversität zusammen. Er vertritt die Interessen der Doktorand*innen innerhalb der BAUHAUS4EU-Allianz.
- Der Akademische Rat (Academic Council): Der Akademische Rat besteht aus Mitgliedern des wissenschaftlichen Personals. Er berät strategisch bei der Entwicklung gemeinsamer Lehrformate und -möglichkeiten für das wissenschaftliche Personal sowie in akademischen Fragen der Allianz.
- Der Verwaltungsrat (Administrative Council): Der Verwaltungsrat besteht aus Mitgliedern der Verwaltung. Er berät bei der Entwicklung von Möglichkeiten für das Verwaltungspersonal und wirkt an gemeinsamen Verwaltungsabläufen und -aktivitäten innerhalb der Allianz mit.
- Der/Die Beauftragte für Diversität (Diversity Officer): Der/Die Beauftragte für Diversität wird vom Lenkungsausschuss ernannt und spielt eine Schlüsselrolle





dabei, sicherzustellen, dass Diversität, Inklusion und Gleichstellung integraler Bestandteil der Arbeit und der Initiativen der Allianz sind.

- Der/Die Beauftragte für Nachhaltigkeit (Sustainability Officer): Der/Die Beauftragte für Nachhaltigkeit wird vom Lenkungsausschuss ernannt und konzentriert sich auf die Förderung von Initiativen zur nachhaltigen Entwicklung innerhalb der Allianz.
- Der/Die Forschungsbeauftragte (Research Officer): Der/Die Forschungsbeauftragte wird vom Lenkungsausschuss ernannt und unterstützt die Allianz durch die Förderung internationaler Forschungsprojekte.
- Der Regionalrat (Regional Council): Der Regionalrat umfasst Vertreter*innen der assoziierten Partner*innen, Kommunen, Nichtregierungsorganisationen und anderer zivilgesellschaftlicher Akteur*innen, die in der Region aktiv sind. Der Rat trägt zur Strategieentwicklung bei und berät die Allianz in ihrer Arbeit.
- Der Beirat (Advisory Council): Der Beirat unterstützt den Präsidentenrat bei der Entwicklung von Strategien und Entscheidungsprozessen.

Zusammen bilden diese klar definierten Rollen eine kohärente Führungsstruktur, die die strategische Ausrichtung, die effektive Umsetzung und die langfristige Kontinuität der Ziele von BAUHAUS4EU gewährleistet.

Kommunikationsteam

Das Kommunikationsteam (Arbeitsgruppe 11) ist für die Überwachung der laufenden Wirksamkeit der Kommunikationsmaßnahmen und die Bewertung ihrer Auswirkungen verantwortlich. Es besteht aus je einem Kommunikationsbeauftragten der Partneruniversitäten und betreut folgende Bereiche:

- Überwachung der Beteiligungs- und Teilnahmequoten: Das Kommunikationsteam überprüft regelmäßig wichtige Leistungsindikatoren (KPIs) wie die Beteiligung der Teilnehmenden, die Öffentlichkeitsarbeit und den Erfolg der Kommunikationsmaßnahmen innerhalb der Allianz.
- Bewertung der Netzwerkeffizienz: Das Kommunikationsteam bewertet die Effektivität der Kommunikations-, Verbreitungs- und Kooperationsnetzwerke. Es stellt sicher, dass die Kommunikationsmaßnahmen die Zielgruppe erreichen und alle relevanten Akteur*innen, darunter Studierende, wissenschaftliches und administratives Personal, Partner*innen und lokale Behörden, sinnvoll einbezogen werden. Das Team gewährleistet eine reibungslose und konsistente Kommunikation über alle Kanäle hinweg.





- Empfehlungen: Auf Grundlage seiner Bewertung gibt das Kommunikationsteam Empfehlungen zur Verbesserung der Maßnahmen, z. B. zur Steigerung der Beteiligungsquoten, zur Optimierung der Kommunikationsstrategien oder zur Entwicklung von Kooperationen. Diese Empfehlungen werden dem Lenkungsausschuss zur Prüfung und Entscheidung vorgelegt.

Durch diese Aufgaben trägt das Kommunikationsteam maßgeblich dazu bei, dass die Kommunikation von BAUHAUS4EU kohärent, wirkungsvoll und kontinuierlich auf die strategischen Ziele der Allianz abgestimmt bleibt.

9.2 Finanzielle Kontinuität

Die langfristige finanzielle Nachhaltigkeit von BAUHAUS4EU ist unerlässlich, um die Wirkung aufrechtzuerhalten und die Aktivitäten über die Laufzeit der anfänglichen Förderung hinaus auszuweiten. Zu diesem Zweck wird eine umfassende Finanzstrategie umgesetzt, die zusätzliche Mittel aus verschiedenen Quellen vorsieht. Diese Mittel ermöglichen es der Allianz, ihre Aktivitäten fortzusetzen, gemeinsame Programme zu entwickeln und ihre Reichweite und ihren Einfluss zu vergrößern. Der Plan zur finanziellen Nachhaltigkeit konzentriert sich auf folgende Schlüsselstrategien:

Nutzung der Unterstützung durch regionale, lokale und nationale Regierungen

Regionale, lokale und nationale Regierungen können wichtige Partner*innen bei der Sicherung zusätzlicher Mittel für BAUHAUS4EU sein. Viele staatliche Stellen bieten Zuschüsse und Förderprogramme an, die Kooperationsprojekte in den Bereichen Innovation, Bildung und Regionalentwicklung unterstützen. Um die finanzielle Nachhaltigkeit zu gewährleisten, wird BAUHAUS4EU:

- **Zusammenarbeit mit regionalen Behörden:** Durch die Abstimmung der Projektziele auf regionale Entwicklungsstrategien kann BAUHAUS4EU Mittel erhalten, die das lokale Wirtschaftswachstum, Innovationen und die Entwicklung der Hochschulbildung fördern. Dies umfasst die Zusammenarbeit mit Kommunen, regionalen Bildungsbehörden sowie akademischen und Innovationsförderern.
- **Beantragung von Fördermitteln bei Kommunen:** Viele Kommunen verfügen über Förderprogramme für grenzüberschreitende Bildungsprojekte, Technologietransfer und Innovationskooperationen. BAUHAUS4EU wird entsprechende Fördermittel recherchieren und beantragen, um die Fortsetzung der Projektarbeit in Partnerschaft mit lokalen Akteur*innenn zu gewährleisten.
- **Stärkung der politischen Interessenvertretung:** Der Aufbau von Beziehungen zu regionalen und lokalen Entscheidungsträger*innen unterstützt BAUHAUS4EU bei der Einwerbung finanzieller Mittel. Dies kann die Präsentation der Projektergebnisse und den Nachweis der Auswirkungen auf





die regionale Wirtschaftsentwicklung, soziale Innovation und Bildungsqualität umfassen – Bereiche, die häufig zentrale Prioritäten von Kommunen darstellen.

- **Nutzung nationaler Förderprogramme:** Zusätzlich zu regionalen und lokalen Fördermitteln sucht BAUHAUS4EU aktiv nach Möglichkeiten im Rahmen nationaler Förderprogramme. Diese Programme bieten erhebliche finanzielle Unterstützung für groß angelegte Projekte, die Teil nationaler Innovations-, Bildungs- und Nachhaltigkeitsstrategien sind. Durch die Zusammenarbeit mit nationalen Förderinstitutionen kann BAUHAUS4EU eine breitere Unterstützung und den Zugang zu Ressourcen sichern, die regionale Bemühungen ergänzen.

