

# Plan för kommunikation, spridning och användande





# Plan för kommunikation, spridning och användande

Work Package 11:

Communication,

Dissemination, Exploitation

Deliverable: D11.1

Contractual Delivery Date: 04/2025

Report Version: 1



## ANSVARFRISKRIVNING

Projektet har fått finansiering från Europeiska unionens initiativ för europeiska universitet.

”Finansierat av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarens/författarnas och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska utbildnings- och kulturbyråns (EACEA) åsikter. Varken Europeiska unionen eller den beviljande myndigheten kan hållas ansvariga för dem.”

Denna rapport är en del av GA 101177259 – BAUHAUS4EU – ERASMUS-EDU





# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

ALLIANS OCH KONSORTIUM .....	5
DOKUMENTÖVERSIKT .....	6
1. INLEDNING .....	9
2. HUVUDMÅL OCH STRATEGISKA AMBITIONER .....	12
3. MÅLGRUPPER .....	15
4. VIKTIGA KOMMUNIKATIONSBUDKAP .....	20
5. KOMMUNIKATIONSPROCESSER, KANALER OCH VERKTYG .....	24
6. SPRIDNINGSAKTIVITETER .....	37
7. TIDSLINJE OCH VIKTIGA MILSTOLPAR .....	40
8. ÖVERVAKNING OCH UTVÄRDERING .....	45
9. KONTINUITET OCH HÅLLBAR ANVÄNDNING .....	49
10. INSTITUTIONELLA KOMMUNIKATIONSKANALER .....	55
11. SLUTSATS .....	76





# ALLIANS OCH KONSORTIUM

BAUHAUS4EU – Ett europeiskt universitet för motståndskraftiga, hållbara, inkluderande och vackra regioner.

Alliansen BAUHAUS4EU samlar 10 medlemsuniversitet och 67 associerade partner från hela Europa och bildar ett gemensamt europeiskt campus och en levande lärandemiljö med 124 000 studenter och 10 000 anställda. Med en gemensam strategi som vägledning har partneruniversiteten åtagit sig att fördjupa sitt gränsöverskridande samarbete genom gemensamma utbildningserbjudanden och att främja en europeisk identitet som är rotad i principen om enighet i mångfald.

Alliansen är fast förankrad i FN:s mål för hållbar utveckling, den europeiska gröna given och initiativet Nya europeiska Bauhaus och arbetar hand i hand med regionala ekosystem för att överbygga olika territorier, kombinera styrkor och omvandla utmaningar till tillväxtpotentialer.

Genom att förbättra anställbarheten, främja livslångt lärande och ge studenter och personal möjlighet att ta itu med vår tids avgörande frågor är BAUHAUS4EU banbrytande för en ny modell för europeisk högre utbildning – en modell som stärker regionala ekosystem, stimulerar innovation och bygger en hållbar framtid för alla.

**Tabell 1** Fullvärdiga partner i BAUHAUS4EU

BUW	BAUHAUS-UNIVERSITÄT 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



# DOKUMENTÖVERSIKT

Project Acronym:	BAUHAUS4EU
Project Name:	A European University for Resilient, Sustainable, Inclusive and Beautiful Regions
Project No:	101177259
Start Date:	01/01/2025
End Date:	31/12/2028
Contributing WP	WP 11
WP Leader:	Université de Picardie Jules Verne
Deliverable identifier:	D11.1
Contractual Delivery Date: 04/2025	Actual Delivery Date: 04/2025
Nature: Report	Version: 1
Dissemination level	PU - Public



# SAMMANFATTNING

Kommunikations-, användande- och informationsplanen för BAUHAUS4EU-alliansen är utformad för att stödja alliansens strategiska kommunikationsinsatser. Den utgör en ram för samordning av kommunikations- och informationsaktiviteter inom alliansen och dess partnerinstitutioner, både på alliansnivå och institutionsnivå. Den ger också en detaljerad översikt över varje universitets kommunikationskanaler, vilket säkerställer transparens om institutionernas kapacitet och ger inspirerande insikter och inlärningsmöjligheter för varandra. Planen, som utvecklades under det första året, kommer att ses över och förfinas i en andra version som ska vara klar i februari 2027.

Efter en kort introduktion som beskriver kommunikations-, användande- och spridningsplanen, redogör kapitel 2 för de viktigaste målen och strategiska ambitionerna, medan kapitel 3 definierar de primära och sekundära målgrupperna för kommunikationsaktiviteterna. Tillsammans utgör dessa två kapitel grunden för alla åtgärder som syftar till att öka projektets synlighet, engagera viktiga intressenter och säkerställa långsiktig effekt av dess resultat. Målen utgör den vägledande logiken för kommunikationsåtgärderna, medan den tydliga definitionen av målgrupper gör det möjligt att anpassa åtgärderna efter varje grupps behov och intressen.

De viktigaste kommunikationsbudskapen som sprids till dessa målgrupper beskrivs i detalj i kapitel 4. Denna del behandlar ämnen som rätt tonfall, språk och varumärkesimage i allmänhet, samt korrekt användning av Europeiska unionens emblem med upplysning om medfinansiering och ansvarsfriskrivning. Kapitel 5 innehåller en omfattande förklaring av alliansens interna och externa kommunikationsprocesser för att säkerställa ett effektivt genomförande. Det framhålls att välstrukturerade interna förfaranden är en förutsättning för framgångsrik extern kommunikation. Tre viktiga aspekter behandlas: för det första kommunikationen av BAUHAUS4EU-ämnen inom varje partneruniversitet, för det andra utbytet av information mellan partneruniversiteten och för det tredje spridningen av detta konsoliderade innehåll genom BAUHAUS4EU:s officiella kanaler. Kapitlet ger också en översikt över dessa kanaler och verktyg för att nå ut.

Därefter presenterar planen spridningsaktiviteter som syftar till att stärka synligheten, genomslaget och räckvidden för BAUHAUS4EU:s initiativ. Dessa aktiviteter är uppbyggda kring tre huvudpelare: att marknadsföra utbildningsutbudet, sprida akademiska resultat och samarbeta med lokala myndigheter. Genom reklam, interaktiva evenemang och samarbete med media och beslutsfattare

För att ge läsarna en tydlig översikt presenteras i kapitel 7 viktiga milstolpar – såsom de årliga forumen och interregionala workshopparna samt lanseringen av specifika kommunikationsåtgärder – ordnade efter en tidslinje. Utifrån detta beskriver kapitel 8





de övervaknings- och utvärderingsprocesser som följer upp framstegen mot dessa milstolpar med hjälp av mått såsom analys av sociala medier och evenemangsdeltagande. I detta kapitel presenteras också de kvalitativa verktyg som kompletterar den mätningbaserade uppföljningen, inklusive enkäter, fokusgrupper och regelbundna granskningar. Avsnittet avslutas med en översikt över hur kommunikations- och spridningsaktiviteter rapporteras via SyGMA-portalen, vilket säkerställer systematisk dokumentation, transparens och spårbarhet.

Slutligen undersöker planen alternativ för att säkerställa projektets kontinuitet och hållbara användande efter det att bidraget har upphört, och avslutas med en detaljerad översikt över varje institutions specifika kommunikationskanaler som fungerar som viktiga resurser för att upprätthålla utåtriktad verksamhet och samarbete på lång sikt.

Sammantaget syftar planen för kommunikation, användande och utåtriktad verksamhet till att öka medvetenheten om alliansens prestationer och värderingar, aktivt engagera målgrupper och stärka synligheten bland viktiga intressenter. Det är ett kraftfullt verktyg som förser alliansen med de operativa funktioner som krävs för att säkerställa att inga prestationer går obemärkta förbi, samtidigt som det förstärker effekten som driver på samarbetsinriktad omvandling baserad på gemensamma värderingar och en positiv syn på ett motståndskraftigt, hållbart, inkluderande och vackert Europa.







# 1. INLEDNING

Detta dokument beskriver strategierna för kommunikation, spridning och användande för BAUHAUS4EU-alliansen – ett europeiskt universitet för motståndskraftiga, hållbara, inkluderande och vackra regioner. Målen för kommunikation och spridning är nära kopplade till varandra och spelar en viktig roll för att öka medvetenheten om BAUHAUS4EU-alliansens resultat, aktiviteter och värderingar. Dessa aktiviteter syftar till att involvera målgrupper, väcka intresse och öka BAUHAUS4EU:s synlighet och erkännande bland både interna och externa intressenter.

Dokumentet är indelat i särskilda avsnitt, som var och ett beskriver de viktigaste åtgärderna och processerna som kommer att göra det möjligt för BAUHAUS4EU-konsortiet att utveckla konsekventa och effektiva aktiviteter för kommunikation, spridning och användande. Det beskriver samordningen av kommunikationsaktiviteterna inom konsortiet och redogör för de verktyg som används för att snabbt och effektivt sprida projektets viktigaste resultat till målgrupper som studenter, universitetsanställda, regionala partner, beslutsfattare och allmänheten.

Sammanfattningsvis syftar leverans D11.1 till att:

- Definiera projektets kommunikations-, spridnings- och exploateringsmål,
- Identifiera målgrupperna för kommunikations-, spridnings- och exploateringsaktiviteterna,
- Beskriv de viktigaste kommunikations- och spridningskanalerna och en plan för hur de ska utvecklas,
- Identifiera huvudämnen och utmaningar som är värda att sprida och kommunicera,
- Planera, hantera och övervaka specifika kommunikations- och spridningsevenemang och aktiviteter.

För att placera dessa aktiviteter inom BAUHAUS4EU:s bredare uppdrag beskriver följande avsnitt hur alliansen främjar engagemang och påverkan på institutionell, regional, nationell och europeisk nivå.

## **En europeisk universitetsallians som främjar engagemang på flera nivåer**

BAUHAUS4EU-alliansen är utformad för att anpassas till och förstärka lokala prioriteringar på institutionell, regional, nationell och europeisk nivå. Genom att uppmuntra samarbete mellan universitet, regionala partner och beslutsfattare spelar projektet en viktig roll för att främja hållbar utveckling, kulturell innovation och omvandling av utbildningen i olika lokala sammanhang. Alliansen styrs av värderingarna och principerna i initiativet "New European Bauhaus" och syftar till att





bidra till resiliens, hållbarhet, inkludering och kulturellt berikande på lokal till europeisk nivå.

### ***Institutionell nivå***

På institutionell nivå stärker BAUHAUS4EU partnerskap mellan universitet, akademiska centrum och lokala intressenter. Alliansen:

- Främjar tvärvetenskapligt samarbete inom och mellan institutioner.
- Utökar internationaliseringsinsatserna genom att erbjuda mobilitetsmöjligheter samt

gemensamma utbildningsprojekt för studenter, akademisk och administrativ personal.

- Utvecklar utbildningsprogram som ger studenter och personal färdigheter som är relevanta för den gröna och digitala omställningen, samtidigt som man främjar flerspråkighet och interkulturella kompetenser.

### ***Regional nivå***

På regional nivå bidrar projektet till ekonomisk och social utveckling genom att:

- Stödja regionala innovationsekosystem genom partnerskap med företag, nystartade företag och kulturinstitutioner.
- Anpassa sig till regionala hållbarhetsmål, särskilt inom landsbygds- och stadsutveckling, klimatåtgärder och kreativa näringar.
- Främja bevarande av kulturarv och hållbar design för att stärka regionens kulturella och historiska identitet.
- Stärka den lokala arbetsmarknaden genom att främja kontakter mellan universitet och regionala partner, så att utexaminerade studenter har kompetens som är relevant för regionens arbetskraftsbehov och som också återspeglar de regionala innovationsstrategierna för smart specialisering (RIS 3).

### ***Nationell nivå***

På nationell nivå anpassar sig BAUHAUS4EU till viktiga politiska prioriteringar och bidrar till bredare utbildnings- och ekonomistategier:

- Stödja nationell utbildnings- och akademisk politik som främjar tvärvetenskapligt lärande och innovation.
- Bidra till den gröna och digitala omställningen genom alla universitetens uppdrag.



- Förbättra samarbetet med nationella finansieringsorgan för att säkerställa långsiktig hållbarhet även efter projektets slut.
- Påverka politiska diskussioner för att stödja hållbar utveckling som en central prioritering i nationella utvecklingsstrategier.

### **Europeisk nivå**

På europeisk nivå syftar BAUHAUS4EU till att främja enighet och samarbete mellan medlemsstaterna genom att:

- Anpassa sig till europeiska strategier och ramverk för att säkerställa att universiteten bidrar till Europas långsiktiga mål.
- Främja gränsöverskridande samarbete inom utbildning för att stärka Europas innovationsförmåga, särskilt inom nya tekniker relaterade till hållbarhet, design och urban omvandling.
- Uppmuntra utvecklingen av gemensamma europeiska projekt som fokuserar på att lösa globala problem såsom klimatförändringar, digitalisering och sociala ojämlikheter.
- Stödja europeisk politik som skapar synergier mellan utbildning och innovation i medlemsstaterna, och säkerställa att insatser på institutionell, regional och nationell nivå bidrar till den bredare europeiska agendan.