Durch die strategische Zusammenarbeit mit regionalen, lokalen und nationalen Regierungen sichert sich BAUHAUS4EU nicht nur vielfältige Fördermöglichkeiten, sondern stärkt auch seine Rolle als Katalysator für Innovation, Bildung und nachhaltige Entwicklung auf verschiedenen Ebenen.

Partnerschaften zwischen Wirtschaft und Wissenschaft

Partnerschaften zwischen Wirtschaft und Wissenschaft können erhebliche finanzielle Ressourcen bereitstellen und gleichzeitig die Relevanz und die tatsächliche Wirkung der Aktivitäten von BAUHAUS4EU stärken. Um die kontinuierliche Finanzierung zu gewährleisten, wird BAUHAUS4EU:

- **Strategische Partnerschaften mit der Industrie eingehen:** Durch die Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen in Schlüsselbranchen kann BAUHAUS4EU langfristige Fördervereinbarungen abschließen, die Innovationen, gemeinsame Bildungsprogramme und akademische Aktivitäten unterstützen.
- **Unternehmenssponsoring für akademische Projekte einrichten:** Unternehmen können akademische Projekte, Konferenzen und Workshops von BAUHAUS4EU sponsern. Im Gegenzug erhalten sie Zugang zu Möglichkeiten der Talentakquise und zur Beteiligung an der Entwicklung neuer Innovationen, die ihren Unternehmensinteressen entsprechen.
- **Private Partnerschaften und Förderung:** BAUHAUS4EU kann auch private Partnerschaften und Förderungen anstreben, um Unternehmen oder Stiftungen die Möglichkeit zu geben, Initiativen der Allianz oder spezifische Veranstaltungen finanziell zu unterstützen. Diese Partnerschaften bieten Unterstützer*innen mehr Sichtbarkeit, Networking-Möglichkeiten und die Chance, sich mit innovativen Projekten mit sozialer Wirkung zu verbinden und gleichzeitig ihr Engagement für Innovation und Fortschritt zu bekräftigen.





Europäische und internationale Fördermöglichkeiten

BAUHAUS4EU wird aktiv nach Fördermöglichkeiten auf europäischer und internationaler Ebene suchen, um die Aktivitäten zu unterstützen und die finanzielle Nachhaltigkeit zu gewährleisten. Diese Fördermöglichkeiten umfassen:

- **Weitere europäische Förderprogramme:** BAUHAUS4EU wird sich um Mittel aus anderen europäischen Programmen bewerben. Insbesondere um Fördermöglichkeiten der NEB-Initiative, der Union of Skills, Interreg Europe, Erasmus+ und MCSA. Diese können die Fortführung der Aktivitäten der Allianz finanziell maßgeblich unterstützen.
- **Internationale akademische Partnerschaften:** BAUHAUS4EU wird Möglichkeiten der internationalen Förderung durch globale Programme wie die UNESCO, die Weltbank und private Stiftungen ausloten. Diese Organisationen fördern Projekte, die internationale Zusammenarbeit, nachhaltige Entwicklung und Innovation im Bildungsbereich vorantreiben.
- **Zuschüsse von privaten und gemeinnützigen Stiftungen:** Verschiedene internationale und nationale Stiftungen bieten Zuschüsse für akademische Aktivitäten und Bildungsinitiativen an. BAUHAUS4EU kann mit solchen Stiftungen zusammenarbeiten, um Mittel für spezifische akademische Aktivitäten oder Bildungsprojekte zu erhalten, die mit der Mission und Vision der Allianz übereinstimmen.

Mitgliedsbeiträge von bestehenden und neuen Partner*innen

Um die finanzielle Nachhaltigkeit der Allianz zu gewährleisten, beabsichtigt BAUHAUS4EU, jährliche Mitgliedsbeiträge für bestehende und neue Partner*innen einzuführen. Diese Beiträge stellen eine regelmäßige Finanzierungsquelle zur Unterstützung der laufenden Aktivitäten der Allianz dar. Sie stärken zudem das Engagement der Partner*innen und gewinnen neue Mitglieder, die die Werte und Ziele der Allianz teilen.





10 INSTITUTIONSSPEZIFISCHE KOMMUNIKATIONSKANÄLE

Um die effektive Umsetzung der BAUHAUS4EU-Kommunikationsstrategie in den verschiedenen lokalen Kontexten unserer Partnerhochschulen zu gewährleisten, passt jede Partnerhochschule die übergeordneten Ziele des Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsplans an ihre institutionellen Bedürfnisse und Zielgruppen an. Jede Hochschule nutzt zudem ihre eigenen Kommunikationskanäle und -instrumente, um BAUHAUS4EU-bezogene Informationen innerhalb ihres etablierten institutionellen Rahmens zu verbreiten.

In den folgenden Abschnitten werden die spezifischen Kommunikationsinstrumente und -aktivitäten beschrieben, die jeder Partner einsetzen wird, um das Engagement zu fördern, die Sichtbarkeit zu erhöhen und die langfristige Wirkung der BAUHAUS4EU-Initiativen in seinen jeweiligen Institutionen zu unterstützen.





10.1 Blekinge University of Technology (Blekinge Tekniska Högskola) – BTH

Die Blekinge University of Technology (BTH) zeichnet sich durch ihr Engagement für die Digitalisierung der Gesellschaft und nachhaltige Entwicklung aus. Ihre Mission ist es, durch Hochschulbildung, Forschung und Innovation zu einer nachhaltigeren Gesellschaft beizutragen. Die BTH bietet studierendenzentrierte, forschungsorientierte Studiengänge für nationale und internationale Studierende sowie berufsbezogene Studiengänge, die sich an den zukünftigen Bedürfnissen und Herausforderungen der Gesellschaft orientieren.

Um ihre Ziele zu erreichen, arbeitet die BTH eng mit Wirtschaft und Gesellschaft zusammen und strebt dabei nach höchster Qualität. In Bereichen wie Softwareentwicklung und nachhaltiger Entwicklung genießt die Hochschule bereits Weltklasse-Status. Die BTH unterhält Partnerschaften mit Universitäten weltweit und bietet ein internationales Umfeld, das den Aufbau von Kontakten und Netzwerken fördert.

Als technische Hochschule hat die BTH große Möglichkeiten, zur gesellschaftlichen Transformation im Bereich Nachhaltigkeit beizutragen und sich an den Zielen der BAUHAUS4EU-Allianz zu orientieren. Die BTH spielt eine Schlüsselrolle bei der Gestaltung der Zukunft von Hochschulbildung und Forschung in Schweden und Europa.

Kommunikationskanäle und -instrumente der BTH

- Interne Kommunikation:
 - Interne Kommunikationsplattform
 - Frühstückstreffen des Rektors für Mitarbeitende (alle zwei Monate)
 - Veranstaltungen und Workshops: Webinare, Gesprächsrunden und Konferenzen
 - Bildschirme auf dem Campus: Informationen für Mitarbeitende und Studierende
 - Printmaterialien: Broschüren, Berichte und Poster
- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen:





- Projektwebsite: Zentrale Anlaufstelle für Aktualisierungen, Ressourcen und Ergebnisse.
- Neuigkeiten auf der BTH-Website.
- Social-Media-Plattformen (LinkedIn, Instagram): Veranstaltungen, Erfahrungsberichte und Beiträge von Mitarbeitenden der Hochschulen der Allianz über ihre persönlichen Accounts.
- E-Newsletter: Gezielte Updates für externe Stakeholder*innen.
- Medienarbeit:
 - Pressemitteilungen zu wichtigen Meilensteinen oder allgemeinen Informationen
- Veranstaltungen:
 - Workshops und Seminare für Studierende und Mitarbeitende.
 - Foren zum Austausch mit lokalen Behörden über die Ergebnisse.
 - Jährliche Konferenzen zum Austausch über Fortschritte und Ergebnisse.





Co-funded by
the European Union



10.2 Bauhaus-Universität Weimar – BUW

Das Bauhaus, die einflussreichste Designschule des 20. Jahrhunderts, wurde 1919 im Hauptgebäude des heutigen Campus der Bauhaus-Universität Weimar gegründet. Namhafte Expert*innen verschiedener Disziplinen und Länder arbeiteten hier gemeinsam mit ihren Studierenden daran, die Bildung zu revolutionieren. Sie prägten die Gestaltung unserer Lebenswelt durch moderne Kunst, Technologie und Wissenschaft nachhaltig. Ihre Werke waren Antworten auf die drängenden Fragen von Kunst, Kultur und Gesellschaft in der Moderne.

Die Umbenennung des Instituts in Bauhaus-Universität Weimar im Jahr 1996 knüpfte an diese Geschichte an. Wir sind eine internationale Universität, die in der einzigartigen Kulturstadt Weimar beheimatet ist. Wir sind eine lebendige Institution, kein Museum. Wir greifen auf dieses wegweisende Paradigma zurück, um zentrale Fragen zu Kunst und Kultur, Technologie, Wissenschaft und Gesellschaft mit modernen Methoden zu beantworten. Dazu gehört auch die kritische Auseinandersetzung mit der Geschichte des Bauhauses und seiner historischen Wirkung, die Teil der widersprüchlichen Geschichte des Fortschritts ist, die vor über 100 Jahren begann.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, haben wir das Profil unserer Universität sorgfältig ausgearbeitet. Es konzentriert sich auf unsere vier Fakultäten: Architektur und Städtebau, Bau- und Umweltingenieurwesen, Kunst und Design sowie Medien. Experimentierfreude und Exzellenz prägen diese Fakultäten, in denen transdisziplinäre Projekte den Schlüssel zu Innovation in Lehre und Forschung bilden.

Kommunikationskanäle und -instrumente der BUW

- Interne Kommunikation:
 - Website: Die Bauhaus-Universität richtet auf ihrer Website einen Bereich „BAUHAUS4EU“ ein, der regelmäßig über Neuigkeiten und Aktivitäten der Allianz informiert.
 - Newsletter: Ein eigener Newsletter zu „BAUHAUS4EU“ erscheint monatlich.
 - Zweimal jährlich lokale Allianztreffen mit allen Beteiligten.
 - Veranstaltungen und Workshops: Organisation von Webinaren, Podiumsdiskussionen, Konferenzen und Ausstellungen.





- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen:
 - Website: Newsroom auf der Website der Bauhaus-Uni, Bauhaus.Journal Online, Blackboard „Pinnwand“
 - Soziale Medien: Nutzung des LinkedIn- und Instagram-Accounts der Bauhaus-Universität Weimar zur Verbreitung institutioneller Informationen zu BAUHAUS4EU, einschließlich Veranstaltungen, Aktivitäten und Meilensteinen des Projekts.
 - Newsletter für Zielgruppen mit spezifischen Updates für externe Stakeholder*innen
 - Traditionelle Medien:
 - Pressemitteilungen: Die Bauhaus-Universität Weimar veröffentlicht Pressemitteilungen zu wichtigen Ereignissen und Meilensteinen mit direktem oder indirektem Bezug zur Region.
 - Presse und Verbände: Die Bauhaus-Universität Weimar arbeitet mit Medienpartner*innenn zusammen, um BAUHAUS4EU auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene zu präsentieren:
 - Print: Thüringer Allgemeine, Thüringer Landeszeitung, Freies Wort, Ostthüringer Zeitung
 - Radio: Radio Lotte, MDR Thüringen, Radio Top 40, Antenne Thüringen, Deutschlandfunk
 - Fernsehen: MDR, ZDF, ARD Kultur
 - Veranstaltungen:
 - Organisation von Workshops und Veranstaltungen zum Thema BAUHAUS4EU für Studierende, wissenschaftliche und administrative Mitarbeitende.
 - Organisation regionaler und überregionaler Veranstaltungen für Partner*innen der Allianz und andere regionale Akteur*innen.
 - Beteiligung von BAUHAUS4EU an bestehenden Veranstaltungen der Bauhaus-Universität Weimar (Summaery, Uni-Informationstag – HIT) sowie auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene, wie z. B. auf Hochschulmessen und der Europäischen Woche der Regionen und Städte.





10.3 Instituto Politécnico de Castelo Branco – IPCB

Das Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) ist eine staatliche Hochschule in der Region Centre-Val de Portugal, die sich stark für regionale Entwicklung, Nachhaltigkeit und Innovation engagiert. Das 1980 gegründete IPCB umfasst sechs Fakultäten – Technologie, Gesundheit, Pädagogik, Kunst, Management und Landwirtschaft – die sich auf die Gemeinden Castelo Branco und Idanha-a-Nova verteilen. Das IPCB bietet ein vielfältiges Studienangebot: höhere berufsqualifizierende Kurse, Bachelor-, Master- und Promotionsstudiengänge. Seine Mission ist die Ausbildung qualifizierter Fachkräfte, die die Verbindung zwischen wissenschaftlichem und technischem Wissen und den Bedürfnissen der Region stärken – im Sinne von Nähe, sozialer Verantwortung und regionalem Zusammenhalt.

Das IPCB zeichnet sich durch seine enge Verflechtung mit dem wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Gefüge der Region aus und trägt aktiv zur Entwicklung des portugiesischen Binnenlandes bei. Es entwickelt angewandte Forschungs- und Innovationsprojekte in Zusammenarbeit mit Unternehmen, lokalen Behörden und zivilgesellschaftlichen Organisationen und fördert so die Modernisierung und die regionale Wettbewerbsfähigkeit. Die Institution fördert zudem Unternehmertum, unterstützt die Gründung neuer Unternehmen und erleichtert den Wissens- und Technologietransfer, wodurch die Rolle der Hochschulen als Motoren der lokalen und regionalen Entwicklung gestärkt wird.

Die internationale Ausrichtung des IPCB hat sich durch die Mobilität von Studierenden und Mitarbeitenden, die Teilnahme an europäischen Netzwerken und Projekten sowie die Aufnahme von Studierenden aus verschiedenen Ländern stetig gefestigt. Dieser Fokus auf Internationalisierung trägt zum Aufbau einer vielfältigen, offenen und globalen akademischen Gemeinschaft bei, bereichert die Lernerfahrung und fördert den interkulturellen Dialog.

Angesichts komplexer Herausforderungen wie demografischem Wandel, Klimawandel und digitaler Transformation positioniert sich das IPCB als aktiver Akteur bei der Bewältigung dieser Probleme durch Bildung, Forschung und gesellschaftliches Engagement. Die Teilnahme an der Allianz BAUHAUS4EU wird diese Bemühungen vertiefen und innovative sowie integrierte Lösungen fördern, die Regionen aufwerten



Co-funded by
the European Union



und die Verbindungen zwischen Hochschulen und lokalen Gemeinschaften in Portugal und ganz Europa stärken.