Sammantaget strävar alliansen efter att övergå från enskilda utbildningsinstitutioner till ett gemensamt europeiskt campus. Denna omvandling omfattar reformer av styrning och förvaltning för att säkerställa ett hållbart samarbete. Genom att samla resurser och utnyttja kompletterande styrkor på europeisk nivå kommer alliansen att förbättra kvaliteten, konkurrenskraften och prestandan hos alla medlemsinstitutioner och stärka deras regionala innovationsekosystem.

Denna kommunikations-, användande- och informationsplan kommer att ses över och förbättras i en andra version (D11.2) som ska vara klar i februari 2027.



## 2. HUVUDMÅL OCH STRATEGISKA AMBITIONER

BAUHAUS4EU:s kommunikationsplan är utformad för att öka projektets synlighet, involvera viktiga intressenter, stärka samarbetet och säkerställa långsiktiga effekter av dess resultat. Planen fokuserar på målinriktad och strategisk kommunikation för att effektivt sprida projektets resultat, uppmuntra samarbete och främja användning inom olika sektorer.

### 2.1 Huvudmål

Huvudmålen för BAUHAUS4EU:s kommunikations- och spridningsaktiviteter är:

- **Öka medvetenheten och synligheten**
  - Främja BAUHAUS4EU-alliansen, dess mål och förväntade effekter bland olika målgrupper
  - Skapa en stark och igenkännbar projektidentitet genom varumärkesbyggande, medienärvaro och åtgärder för att öka medvetenheten
- **Engagera och mobilisera viktiga intressenter**
  - Utveckla riktade kommunikationsstrategier för att nå ut till studenter, universitetspersonal, regionala partner, beslutsfattare och allmänheten
  - Uppmuntra aktivt deltagande i evenemang, diskussioner och initiativmed anknytning till projektet
- **Säkerställa transparens och tillgänglighet**
  - Tillhandahålla tydliga, tillgängliga och regelbundna uppdateringar om projektaktiviteter, framsteg och resultat
  - Använda plattformar med öppen tillgång, publikationer och digitala verktyg för att dela resultaten med en bred publik
- **Maximera spridningen av kunskap och bästa praxis**
  - Dela resultat, metoder och innovativa lösningar med relevanta målgrupper
  - Publicera akademiska artiklar om utbildning och fortbildning samt fallstudier för att säkerställa genomslagskraft
- **Uppmuntra sektorsövergripande samarbete**
  - Främja dialog mellan universitet, företag, föreningar och statliga institutioner





- Anordna workshops, utbildningar och nätverksaktiviteter för att främja tvärvetenskapligt samarbete
- **Underlätta långsiktig hållbarhet för projektresultaten**
  - Utveckla strategier för att upprätthålla och utvidga BAUHAUS4EU-initiativen utöver projektets livscykel.
  - Inrätta strukturer för att upprätthålla ett kontinuerligt engagemang med intressenterna efter projektets slut.
- **Stödja insatser för policyintegration och standardisering.**
  - Säkerställa att projektresultaten överensstämmer med gällande europeiska och nationella policyer för utbildning, hållbarhet och kulturell innovation.
  - Bidra till standardiseringsprocesser för att säkerställa hållbarheten hos BAUHAUS4EU-metoderna.

Strategisk spridning av kunskap och engagemang från viktiga intressenter kommer att stödja integreringen av projektresultaten i långsiktig politik och praxis på institutionell, regional och europeisk nivå.

## 2.2 Strategisk ambition och erfarenhet

Kommunikationsaktiviteterna inom BAUHAUS4EU kommer att fokusera på följande tre åtgärdsområden, som var och en främjar alliansens strategiska ambitioner och genomslagskraft:

- **Öka medvetenheten om BAUHAUS4EU som en europeisk universitetsallians:**  
**För BAUHAUS4EU-gemenskapen** (studenter och personal vid BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet ) strävar vi efter att öka engagemanget genom att involvera fler deltagare i BAUHAUS4EU-aktiviteter, främja samarbete mellan institutioner och stärka gemenskapens identitet. Detta kommer att säkerställa hållbar tillväxt, förbättra varumärkeskännetecken och konsolidera BAUHAUS4EU:s position inom europeisk högre utbildning.

**För externa målgrupper** strävar vi efter att positionera BAUHAUS4EU som en nyckelaktör inom utbildning, regional utveckling och politik, öka medvetenheten om europeiska universitetsallianser och betona BAUHAUS4EU:s roll i utvecklingen av det europeiska området för högre utbildning och dess viktigaste initiativ.

- **Sprida resultat och framsteg från BAUHAUS4EU-alliansen:**  
Genom att förbättra den interna kommunikationen mellan alla projektets intressenter säkerställer BAUHAUS4EU ett smidigt informationsflöde mellan arbetspaket, kommittéer och råd. Detta samarbete stärker samordningen inom alliansen och stödjer ett effektivt genomförande av aktiviteterna.





För att förbli anpassningsbar och i linje med projektets behov kommer kommunikations- och spridningsdokument att granskas och uppdateras regelbundet. Dessa uppdateringar kommer att diskuteras inom alliansens kommunikationsteam och implementeras i enlighet med den föränderliga kommunikationsstrategin, vilket säkerställer att alla aktiviteter förblir relevanta, konsekventa och strategiskt styrda.

Vidare kommer BAUHAUS4EU att föra en aktiv dialog med viktiga intressenter på lokal, regional, nationell och europeisk nivå, däribland ministerier, beslutsfattare och institutioner. Syftet med dessa utbyten är att ta itu med utmaningar i samband med genomförandet av initiativet Europeiska universitet, presentera alliansens resultat, lämna politiska rekommendationer och samarbeta för att förverkliga dem. Att stärka relationerna med media är också en prioritet: särskild uppmärksamhet kommer att ägnas åt medier som specialiserar sig på europeiska frågor, högre utbildning och akademiskt ansvar, medan bredare mediekkanaler kommer att engageras för att ytterligare öka synligheten för BAUHAUS4EU och dess genomslagskraft.

- **Användande för att underlätta långsiktig framgång och hållbarhet:** För att underlätta BAUHAUS4EU:s hållbarhet efter den inledande EU-finansierade fasen som Erasmus+-projekt utvecklar alliansen strategier för att säkerställa fortsatt tillväxt och långsiktig påverkan. Dessa insatser fokuserar på att säkra stabila finansieringskällor och bygga varaktiga partnerskap och samarbeten som sträcker sig långt utöver projektets officiella löptid.

En viktig del av denna strategi är bildandet av strategiska nätverk med externa intressenter, inklusive beslutsfattare, regionala aktörer och andra utbildningsorganisationer. Regionala partner kommer i synnerhet att spela en central roll i att främja lokala nätverk och integrera alliansen i regionala ekonomiska, kulturella och sociala dynamiker. På detta sätt stärker BAUHAUS4EU sin grund för långsiktig motståndskraft samtidigt som dess räckvidd och inflytande breddas.