Kommunikationskanäle und -instrumente des IPCB

- Interne Kommunikation:
 - Website: Das IPCB wird auf seiner Universitätswebsite einen Bereich für BAUHAUS4EU einrichten und regelmäßig interne Newsletter für Lehrende und Studierende veröffentlichen.
 - Kollaborative Plattformen und institutionelle virtuelle Umgebungen.
 - Online- und Präsenztreffen mit verschiedenen Bereichen der akademischen Gemeinschaft.
 - Interner Verteiler für Mitarbeitende, Lehrende und Studierende.
- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen:
 - Die IPCB-Website enthält einen Link zur Website der BAUHAUS4EU-Allianz.
 - Soziale Medien (Instagram, LinkedIn): Teilen von Meilensteinen, Erfahrungsberichten und visuellen Inhalten.
 - Gezielte Newsletter für externe Stakeholder*innen.
 - Werbe- und traditionelle Medien:
 - Pressemitteilungen zu wichtigen Meilensteinen oder allgemeinen Informationen. Werbematerialien: Broschüren, Videos, Infografiken usw.
 - Traditionelle Kommunikation: Pressemitteilungen, Artikel in lokalen und überregionalen Zeitungen.
 - Veranstaltungen:
 - Thematische Workshops.
 - Öffentliche Foren mit lokalen Behörden.
 - BAUHAUS4EU-Forum: Jährliche Fortschritts- und Verbreitungskonferenzen.
 - Tage der offenen Tür und Webinare.





10.4 Università degli Studi di Bergamo – UniBG

Die Universität Bergamo liegt in einer wirtschaftlich und kulturell dynamischen Region mit internationaler Vernetzung und hoher Sichtbarkeit. Bergamo ist eine mittelgroße Stadt in unmittelbarer Nähe zur Weltmetropole Mailand: Daher röhren ihre starke Identität und die engen Verbindungen zu den lokalen Akteur*innen, die sich alle für die Stärkung Bergamos und seiner Region einsetzen.

1968 als Institut für Fremdsprachen und Literatur gegründet, wurde sie 1992 zur staatlichen Universität Bergamo und entwickelte seither enge Synergien mit den lokalen Institutionen und der lokalen Wirtschaft. Heute umfasst die Universität acht Fakultäten, die über die ganze Stadt verteilt sind: den geisteswissenschaftlichen Campus im historischen Zentrum der Oberstadt, den wirtschaftswissenschaftlichen und juristischen Campus in der Unterstadt, den Campus für Ingenieurwissenschaften und technologische Innovation im nahegelegenen Dalmene sowie den Innovationsdistrikt Kilometro Rosso am Stadtrand. Die Universität Bergamo hat sich bewusst dafür entschieden, eine Universität mitten in der Stadt zu sein und eng mit der Region, ihrer Geschichte und Kultur zusammenzuarbeiten. Die Universität Bergamo ist in erster Linie eine Gemeinschaft mit tiefen Verbindungen zu ihrer Stadt und Region. Gleichzeitig engagiert sie sich für den kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Fortschritt der Region und hat in den letzten Jahren ihre Aktivitäten im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Kooperation verstärkt sowie ihre Rolle als Netzwerkzentrum durch den Austausch mit internationalen und lokalen Akteur*innen kontinuierlich ausgebaut.

BAUHAUS4EU wird die Rolle der Universität Bergamo als regionales Zentrum stärken. Die engen lokalen Verbindungen ermöglichen einen nachhaltigen Austausch von Fachwissen und Kompetenzen. Die transnationale Allianz bietet der Universität die Chance, ihre Vorreiterrolle weiterzuentwickeln und ihre Verbindungen und Netzwerke regional und international zu stärken. Die Universität Bergamo schließt sich den anderen italienischen Universitäten an, die an transnationalen Allianzen beteiligt sind, und trägt so zur Vernetzung Italiens mit dem übrigen Europa bei.





Kommunikationskanäle und -instrumente der Universität Bergamo

- Interne Kommunikation:
 - Interne Mailingliste: Die Kommunikation zwischen den Projektleiter*innen und den direkt an den Aktivitäten beteiligten Teilnehmenden erfolgt über eine interne Mailingliste sowie bei Bedarf durch Online- und Präsenztreffen.
 - Interner Newsletter – UnibgNews: Wöchentlicher Newsletter für die gesamte Universitätsgemeinschaft (Studierende, Doktorand*innen, Mitarbeitende). Enthält Informationen zu Veranstaltungen, Neuigkeiten und Initiativen. Die Kommunikationsbeauftragte sorgt dafür, dass regelmäßig Informationen zu BAUHAUS4EU veröffentlicht werden, um eine maximale Reichweite zu erzielen.
 - Werbematerialien: Poster, Flyer und Broschüren werden in den Universitätsgebäuden und bei wichtigen Veranstaltungen (Tag der offenen Tür, Unibg-Erstsemesterparty, Unibg-Lauf) verteilt.
- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen (für interne und externe Zielgruppen):
 - Unibg-Website – BAUHAUS4EU-Seite: Auf der Startseite prominent platziert, enthält sie Inhalte der BAUHAUS4EU-Allianz-Website (mit direktem Link), bietet einen Überblick über das Projekt und die damit verbundenen Möglichkeiten für die verschiedenen Akteur*innen (Studierende, Mitarbeitende, Doktorand*innen), sammelt Neuigkeiten zu Initiativen und Veranstaltungen im Zusammenhang mit BAUHAUS4EU und teilt von der Unibg erstellte Inhalte zu BAUHAUS4EU (Bilder, Updates).
 - Unibg-Social-Media-Plattformen (LinkedIn, Instagram, Facebook): Teilen von Inhalten von BAUHAUS4EU (Veranstaltungen, Neuigkeiten, Erfolgsgeschichten, Möglichkeiten usw.), Veröffentlichung von Kurzvideos der BAUHAUS4EU-Botschafter (Studierende, Doktorand*innen, Mitarbeitende), monatliche Instagram-Videos zu Projektaktivitäten, Live-Talks (25–30 Minuten) auf LinkedIn, saisonale Wettbewerbe und Quizze zur Förderung des universitätsübergreifenden Austauschs und der Projektbekanntheit sowie Teilen von nutzergenerierten Inhalten (z. B. „Postkarten aus dem Ausland“) von Teilnehmenden an Allianzaktivitäten.
 - Veranstaltungen:
 - Öffentliche Foren zum Austausch mit lokalen Behörden über die Ergebnisse (wie in den Arbeitspaketen und Aufgaben angegeben)
 - Workshops und Seminare mit lokalen Industriepartner*innenn (wie in den Arbeitspaketen und Aufgaben angegeben)





10.5 Université de Picardie Jules Verne – UPJV

Die Université de Picardie Jules Verne (UPJV) ist eine engagierte und anerkannte Institution in Bildung und Forschung in der Region Hauts-de-France. Seit über 50 Jahren bietet die UPJV zahlreiche Studiengänge an, die auf die sozioökonomischen Bedürfnisse der Region zugeschnitten sind.

Die UPJV bildet jährlich 32.000 Studierende aus und entwickelt an sechs Standorten praxisorientierte Studiengänge, die auf dem Arbeitsmarkt voll anerkannt sind.