Tillsammans skapar dessa tre åtgärdsområden en omfattande strategi för kommunikation, spridning och utnyttjande som inte bara stöder alliansens dagliga verksamhet utan också säkerställer dess långsiktiga synlighet, inflytande och hållbarhet. Genom att öka medvetenheten, dela med sig av framgångar och säkra varaktiga partnerskap positionerar sig BAUHAUS4EU som en drivkraft för innovation och samarbete inom europeisk högre utbildning – en drivkraft som fortsätter att växa i betydelse långt efter projektets ursprungliga finansieringsfas.





## 3. MÅLGRUPPER

För att maximera effekten av BAUHAUS4EU-alliansen måste dess direkta förmånstagare vara väl informerade, aktivt engagerade och kontinuerligt medvetna om dess aktiviteter och mål. Olika målgrupper kräver skräddarsydda strategier som tillgodoser deras specifika behov och intressen. För att nå rätt målgrupper måste man välja och använda de mest lämpliga kommunikationskanalerna för varje grupp. Noggrann identifiering och strategisk användning av dessa kanaler är därför avgörande för att säkerställa en effektiv räckvidd.

### 3.1. Primary audiences

The primary audiences consist of stakeholders directly involved in education, and innovation within the BAUHAUS4EU alliance:

- Students (undergraduate, postgraduate, PhD candidates, lifelong learners)
- Academic staff (professors, teachers, lifelong learners)
- Administrative staff (lifelong learners)
- Research institutions and labs
- University administrators and project managers
- BAUHAUS4EU associated partners and other regional stakeholders (lifelong learners)

These groups will benefit from enhanced collaboration, knowledge sharing, and access to new education, training and academic opportunities within the Alliance.

### 3.2. Sekundära målgrupper

De sekundära målgrupperna är externa intressenter som påverkar eller drar nytta av projektets resultat:

- Blivande studenter, doktorander och personal vid BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet
- Alumner från BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet
- Lokala myndigheter och beslutsfattare (regionala/nationella utbildnings- och kulturministerier, EU-institutioner)
- Branschpartner och branschorganisationer (företag, nystartade företag, innovationscentrum och organisationer)
- Allmänheten (medborgare som är intresserade av hållbarhet, kulturarv och utbildning)





- Andra europeiska universitetsallianser och nätverk (för att främja projektöverskridande samarbete och utbyte av bästa praxis)
- Europeiska kommissionen och andra EU-institutioner som är verksamma inom det europeiska utbildningsområdet
- Det nya europeiska Bauhaus – initiativ och gemenskap

För att säkerställa en grundlig förståelse av varje grupps behov och förväntningar kommer preliminära undersökningar och personliga intervjuer att genomföras. Detta tillvägagångssätt kommer att:

- Samla in viktig information för att anpassa budskap och strategier för att öka medvetenheten.
- Utveckla personprofiler för varje målgrupp, med fokus på deras intressen, utmaningar

och de viktigaste fördelarna med att engagera sig i BAUHAUS4EU.

Under projektets löptid kommer kategorierna att förfinas för att bättre anpassas till de förändrade kommunikationsbehoven.

Tabell 3.1 beskriver BAUHAUS4EU:s huvudsakliga målgrupper, de budskap som anpassats till varje grupp samt de viktigaste kommunikationskanalerna och verktygen för att effektivt nå och engagera dessa målgrupper. Den omfattar både primära och sekundära målgrupper,

vilket säkerställer en heltäckande strategi för att skapa medvetenhet, engagemang och samarbete.

**Tabell 3.1** BAUHAUS4EU:s huvudsakliga målgrupper och motsvarande kommunikationsstrategier

	<b>Målgrupp</b> <b>VEM?</b>	<b>Nyckelbudskap</b> <b>VAD?</b>	<b>Kanaler</b> <b>VAR?</b>
<b>Primär målgrupp</b>	Studenter (undergraduate, postgraduate, PhD-kandidater, livslångt lärande)	Skapa medvetenhet, skapa engagemang, sprida projektets resultat, uppmuntra engagemang i alliansens aktiviteter, visa upp mervärdet av samarbete inom BAUHAUS4EU	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU-webbplats, podcast, medlemsuniversitetens kanaler, nyhetsbrev, sociala medier: Instagram, LinkedIn), evenemang (interna, lokala), fysiska kanaler (t.ex. broschyrer, affischer, broschyrer)





Akademisk personal (professorer, föreläsare, forskare)	Skapa medvetenhet, skapa engagemang, sprida projektets resultat, uppmuntra engagemang i alliansens aktiviteter, visa upp mervärdet av samarbete inom BAUHAUS4EU	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU- webbplats, podcast, medlemsuniversitetens kanaler, nyhetsbrev, sociala medier: LinkedIn), evenemang (interna, lokala), fysiska kanaler (t.ex. broschyrer, affischer, broschyrer)
Administrativ personal	Skapa medvetenhet, skapa engagemang, sprida projektets resultat och resultat, visa upp mervärdet av samarbete inom BAUHAUS4EU	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU- webbplats, podcast, medlemsuniversitetens kanaler, nyhetsbrev, sociala medier: LinkedIn), evenemang (interna, lokala), fysiska kanaler (t.ex. broschyrer, affischer, broschyrer)
Forskningsinstitutioner och labb	Uppmuntra forskningslaboratorier att delta i alliansaktiviteter kopplade till utbildning och fortbildning	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU- webbplats, sociala medier: LinkedIn), evenemang (t.ex. universitetets öppna dagar, infosessioner), fysiska kanaler (t.ex. broschyrer, affischer, flygblad)
Administrativ personal och projektledare	Skapa medvetenhet, skapa engagemang, sprida projektets resultat, visa upp mervärdet av samarbete inom BAUHAUS4EU och alliansens förmåga att fungera som en förebild	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU- webbplats, podcast, medlemsuniversitetens kanaler, nyhetsbrev, sociala medier: LinkedIn), evenemang (interna, lokala)
BAUHAUS4EU associerade partners	Presentera mervärdet av samarbete med BAUHAUS4EU,	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU- webbplats, podcast,