Die Universität ist multidisziplinär und deckt vier Hauptstudienbereiche ab:

- Kunst, Literatur und Sprachen,
- Rechts-, Wirtschafts- und Managementwissenschaften,
- Geistes- und Sozialwissenschaften,
- Naturwissenschaften, Technik und Gesundheit.

Die UPJV setzt sich täglich dafür ein, die Herausforderungen ihrer Region zu meistern und den ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Wandel zu fördern. Die Universität engagiert sich für die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen, die Gewährleistung der Geschlechtergleichstellung, die Bekämpfung von Diskriminierung aufgrund des Geschlechts und der sexuellen Orientierung und Geschlechterdiskriminierung sowie für den ökologischen Wandel und den Schutz der Umwelt.

Kommunikationskanäle und -instrumente von UPJV

- Interne Kommunikation:
 - Newsletter (auf Französisch): Verteilung des Newsletters BAUHAUS4EU, der für eine bessere Zugänglichkeit ins Französische übersetzt wird. Regelmäßiger Versand an UPJV-Mitglieder, die an Kooperationsmöglichkeiten interessiert sind. Enthält gezielte Informationen zu Mobilitätsprojekten und anstehenden Veranstaltungen.
 - Plakate und Werbetafeln: An stark frequentierten Orten der Universität (Cafeteria, Hörsäle, Studierendenbereiche) angebracht, um die Bekanntheit der Allianz zu steigern.





- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen:
 - UPJV-Website: Dient als Informationsportal für das Projekt. Regelmäßige Artikel informieren über Projektfortschritte, anstehende Veranstaltungen und Ergebnisse.
 - Soziale Medien: Instagram (Teilen von Bildern und Geschichten über Veranstaltungen und Projekte von BAUHAUS4EU, darunter Erfahrungsberichte von Studierenden und Professoren, die an Austauschprogrammen beteiligt sind. Verwendung von Hashtags zur Vernetzung mit der internationalen Community der Allianz), LinkedIn (Artikel über Kooperationsprojekte und berufliche Möglichkeiten innerhalb der Allianz. Präsentation der Erfolge von UPJV im Netzwerk), YouTube (Videos zu Allianzprojekten, Interviews mit Studierenden sowie akademischen und administrativen Mitarbeitenden, Inhalte zur internationalen Mobilität) und Facebook (Veranstaltungsankündigungen, Teilen von Artikeln der lokalen/universitären Presse und regelmäßige Beiträge zur Einbindung der Community in Initiativen der Allianz).
 - Traditionelle Medien und Werbematerialien:
 - Roll-ups: Einsatz in Eingangshallen, Konferenzräumen und bei UPJV-Veranstaltungen zur Bewerbung der Allianz, ihrer Ziele und Kooperationsprojekte.
 - Broschüren: Verteilung auf Messen und Rekrutierungsveranstaltungen sowie Auslage an stark frequentierten Orten (Universitätsbibliotheken, Empfangstheken, Verwaltungsbüros, Menschen). Fügen Sie praktische Informationen (zum Thema Mobilität), Erfahrungsberichte und Details zur Beteiligung an den Initiativen der Allianz hinzu.





10.1 Université Lumière Lyon 2 – LYON2

Seit ihrer Gründung im Jahr 1973 verfolgt die Université Lumière Lyon 2 eine ambitionierte Vision von Hochschulbildung und Forschung, die von einem humanistischen und sozial verantwortlichen, gesellschaftlich engagierten und inklusiven, demokratischen und bürgernahen Geist und Werten geprägt ist.

Als Gründungsmitglied der Universitäts- und Hochschulgemeinschaft Lyon-Saint-Étienne (ComUE) begrüßt die Université Lumière Lyon 2 fast 26.000 Studierende an zwei Standorten, vom Bachelor bis zur Promotion. Die Universität bietet ein breites Spektrum an Studiengängen für alle Studierendengruppen und gewährleistet so Chancengleichheit und Erfolg für möglichst viele. Sie verfügt über 13 Lehr- und Forschungseinheiten in vier Bereichen: Kunst, Literatur, Sprachen / Rechtswissenschaften, Wirtschaftswissenschaften, Management / Geistes- und Sozialwissenschaften / Naturwissenschaften, Technik, Gesundheit.

Als Gründungsmitglied der Universitäts- und Hochschulgemeinschaft Lyon-Saint-Étienne (ComUE) begrüßt die Université Lumière Lyon 2 fast 26.000 Studierende an zwei Standorten, vom Bachelor bis zur Promotion. Internationale Offenheit stellt eine große Herausforderung für die Université Lumière Lyon 2 dar. Sie begegnet dieser Herausforderung durch die Förderung der Studierendenmobilität mittels Studien- und Praktikumsaustausch in Europa und weltweit. Darüber hinaus hat sie zahlreiche Doppelabschlüsse mit ausländischen Hochschulen eingerichtet und unterstützt internationale Forschungsaktivitäten. Die Université Lumière Lyon 2 unterhält derzeit 560 Kooperationsabkommen mit 370 Institutionen in 60 Ländern. Ausländische Austauschstudierende und reguläre Studierende machen 18 % der Gesamtstudierendenschaft aus.

Überzeugt von der Dringlichkeit des Handelns, hat die Université Lumière Lyon 2 ihr Engagement für nachhaltige Entwicklung zu einer Priorität erklärt. Sie trägt durch ihre Lehr- und Forschungsaufgaben, die Begrenzung der Umweltauswirkungen ihrer Praktiken und die kontinuierliche Verbesserung der Studien- und Arbeitsbedingungen zu sozioökologischen Transformationen bei. Indem sie die ökologische Transformation in den Mittelpunkt ihrer globalen Unternehmensstrategie stellt, beabsichtigt sie, koordinierte, zukunftsorientierte Maßnahmen für eine nachhaltigere Entwicklung vorzuschlagen.





Im Dezember 2024 verabschiedete die Universität einen Masterplan für nachhaltige Entwicklung sowie soziale und ökologische Verantwortung. Dies steht im Einklang mit dem 2021 von der Institution verabschiedeten Fahrplan zur „Ökologischen Transformation“ und wird von umfangreichen Investitionen in Gebäudesanierung und Campus-Transformation begleitet. Dank seines funktionsübergreifenden Ansatzes hat dieses Strategiepapier die gesamte Universitätsgemeinschaft (Lehr- und Forschungspersonal, Studierende und Verwaltungspersonal) mobilisiert und unseren Verpflichtungen eine echte soziale Dimension verliehen.