	och andra regionala intressenter	uppmuntra engagemang i alliansens verksamhet	medlemsuniversitetens kanaler, sociala medier: Instagram, LinkedIn), evenemang, pressmeddelanden
<b>Sekundär målgrupp</b>	Blivande studenter, doktorander och personal vid BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet	Uppmuntra engagemang i alliansens verksamhet	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU-webbplats, podcast, sociala medier: Instagram, LinkedIn), evenemang (interna, lokala, t.ex. universitetets öppna dagar, info-sessioner), fysiska kanaler (t.ex. broschyrer, affischer, flygblad)
	Alumner från BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet	Skapa medvetenhet, skapa engagemang, sprida projektets resultat	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU-webbplats, podcast, nyhetsbrev, sociala medier: Instagram, LinkedIn), evenemang
	Lokala myndigheter och beslutsfattare (regionala/nationella utbildnings- och kulturministerier, EU-institutioner)	Säkerställa alliansens position som en viktig intressent på den högre utbildningsscenen, visa upp alliansens förmåga att fungera som en förebild för andra lärosäten och dess mervärde till hållbarhetsomställningen i regionen	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU-webbplats, medlemsuniversitetens kanaler, sociala medier: LinkedIn), evenemang, pressmeddelanden
	Industripartners och föreningar (företag, startups, innovationshubbar och organisationer)	Säkerställa alliansens position som en viktig intressent på den högre utbildningsscenen och presentera mervärdet av samarbete med BAUHAUS4EU	Digitala kanaler (sociala medier: Instagram, LinkedIn), evenemang, press- och mediareleaser
	Allmänheten (medborgare som är	Representera och säkerställa positionen	Digitala kanaler (Podcast, sociala



intresserade av hållbarhet, kulturarv och utbildning)	som den Europeiska universitetsalliansen på den internationella scenen för högre utbildning	medier: Instagram, LinkedIn), evenemang, press- och mediareleaser
Andra EU-allianser och nätverk	Främja samarbete mellan projekt och utbyte av bästa praxis, säkerställa alliansens position som en viktig aktör inom högre utbildning, visa upp BAUHAUS4EU:s förmåga att fungera som förebild för andra allianser	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU-webbplats, podcast, medlemsuniversitetens kanaler, sociala medier: Instagram, LinkedIn), evenemang
Europeiska kommissionen och andra EU-institutioner som är verksamma inom det europeiska utbildningsområdet	Visa upp alliansens förmåga att fungera som en förebild för andra lärosätes-institutioner	Digitala kanaler (BAUHAUS4EU-webbplats, medlemsuniversitetens kanaler, sociala medier: Instagram, LinkedIn), evenemang, pressmeddelanden
New European Bauhaus – Initiativ och gemenskap	Visa upp alliansens förmåga att fungera som en förebild för andra lärosätes-institutioner och hållbar regional utveckling	New European Bauhaus-nyhetsbrev, bidrag till evenemang och samarbete med samhället (t.ex. DigiNEB, CrAFt, NEBULA, NEB Lighthouses, NEB Labs, NEB Facility)



## 4. VIKTIGA KOMMUNIKATIONSBUDSKAP

En tydlig definition av viktiga kommunikationselement är grundläggande för BAUHAUS4EU-alliansens kommunikationsplan. Dessa element – viktiga budskap, tonfall, språk, varumärkesimage och visuell konsekvens – utgör ett ramverk som kommer att vägleda hur vi förmedlar våra budskap och säkerställa målinriktad, sammanhängande och effektiv kommunikation på alla plattformar och i alla spridningsaktiviteter.

### 4.1. Viktiga budskap

BAUHAUS4EU:s kommunikations- och informationsbudskap kommer att fokusera på att ta upp viktiga frågor, bland annat:

- Vad är BAUHAUS4EU och vilka är dess mål? Vilka kärnvärden, mål och ambitioner driver projektet?
- Vilka är medlemmarna i BAUHAUS4EU och vilka möjligheter finns det för deras samhällen att engagera sig?
- Vilka är de specifika målen för BAUHAUS4EU-alliansen och vilka är dess förväntade resultat och prestationer?
- Hur kan studenter, akademisk och administrativ personal dra nytta av sitt universitets deltagande i alliansen?
- Vilken samhällelig inverkan har alliansen, särskilt när det gäller dess inflytande på lokal, regional och europeisk nivå?
- Varför bör intressenter stödja alliansen och delta i dess aktiviteter?
- Hur bidrar BAUHAUS4EU till att stärka integrationen, internationaliseringen och den övergripande attraktionskraften hos den europeiska högre utbildningen?

Genom att konsekvent ta itu med dessa frågor säkerställer BAUHAUS4EU att dess kommunikations- och spridningsaktiviteter är tydliga, målinriktade och effektiva, vilket stärker både alliansens identitet och dess synlighet i hela Europa.

### 4.2. Tonalitet

Tonaliteten i BAUHAUS4EU:s kommunikation bör i första hand vara formell och återspegla projektets officiella karaktär och dess överensstämmelse med målen för både initiativet Europeiska universitet och initiativet Nya europeiska Bauhaus.

Tonen måste förmedla professionalism och auktoritet samtidigt som den bibehåller flexibilitet, inkludering och mångfald och anpassar sig till olika intressenters behov. Den bör också återspegla våra gemensamma värderingar, inklusive att ta ansvar för en hållbar framtid, mänsklighetscentrering och empati, mångfald, inkludering och



jämställdhet, att vara ansvarstagande europeiska medborgare, interkulturell kompetens och flerspråkighet, akademisk frihet, vänlighet, glädje och lycka.

För att effektivt engagera studenter och doktorander kan tonen skifta till en mer informell och tilltalande stil, vilket gör innehållet mer relaterbart och engagerande.

Denna flexibilitet bör också vara tydlig i valet av kommunikationskanaler och verktyg, med en mer avslappnad ton och vardagliga uttryck som används där det är lämpligt, till exempel på sociala medieplattformar.

Detta tillvägagångssätt säkerställer att vår kommunikation inte bara är professionell och inkluderande, utan också autentisk och värdedriven, vilket främjar meningsfulla kontakter mellan olika målgrupper och uppmuntrar respektfull interaktion.

### **4.3. Språk**

För att lyckas kommunicera och engagera våra målgrupper kommer BAUHAUS4EU att använda en strategisk approach när det gäller slogans, hashtags, språklig korrekthet och flerspråkigt innehåll.

#### **Slogan och hashtags**

BAUHAUS4EU behöver ett starkt och meningsfullt motto för att effektivt förmedla och främja alliansens värderingar och uppdrag. En särskild slogan och hashtags kommer att användas i kommunikationskampanjer för att öka medvetenheten och främja engagemanget hos våra målgrupper.

För att säkerställa konsekvens och synlighet på alla plattformar kommer primära hashtags för BAUHAUS4EU-kommunikation att vara:

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

Dessa primära hashtags kommer att integreras i alla våra informationsinsatser, anpassade till varje tillfälle, för att lyfta fram projektets engagemang för hållbarhet, innovation och gränsöverskridande samarbete.

Hashtaggen #B4EU, fonetiskt "Be for EU" (eller "för Europeiska unionen, Europa"), symboliserar idén om "tillsammans för Europa", ett starkt budskap om solidaritet och samarbete inom Europeiska unionen. Beroende på kommunikationsbudskapets tema kan ett bredare utbud av hashtags relaterade till projektet användas, såsom





#ResilientRegions, #SustainableRegions, #InclusiveRegions och #BeautifulRegions, för att bättre lyfta fram de specifika värdena och målen för BAUHAUS4EU.

### **Språklig korrekthet**

En viktig prioritering för BAUHAUS4EU-alliansen är att upprätthålla språklig och grammatisk korrekthet i alla kommunikationskanaler och publikationer. Därför är en av uppgifterna för BAUHAUS4EU:s redaktionskommitté (se avsnitt 5.1 nedan) att korrekturläsa och säkerställa språklig korrekthet och konsekvens i all publicerad kommunikation.

Observera att den korrekta stavsättningen av alliansens namn är BAUHAUS4EU (och inte Bauhaus4EU).

### **Brittisk engelska och lokala språk**

Brittisk engelska, som är BAUHAUS4EU:s huvudspråk, kommer även fortsättningsvis att användas som grundspråk för kommunikation i alliansens kanaler. Med tanke på alliansens flerspråkiga karaktär producerar och distribuerar varje medlemsuniversitet kommunikationsmaterial på sitt lokala språk (inlägg på sociala medier, artiklar på webbplatsen, pressmeddelanden, broschyrer och foldrar på lokala språk). De lokala språk som används är albanska, bulgariska, franska, tyska, grekiska, italienska, polska, portugisiska och svenska.

#### **4.4. Varumärkesimage och visuell enhetlighet**

BAUHAUS4EU kommer att upprätthålla en enhetlig varumärkesidentitet genom att använda konsekventa visuella element som logotyper (exempel på logotypen visas i fig. 1), typsnitt, färgpaletter och mallar.

Detta säkerställer en sammanhängande och igenkännbar närvaro i alla kommunikationsmaterial, inklusive webbplatser, sociala medier och dokument. Målet är att stärka BAUHAUS4EU:s varumärkeskännedom och göra dess mission och vision lätt identifierbara för alla intressenter.



**Fig. 1:** Exempel på alliansens logo.

#### **4.5. Avtalsenlig skyldighet att använda EU-emblemet**

Alla kommunikationsaktiviteter som stödmottagarna bedriver i samband med alliansen (t.ex. mediekontakter, konferenser, seminarier samt reklammaterial såsom





broschyrer, flygblad, affischer, presentationer etc., oavsett om de är i elektronisk form, distribueras via traditionella medier eller digitala kanaler) är avtalsenligt skyldiga att erkänna stöd till den Europeiska unionen, visa den europeiska flaggan (emblemet) (se bidragsavtalet, artikel 17.2) och inkludera ansvarsfriskrivningen (se bidragsavtalet, artikel 17.3, exempel på emblemet och ansvarsfriskrivningen visas i figur 2), översatt till lokala språk, där så är tillämpligt:



”Finansierat av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarens/författarnas och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska

unionens eller [namn på den beviljande myndigheten] åsikter. Varken Europeiska unionen eller den beviljande myndigheten kan hållas ansvariga för dessa.”

**Fig. 2:** Europeisk flagga (emblem) och ansvarsfriskrivning som ska användas av BAUHAUS4EU

Emblemet får inte modifieras på något sätt, vilket inkluderar att lägga till andra visuella märken, texter eller varumärken. Det måste förbli tydligt, separat och emblemet måste vara minst lika synligt som andra logotyper som eventuellt visas (t.ex. från mottagare eller sponsorer). Ingen annan visuell identitet eller logotyp får användas för att ange EU-stöd förutom emblemet.<sup>1</sup>

Även om stödmottagarna får använda emblemet utan att först inhämta godkännande från den beviljande myndigheten, ger detta dem inte rätt till exklusiv användning. Det är förbjudet att tillägna sig emblemet eller något liknande varumärke eller logotyp genom registrering eller på annat sätt.<sup>2</sup>

För mer information, se artikel 17 i bidragsavtalet och läs Europeiska kommissionens riktlinjer för visuell identitet:

[https://commission.europa.eu/resources/european-commission-visual-identity\\_en](https://commission.europa.eu/resources/european-commission-visual-identity_en)

EU:s emblem med uppgiften om medfinansiering kan laddas ned från Europeiska kommissionens nedladdningscenter.

[https://ec.europa.eu/regional\\_policy/information-sources/logo-download-center\\_en](https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en)

---

<sup>1</sup> 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-81ca65ade2ffad73\\_en?filename=eu\\_emblem\\_rules.pdf](https://commission.europa.eu/document/download/3192a0ef-6bda-4e1a-81ca65ade2ffad73_en?filename=eu_emblem_rules.pdf)> p. 11-12.

<sup>2</sup> Cf. European Commission, p.12.



## 5. KOMMUNIKATIONSPROCESSER, KANALER OCH VERKTYG

För att säkerställa ett smidigt och effektivt informationsflöde inom alliansen kommer BAUHAUS4EU att implementera specifika kommunikationsprocesser, kanaler och verktyg, med särskilt fokus på interna och externa kommunikationsrutiner. De interna kommunikationsrutinerna kommer att fokusera på att stärka samarbetet mellan arbetspaket, kommittéer och råd, vilket möjliggör en effektiv samordning mellan alla partnerinstitutioner. Den externa kommunikationen kommer däremot att syfta till att öka medvetenheten om alliansens verksamhet, dela resultaten med intressenterna och främja engagemanget hos regionala, nationella och europeiska målgrupper. Tillsammans kommer dessa processer och verktyg att utgöra stommen i BAUHAUS4EU:s kommunikationsstrategi och stödja alliansens synlighet, trovärdighet och långsiktiga genomslagskraft.

### 5.1. Kommunikationsrutiner

För att underlätta kommunikationen inom alliansen har en redaktionskommitté inrättats för att övervaka allt innehåll som distribueras via alliansens digitala plattformar (webbplats, sociala medier etc.). För en effektiv och konsekvent implementering har tre scenarier definierats, vart och ett med skräddarsydda kommunikationsvägar, såsom illustreras i figur 3:

- **Spridning av alliansrelaterad information på partneruniversitetens kanaler:**  
Redaktionskommittén förbereder och distribuerar information om alliansen på sina egna kommunikationskanaler och skickar sedan detta innehåll till kommunikationsansvariga vid partneruniversiteten så att det kan delas på deras respektive kanaler.
- **Spridning av information från partneruniversiteten på alliansens kanaler:**  
Kommunikationsansvariga vid partneruniversiteten samlar in information som kan vara av intresse för alliansen. Denna information skickas sedan till redaktionskommittén, som ansvarar för att publicera den på de mest lämpliga plattformarna (sociala medier, webbplats etc.).
- **Direkt kommunikation mellan kommunikationsansvariga:**  
Kommunikationsansvariga vid varje partneruniversitet ansvarar också för att vidarebefordra relevant information som kan vara av intresse för andra partneruniversitet, vilket underlättar utbytet av nyheter och information inom nätverket.