Kommunikationskanäle und -instrumente von Lyon 2

- Interne Kommunikation:
 - Newsletter-Intranet – Bereich BAUHAUS4EU: Im Intranet der Universität wird ein eigener Bereich eingerichtet, der regelmäßig über internationale Neuigkeiten der Allianz informiert. Ziel ist es, alle relevanten internationalen Inhalte im Zusammenhang mit der Allianz zu bündeln. Sobald die interuniversitäre Plattform verfügbar ist, wird ein permanenter Link hinzugefügt.
 - Newsletter (Mitarbeitende): Der interne Mitarbeitende-Newsletter, der alle zwei Wochen erscheint, wird um einen BAUHAUS4EU-Bereich ergänzt.
 - Veranstaltungen: Regelmäßige interne Veranstaltungen (virtuell und in Präsenz) werden organisiert, um das Bewusstsein und die Beteiligung zu fördern: Webinare, Informationsveranstaltungen, Konferenzen, Teilnahme am Europa-Monat (Mai) und an den internationalen Mobilitätstagen (Oktober).
- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen:
 - LinkedIn: Über den Account von Lyon 2 werden institutionelle Neuigkeiten, Projektmeilensteine und Veranstaltungsinformationen zu BAUHAUS4EU geteilt.
 - Instagram: Über den Account der Universität werden Aktivitäten und Veranstaltungen der Allianz auf dem Campus Lyon 2 geteilt.
 - Traditionelle Medien:
 - Pressemitteilungen: Wichtige Ereignisse und Meilensteine, insbesondere solche mit lokaler oder regionaler Bedeutung, werden veröffentlicht.
 - Medienpartnerschaften und Öffentlichkeitsarbeit: Zusammenarbeit mit internen und externen Medien zur Verbreitung von Neuigkeiten rund um die Allianz, darunter: Universitätszeitungen, Lokalzeitungen in der Bron und im Raum Lyon, Radio, Fernsehen und Fachmedien (AEF, Thotis, L'Etudiant, EducPros, Studyrama).





- Veranstaltungen:

- Seminare und Cafés zum Thema BAUHAUS4EU für Studierende und wissenschaftliche Mitarbeitende.
- Veranstaltungen mit und für die lokalen Institutionen und die BAUHAUS4EU-Community Lyon 2 zur Präsentation des Projektfortschritts (Juni und Oktober 2025 im ersten Jahr).
- Teilnahme an universitären Veranstaltungen, bei denen BAUHAUS4EU hervorgehoben werden kann.
- Laufende Verbreitung von Informationen über die Allianz durch Poster und Flyer.





10.2 Universiteti Polis – POLIS

Die 2006 gegründete Polis University ist eine führende Hochschule in Albanien in den Bereichen Architektur, Stadtplanung und Design, Bauingenieurwesen, Umweltwissenschaften, Informatik sowie Wirtschaft, Unternehmertum und Innovation. Sie bietet Forschung, Wissenstransfer und ein interdisziplinäres Bildungsmodell, das Studierende durch problemorientiertes Lernen in verschiedenen Curricula auf einen sich schnell wandelnden Arbeitsmarkt vorbereitet.

Seit ihrer Gründung hat sich die Polis University als Institution mit einer ambitionierten Internationalisierungsstrategie etabliert und ist gleichzeitig fest in Albanien, insbesondere in der Region Tirana, verankert. Mit dem Ziel, einen relevanten und positiven Beitrag zur lokalen Wirtschaft und Gesellschaft zu leisten, engagiert sie sich seit Jahren für den Aufbau und die Pflege solider und effektiver Verbindungen zu lokalen Akteur*innen (Industrie, Politik, gemeindebasierte Initiativen etc.) in ihren Kernkompetenzfeldern.

Kommunikationskanäle und -instrumente von Polis

- Interne Kommunikation:
 - Newsletter im Intranet – Bereich BAUHAUS4EU: Ein eigener Bereich wird eingerichtet. E-Mail-Newsletter: Regelmäßige interne Updates für Mitarbeitende und Studierende.
 - Kollaborative Plattformen: Tools zur Unterstützung der internen Zusammenarbeit und Koordination der an der Allianz beteiligten Akteur*innen.
 - Regelmäßige Treffen: Geplante Treffen zur Abstimmung der Projektziele und des Projektfortschritts.
 - Werbematerial: Poster, Broschüren und andere visuelle Hilfsmittel, die innerhalb der Institution zur Bewerbung der Allianz und seiner Möglichkeiten eingesetzt werden.
 - Erfahrungsberichte von Studierenden und Lehrenden: Persönliche Erfahrungsberichte von Studierenden und Mitarbeitenden, die an der Allianz beteiligt sind, zur Förderung des internen Engagements.





- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen:
 - Website: Aktuelle Informationen, Ressourcen, Ergebnisse, Erfolgsgeschichten und Kooperationsprojekte im Zusammenhang mit der Allianz.
 - Soziale Medien (LinkedIn, Instagram): Teilen wichtiger Meilensteine, Veranstaltungen und Erfahrungsberichte mit Lehrenden und Studierenden.
 - E-Newsletter: Gezielte Kommunikation für externe Stakeholder*innen mit Informationen zu den Aktivitäten der POLIS-Universität im Rahmen der Allianz, anstehenden Möglichkeiten und dem Gesamtfortschritt der Allianz.
 - Veranstaltungen:
 - Workshops und Seminare
 - Öffentliche Foren
 - Jahreskonferenzen
 - Tage der offenen Tür
 - Politische Dialogveranstaltungen: Plattformen für Diskussionen und Austausch mit politischen Entscheidungsträger*innen und anderen externen Akteur*innen
 - Presse:
 - Partnerschaften mit lokalen Medien: Zusammenarbeit mit der lokalen Presse zur Verbreitung von Neuigkeiten und Informationen über die Aktivitäten der Allianz.





10.1 University of Architecture, Civil Engineering and Geodesy – UACEG

Die UACEG spielt eine bedeutende Rolle in der BAUHAUS4EU-Allianz, indem sie ihre langjährige Expertise in Architektur, Bauingenieurwesen und Geodäsie mit modernen Prioritäten wie digitalen Bautechnologien und nachhaltiger Entwicklung verbindet. Die UACEG versteht ihre Beteiligung an BAUHAUS4EU als logische Fortsetzung ihres Auftrags, die Infrastruktur und das Stadtbild Bulgariens zu gestalten. Unter der Leitung ihrer ersten Rektorin, Doz. Dr. Arch. Gichka Kutova-Kamenova, hat sich die Universität zum Ziel gesetzt, eine forschungsorientierte Hightech-Institution zu werden, die Wissenschaft, Wirtschaft und Politik miteinander verbindet. Die BAUHAUS4EU-Allianz unterstützt dieses Ziel, insbesondere bei der Bewältigung der sozioökonomischen Herausforderungen der Region Yugozapaden (Südwesten) und des Landes, wie Einkommensungleichheit und Umweltprobleme, durch Stadtplanung und Initiativen für nachhaltige Infrastruktur. Durch ihre Beteiligung an dem Projekt bringt die UACEG Expertise in den Bereichen ökologisches Bauen, Stadterneuerung und Klimaresilienz ein und trägt so zur nachhaltigen Entwicklung der lokalen und regionalen Wirtschaft bei. Die Spezialisierung der UACEG wird die wissenschaftlichen Mitarbeitende und Absolventen dabei unterstützen, zur Erreichung der Prioritäten des Programms „Wettbewerbsfähigkeit und Innovation in Unternehmen“ 2021–2027 beizutragen und so ein intelligentes und nachhaltiges Wachstum der bulgarischen Wirtschaft sowie die Umsetzung der industriellen und digitalen Transformation zu fördern. Die UACEG wird regionale Innovation, kulturellen Wandel und die Zusammenarbeit zwischen Zivilgesellschaft, Wirtschaft und lokalen Behörden durch ihre Partnerschaften mit Organisationen wie dem Nationalen Gemeindeverband Bulgariens und der Sofia Development Association stärken.