Denna strukturerade strategi möjliggör ett effektivt informationsutbyte och garanterar en sammanhängande, konsekvent och effektiv kommunikation inom alliansen.



**Fig. 3:** Kommunikationsvägar för spridning av alliansens resultat och aktiviteter mellan och inom BAUHAUS4EU-institutionerna.



## 5.2. Kommunikationskanaler

Kommunikationskanalerna och verktygen för intern och extern kommunikation är utformade för att säkerställa en smidig samordning inom alliansen och för att stärka BAUHAUS4EU:s synlighet och visa dess engagemang för att åstadkomma förändring. Figur 4 ger en översikt över BAUHAUS4EU:s kommunikationskanaler och verktyg.



**Fig. 4:** Kommunikationskanaler och verktyg för spridning av alliansens resultat och aktiviteter.

### Intern kommunikation

Intern kommunikation är avgörande för att möjliggöra ett fruktbart samarbete och samordning mellan och inom alla partnerinstitutioner i projektet. Följande kanaler och



verktyg kommer att användas för att främja effektiv kommunikation mellan alla teammedlemmar, projektpartner och intressenter som är involverade i BAUHAUS4EU:

**E-postnyhetsbrev:** Månatliga nyhetsbrev kommer att skickas ut för att hålla alla medlemmar informerade om viktiga projektutvecklingar, kommande evenemang och nya möjligheter. Skräddarsytt innehåll kommer att tillhandahållas olika intressentgrupper inom alliansen för att säkerställa relevans och tydlighet. Nyhetsbrev kommer också att lyfta fram framgångar, milstolpar och samarbetsresultat, vilket bidrar till att främja en gemensam vision bland deltagarna.

**Samarbetsplattform och verktyg:** För att underlätta interaktion och informationsutbyte använder BAUHAUS4EU en digital samarbetsplattform. Denna plattform fungerar som en

central knutpunkt för dokumentdelning, projektuppdateringar, uppgiftshantering och kommunikation mellan teamen. Ytterligare digitala verktyg kommer att användas för att förbättra teamsamarbetet, så att medlemmarna kan hålla kontakten oavsett var de befinner sig geografiskt. Plattformen kommer också att möjliggöra integrering av feedback och idéer från olika partner, vilket säkerställer en öppen och inkluderande kommunikationsmiljö.

**Regelbundna virtuella möten och fysiska möten:** Regelbundna möten (två gånger i månaden) kommer att planeras in för att säkerställa kontinuerlig kommunikation och samordning mellan alla projektpartner. Tillfälliga möten kan också anordnas beroende på projektets specifika behov. Dessa möten kommer att ge utrymme för att diskutera framsteg, ta itu med utmaningar och enas om nästa steg. Digitala kommunikationsverktyg kommer att användas för dessa möten för att säkerställa tillgänglighet för deltagare från alla medlemsinstitutioner.

Utöver virtuella möten kommer fysiska möten att anordnas regelbundet för att bygga starkare relationer, underlätta diskussioner och säkerställa ett djupare samarbete. Dessa fysiska möten kan hållas på olika partnerplatser eller under större projekthändelser (t.ex. BAUHAUS4EU-forum). De kommer att ge en möjlighet att dela med sig av bästa praxis och fördjupa samarbetet.

Genom att kombinera nyhetsbrev via e-post, digitala samarbetsverktyg och både virtuella och fysiska möten kommer BAUHAUS4EU att säkerställa ett konsekvent och effektivt informationsflöde mellan alla projektets intressenter, vilket främjar öppenhet, samarbete och långsiktig framgång. Dessa verktyg kommer inte bara att förbättra den dagliga kommunikationen utan också skapa en samarbetskultur som stöder projektets övergripande mål.





## Extern kommunikation

Effektiv extern kommunikation är avgörande för att öka medvetenheten om BAUHAUS4EU-alliansen, engagera olika intressenter och säkerställa öppenhet och synlighet under hela projektets löptid. Vår alliansstrategi syftar till att nå en bred publik, inklusive externa partner, beslutsfattare, allmänheten och det bredare akademiska samfundet.

All kommunikation och allt informationsmaterial samt alla evenemang måste ange Europeiska unionens stöd (EU-emblemet, finansieringsförklaring och juridisk ansvarsfriskrivning). De avtalsenliga skyldigheterna måste konsulteras enligt artikel 17 i bidragsavtalet.

Mer information om användarvillkoren anges också i Europeiska kommissionens riktlinjer för visuell identitet.<sup>3</sup> EU-emblemet inklusive förklaringen om medfinansiering kan laddas ned från Europeiska kommissionens nedladdningscenter:

[https://ec.europa.eu/regional\\_policy/information-sources/logo-download-center\\_en](https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en)

## Digitala kanaler

**Särskild projektwebbplats:** BAUHAUS4EU-webbplatsen (<https://www.bauhaus4.eu/>) kommer att innehålla avsnitt om projektets mål, milstolpar, viktiga resultat och senaste nyheter. Den kommer också att ge tillgång till publikationer, rapporter, information om evenemang och andra resurser, vilket gör det enkelt för intressenter att hålla sig informerade om alliansens framsteg och resultat. Vi kommer att genomföra en behovsanalys med viktiga intressenter, såsom bidragsgivare till arbetspaket, rådsmedlemmar etc., via onlineenkäter och särskilda möten.

Webbplatsen kommer så småningom att integreras i en gemensam digital plattform. Denna plattform kommer att fungera som en central knutpunkt för alla uppdateringar, resurser och resultat: den kommer att stödja smidiga digitala interaktioner mellan alliansmedlemmarna och erbjuda utrymme för gemensamma aktiviteter och evenemang för alla målgrupper.