Über den lokalen Kontext hinaus verbindet die Allianz BAUHAUS4EU die UACEG mit EU-weiten Initiativen, darunter dem Europäischen Digitalen Innovationszentrum für das Bauwesen und dem New European Bauhaus (NEB), und sichert so ihren Beitrag zum grünen und digitalen Wandel in Europa. Durch die Integration von Forschung, Lehre und bürgerschaftlichem Engagement positioniert sich die UACEG als wichtiger Ausbildungsbetrieb für zukünftige Fachkräfte und trägt zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen wie Urbanisierung, ökologischer Nachhaltigkeit und technologischer Anpassung bei.





Kommunikationskanäle und -instrumente von UACEG

- Interne Kommunikation:
 - Universitätsnewsletter: Dienen dazu, die Aktivitäten und Erfolge des Projekts BAUHAUS4EU für die interne akademische Gemeinschaft hervorzuheben.
 - Interuniversitäre Plattform: Eigene Plattform zur Präsentation des Projekts und zur Bereitstellung detaillierter Informationen zu wichtigen Themen wie Weiterbildungsprogrammen, Mobilitätsmöglichkeiten und Kompetenzentwicklung.
 - Alumni-Programme: Einbindung von Alumni durch Mentoring, Storytelling und Teilnahme an projektbezogenen Veranstaltungen.
 - Infografiken und interaktive Berichte: Visuell ansprechende Materialien zur überzeugenden Darstellung der Projektwirkung und des Projektfortschritts.
- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen:
 - UACEG-Universitätswebsite: Ein eigener Bereich auf der Universitätswebsite mit visuell ansprechenden Inhalten, Neuigkeiten und Erfolgsgeschichten der UASG-Teilnahme an der Allianz + eigene Projektwebsite
 - Social-Media-Plattformen (LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube): Regelmäßige Updates zu Meilensteinen, Veranstaltungen und Erfahrungsberichten mit Cross-Promotion: gleichzeitige, mehrsprachige Veröffentlichung von Inhalten an allen Partnerinstitutionen
 - Allianz-Newsletter: Gezielte Kommunikation mit Updates für externe Stakeholder*innen
 - Traditionelle Medien:
 - Pressemitteilungen: Bekanntgabe wichtiger Meilensteine in regionalen/nationalen und branchenspezifischen Medien
 - Fachartikel & Interviews: Veröffentlichung in regionalen und nationalen Zeitungen und Branchenblogs sowie Ausstrahlung im nationalen Radio
 - Veranstaltungen und Networking-Möglichkeiten:
 - Interregionale Workshops: UACEG organisiert den 3. interregionalen Workshop
 - Workshops & Seminare: Zur Einbindung von Studierenden und Mitarbeitenden in das Projekt
 - Öffentliche Foren & Gesprächsrunden zum Austausch von Ergebnissen und Projektwirkungen mit Branchenvertreter*innen und lokalen Behörden und akademischen Einrichtungen, um die Sichtbarkeit zu erhöhen.





- Live-Webinare mit interaktiven Räumen und Plattformen für den Dialog zwischen Lehrenden, Studierenden und Stakeholder*innen.
- Sport- und Gesellschaftsveranstaltungen: Zur Förderung des Gemeinschaftsgefühls rund um das Projekt.
- Jährliche Konferenzen: Zur Feier des Projektfortschritts, zum Wissensaustausch und zur Anregung der Beteiligung von Stakeholder*innen.





10.2 University of Economics in Katowice – UEKAT

Die Wirtschaftsuniversität Katowice wurde 1937 gegründet und ist die größte und älteste Wirtschaftshochschule in Oberschlesien. Sie befindet sich in der Hauptstadt Katowice. Jedes Jahr absolvieren über 8.000 polnische und internationale Studierende unsere Bachelor-, Master-, Promotions- und Postgraduiertenprogramme in unseren fünf Studienrichtungen: Finanzen, Wirtschaftswissenschaften, Informatik und Kommunikation, Management und Raumwirtschaft sowie Transformationsregionen.

Unsere Studierenden und Absolventen reifen in einer pulsierenden Metropole heran und gestalten die Entwicklung der Region aktiv mit: Sie führen Unternehmen, organisieren das sozioökonomische Leben und sind in vielfältigen Wirtschaftsbereichen tätig.

Unser Studienangebot und unsere Programme zum lebenslangen Lernen ziehen Studierende aus aller Welt und allen Generationen an. Dank der ausgewogenen Kombination aus akademischer Exzellenz und Soft Skills in unseren Kursen sowie unserer professionellen Karriereberatung sind die Beschäftigungschancen unserer Absolventen sehr hoch. Wir pflegen enge Beziehungen zu unseren Alumni im In- und Ausland und binden sie in zahlreiche Aktivitäten auf dem Campus und in den sozialen Medien ein. Wir sind stolz darauf, die Führungskräfte von morgen für die Herausforderungen von morgen auszubilden.

Kommunikationskanäle und -instrumente der UEKAT

- Interne Kommunikation:
 - Visuelle Branding-Instrumente:
 - Universitätslogo BAUHAUS4EU auf der Homepage der Universität mit Verlinkung zu Informationen über die Allianz
 - Kommerzielle Drucksachen, E-Mail-Fußzeilen, Präsentationsvorlagen und Briefkopf
 - Gedruckte und digitale Poster auf dem Universitätsgelände
 - Roll-ups an gut sichtbaren Stellen
 - Werbeartikel und Logoaufkleber, die bei Veranstaltungen verteilt werden
 - E-Mail-Newsletter:
 - Studierendengruppe: 10.000 Abonnenten/Empfänger





- Mitarbeiter*innengruppe (Verwaltung & Wissenschaftliches Personal): 770 Abonnenten/Empfänger
 - Veranstaltungen für die interne Community:
 - 2. Forum
 - Workshops und Seminare für Studierende und Mitarbeitende
 - Tage der offenen Tür
 - Bauhaus Café
 - Live-Streams mit Professoren und Studierenden
- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen:
 - Website der Universität: Eigener Bereich mit Neuigkeiten und Updates zur Allianz, verfügbar in Polnisch und Englisch Englisch (PL/EN)
 - Projektwebsite (PL/EN)
 - Social-Media-Kanäle:
 - <https://www.facebook.com/UniwersytetEkonomicznywKatowicach>
 - <https://www.facebook.com/UniversityofEconomicsinKatowice>
 - <https://www.instagram.com/uekatowice>
 - <https://www.linkedin.com/school/uniwersytet-ekonomiczny-w-katowicach/>
 - <https://www.youtube.com/UEKatowice>
 - https://x.com/UE_Katowice
 - <https://open.spotify.com/show/2TitZOYZkqbKopamvXtLzK>
 - <https://www.tiktok.com/@uekatowice>
 - Campus-Kommunikationsmittel: Elektronische Bildschirme auf dem Campus, Podcast über Universitätsradio
 - E-Mail-Newsletter, Journalisten: 100
 - Traditionelle Medien:
 - Pressemitteilungen: Zur Bekanntgabe wichtiger Meilensteine
 - Fachartikel: Veröffentlichungen in regionalen und nationalen Zeitungen oder Fachzeitschriften
 - Veranstaltungen:
 - Konferenzen und Messen:
Präsentation der Projektergebnisse auf nationalen und internationalen Konferenzen zur Internationalisierung der Hochschulbildung
Teilnahme an wissenschaftlichen Konferenzen zur Ergebnispräsentation und Förderung des akademischen Austauschs





10.3 University of Macedonia – UoM

Die University of Macedonia (UoM) in Thessaloniki, Griechenland, ist eine Hochschule mit Schwerpunkt auf Wirtschaftswissenschaften, Betriebswirtschaftslehre, Sozialwissenschaften und Informationstechnologie. Der Beitritt zur Europäischen Universitätsallianz BAUHAUS4EU entspricht den strategischen Prioritäten der UoM: Internationalisierung, interdisziplinäre Forschung und innovationsgetriebene Lehre. Mit ihrer Teilnahme an der Allianz verfolgt die UoM folgende Ziele:

- Förderung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit durch gemeinsame Forschungs- und Studienprogramme.
- Steigerung der Sichtbarkeit der Forschungsergebnisse und Bildungsinnovationen der UoM in Griechenland und darüber hinaus.
- Stärkung des Engagements gegenüber lokalen Behörden, Industriepartner*innen und der breiten Öffentlichkeit, um sicherzustellen, dass die Aktivitäten und Ergebnisse der Allianz der lokalen Gemeinschaft konkrete Vorteile bringen.

Kommunikationskanäle und -instrumente der UoM

- Interne Kommunikation:
 - UoM-E-Mail-Newsletter: Monatliche Updates zu Aktivitäten, Veranstaltungen und Angeboten der Allianz für Lehrende, Verwaltungspersonal und Studierende
 - Regelmäßige Treffen: Regelmäßige Online- und Präsenzveranstaltungen zur Einbindung von Lehrenden und Verwaltungspersonal in die BAUHAUS4EU-Initiativen
- Externe Kommunikation:
 - Digitale Plattformen:
 - Eigene BAUHAUS4EU-Webseite auf der UoM-Website: Lokale Anlaufstelle mit Updates, Aufrufen zur Teilnahme und Informationen zu den Erfolgen der Allianz
 - Social-Media-Plattformen: Offizielle LinkedIn-Seite der UoM (Projektmeilensteine und berufliche Neuigkeiten), Facebook,





Instagram und TikTok (Erreichbarkeit eines breiteren Publikums, darunter Studierende, Alumni und die lokale Gemeinschaft)

- Pressemitteilungen und Artikel: Veröffentlichung von Artikeln in lokalen und nationalen Medien, z. B. in Lokalzeitungen in Thessaloniki und auf nationalen Bildungsportalen
- Veranstaltungen:
 - Workshops, Seminare und Konferenzen: Einladung lokaler Akteur*innen, zivilgesellschaftlicher Organisationen und Wirtschaftsvertreter*innen zur Information über die Allianz Initiativen von BAUHAUS4EU
 - Politische Dialoge: Gemeinsame Organisation von Gesprächsrunden mit lokalen Behörden, um zu erörtern, wie die Aktivitäten von BAUHAUS4EU regionale Entwicklungsstrategien beeinflussen können.
 - Öffentlichkeitsarbeit: Präsentation der Initiativen von BAUHAUS4EU auf nationalen und internationalen Konferenzen, um Netzwerke aufzubauen und die Ziele der Allianz zu fördern.
 - Tage der offenen Tür und Webinare: Vorstellung der Kurse, Sommerschulen und Austauschprogramme von BAUHAUS4EU für Studierende, Lehrende und Verwaltungspersonal der Universität Manchester.
- Werbematerialien:
 - Erstellung von Werbeflyern und Infografiken, um die besonderen Möglichkeiten innerhalb der BAUHAUS4EU-Allianz hervorzuheben.





11 FAZIT

Dieser Leitplan Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Verwertung bietet einen strategischen Rahmen, um die Sichtbarkeit, das Engagement und die Wirkung der Aktivitäten von BAUHAUS4EU in den Mitgliedsinstitutionen, Regionen und ganz Europa zu gewährleisten. Es wurden **zwei Hauptzielgruppen** definiert: primäre Zielgruppen, die direkt am Projekt beteiligt sind (Studierende, wissenschaftliches und administratives Personal, Forschungseinrichtungen und -labore, Universitätsverwaltungen und Projektmanager sowie assoziierte Partner*innen von BAUHAUS4EU und regionale Akteur*innen); und sekundäre Zielgruppen, darunter Studieninteressierte, Alumni, lokale Behörden, Industriepartner*innen, Medien, europäische Institutionen und andere Hochschulallianzen. Diese Segmentierung ermöglicht es, Kommunikationsbotschaften und -instrumente auf jede Gruppe zuzuschneiden und so Relevanz und Wirksamkeit sicherzustellen.

Die **zentralen Kommunikationsbotschaften** heben die Identität und Ziele der Allianz, ihre Kernwerte und -ziele, die Möglichkeiten für Mitglieder und ihre Gemeinschaften, die erwarteten Ergebnisse und Erfolge, die Vorteile für Studierende und Mitarbeitende, die gesellschaftliche Wirkung auf lokaler, regionaler und europäischer Ebene, die Gründe für die Unterstützung durch die Akteur*innen sowie den Beitrag von BAUHAUS4EU zur Stärkung der Integration und Attraktivität der europäischen Hochschulbildung hervor. Ein vielfältiger Mix aus **digitalen Kanälen** (Website, soziale Medien, Newsletter, Podcasts), **traditionellen Medien** (Pressemitteilungen, Interviews) und **Werbemitteln** (Broschüren, Roll-ups, virtuelle Hintergründe, Markenmaterialien) gewährleistet eine konsistente, zugängliche und ansprechende Kommunikation.

Zu den wichtigsten **Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten** gehören die Bewerbung des Bildungsangebots durch Tage der offenen Tür, Erfahrungsberichte und Botschafter*innen der Allianz; die Einbindung lokaler Behörden durch politischen Dialog und Medienkooperation; die Organisation regionaler und interregionaler Workshops, jährlicher Foren und Studierendenwettbewerbe; sowie die Veröffentlichung wissenschaftlicher Ergebnisse, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und den Wissensaustausch zu fördern.

Der langfristige Erfolg der Allianz basiert **auf institutioneller Kontinuität**, unterstützt durch eine klare Governance-Struktur mit Gremien, Ausschüssen und operativen Teams, sowie **auf finanzieller Nachhaltigkeit** durch öffentlich-private Partnerschaften, europäische und internationale Fördermittel und Mitgliedsbeiträge. Diese Maßnahmen gewährleisten, dass die Kommunikations-, Verbreitungs- und Verwertungsaktivitäten über die anfängliche Förderphase des Projekts hinausgehen.

Insgesamt stattet dieser Plan die Allianz mit den notwendigen Instrumenten und Strategien aus, um ihre Aktivitäten sichtbar, zugänglich und wirkungsvoll zu gestalten. Es schafft eine solide Grundlage für die kommenden Jahre und stellt sicher, dass die





Werte und Erfolge von BAUHAUS4EU bei den Gemeinschaften, Partner*innenn und Interessengruppen Anklang finden und gleichzeitig den Weg für nachhaltige Wirkung und Transformation ebnen. Eine zweite Version des Kommunikations-, Verbreitungs- und Öffentlichkeitsplans wird über die konkreten Maßnahmen berichten und deren Wirksamkeit bewerten, um eine erste Einschätzung der Erfolge und Verbesserungspotenziale zu ermöglichen.





BAUHAUS4EU

European University Alliance

Bauhaus-
Universität
Weimar



Blekinge Institute
of Technology



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO



Co-funded by
the European Union

Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autor*innen und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die Förderstelle können dafür haftbar gemacht werden.



Co-funded by
the European Union