**Sociala medieplattformar (LinkedIn, Instagram):** Sociala medier är ett viktigt verktyg för att sprida nyheter om projektet, nå ut till en bredare publik och främja interaktion mellan intressenter. Plattformar som LinkedIn och Instagram kommer att användas för att dela milstolpar, höjdpunkter från evenemang och vittnesmål från anställda,

---

<sup>3</sup> 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](https://commission.europa.eu/document/download/3192a0ef-6bda-4e1a-81ca-65ade2ffad73_en?filename=eu_emblem_rules.pdf)





studenter och andra medlemmar av de partnerhögskolorna. Dessa inlägg kan också innehålla bakom kulisserna-material, uppdateringar, foton och korta videoklipp för att visa effekterna av BAUHAUS4EU och dess olika initiativ, vilket främjar en känsla av gemenskap och entusiasm.

Allt innehåll som delas måste ha en tydlig koppling till BAUHAUS4EU-alliansen och får inte användas enbart för att marknadsföra enskilda akademiska aktiviteter. Det huvudsakliga språket som används på våra sociala mediekanaler kommer att vara brittisk engelska, förutom i fall av reposts eller gemensamma samarbeten där andra språk kan vara lämpliga.



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

**Huvudsaklig målgrupp:** Studenter, akademisk och administrativ personal, forskningsinstitutioner och laboratorier, universitetsadministratörer och projektledare, blivande studenter, doktorander och personal vid BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet, alumner från BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet, BAUHAUS4EU associerade partner, lokala myndigheter och beslutsfattare, industripartner, allmänheten, andra EU-allianser och nätverk, Europeiska kommissionen och andra EU-institutioner som är verksamma inom det europeiska utbildningsområdet.

**Typ av innehåll:** Information om akademiska partnerskap, professionella evenemang, samarbeten etc.

**Mål:** Skapa professionella kontakter, utveckla partnerskap, främja samarbetsinitiativ och projekt.



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

**Huvudsaklig målgrupp:** Studenter, blivande studenter och doktorander

**Typ av innehåll:** Visuellt tilltalande inlägg, universitetsrelaterade evenemang, höjdpunkter (t.ex. foton, videor från konferenser, studentprojekt, bakom kulisserna...)

**Mål:** Bygga en engagerad, visuellt stimulerande gemenskap, uppmuntra interaktion och engagemang (gilla-markeringar, delningar, kommentarer).

Beroende på popularitet och efterfrågan kan andra sociala mediekonto skapas för att nå en ännu bredare och mer varierad publik.

**E-postnyhetsbrev:** E-postnyhetsbrev kommer att skickas regelbundet till olika intressenter för att ge dem riktade uppdateringar om projektets framsteg, kommande evenemang och andra relevanta händelser. Dessa nyhetsbrev kommer att anpassas till olika målgrupper, inklusive studenter, livslångt lärande, akademisk och





administrativ personal och regionala intressenter. De kommer att lyfta fram viktiga milstolpar, prestationer och möjligheter att delta i projektet, för att hålla externa intressenter engagerade och väl informerade.

**Podcasts:** Under projektets gång kommer en serie podcasts att lanseras för att dela med sig av djupgående diskussioner och personliga berättelser relaterade till BAUHAUS4EU. Varje avsnitt kommer huvudsakligen att behandla projektinitiativ, evenemang, utforskningsmöjligheter inom högre utbildning i Europa samt studenters och personalens erfarenheter, och kommer att belysa viktiga ögonblick och insikter från alliansen. Dessa poddsändningar kommer att finnas tillgängliga på engelska och publiceras på BAUHAUS4EU:s webbplats, vilket ger lyssnarna ett tillgängligt och on demand-sätt att hålla sig informerade om projektets aktiviteter och dess inverkan på samhället.

Tabell 5.1 beskriver BAUHAUS4EU:s digitala kanaler och identifierar den huvudsakliga målgruppen för varje kanal, typerna av innehåll och de huvudsakliga målen.

**Tabell 5.1** BAUHAUS4EU:s digitala kommunikationskanaler

Digital kanal	Huvudmålgrupp	Innehållstyp	Mål
Projektets hemsida	Studenter, akademisk och administrativ personal, forskningsinstitutioner och laboratorier, universitetsadministratörer och projektledare, presumtiva studenter, doktorander och personal vid BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet, alumner från BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet, BAUHAUS4EU associerade partners, lokala myndigheter och policymarkörer, andra EU-allianser och -nätverk inom EU:s utbildningsområde och andra EU-institutioner som är aktiva.	Detaljerad information om projektet, mål, milstolpar, nyckelprestationer, resultat, kommande evenemang, publikationer, rapporter och senaste nyheter och andra resurser	Tillhandahålla en centraliserad plattform för att dela viktig information om projektet, säkerställa transparens, ge tillgång till resurser och främja intressenternas engagemang under hela projektet





Sociala medier: LinkedIn	Studenter, akademisk och administrativ personal, forskningsinstitutioner och laboratorier, universitetsadministratörer och projektledare, blivande studenter, doktorander och personal vid BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet, alumner från BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet, BAUHAUS4EU associerade partners, lokala myndigheter och beslutsfattare, branschpartners, allmänheten och andra EU-allianser, nätverk inom EU och andra europeiska utbildningskommissioner.	Information om akademiska partnerskap, professionella evenemang, forskning, samarbeten	Bygg professionella kontakter, utveckla partnerskap, främja samarbetsinitiativ och projekt
Sociala medier: Instagram	Studenter, blivande studenter och doktorander	Visuellt tilltalande inlägg, universitetsrelaterade evenemang, höjdpunkter (t.ex. foton, videor från konferenser, student projects, behind-the-scenes...)	Bygg en engagerad, visuellt stimulerande community, uppmuntra interaktion och engagemang (gillar, delar, kommentarer)
Nyhetsbrev via e-post	Studenter, akademisk och administrativ personal, universitetsadministratörer och projektledare, alumner från BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet, lokala myndigheter och beslutsfattare, industripartners	Projektförlopp och resultat, evenemangsmeddelanden, aktivitetssuppdateringar och information om kommande steg	Upprätthåll regelbunden och riktad kommunikation med intressenter, håll dem informerade om framsteg, kommande evenemang,





			annan relevant utveckling och uppmuntra till större samarbete och delaktighet under hela projektet
Podcasts	Studenter, akademisk och administrativ personal, blivande studenter, doktorander och personal vid BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet, alumner från BAUHAUS4EU-medlemsuniversitet, BAUHAUS4EU-associerade partners, allmänheten, andra EU-allianser och nätverk	Intervjuer (erfarenheter från personal och studenter), diskussioner om projektinitiativ, utforskningsmöjligheter inom högre utbildning i Europa, presentation av nyckelprojektresultat och insikter från Alliansen	Tillhandahålla engagerande ljudinnehåll för att dela projektidéer och resultat, attrahera en bredare publik och skapa ett utrymme för diskussion om utbildnings- och hållbarhetsfrågor i Europa

### Traditionella medier

Pressmeddelanden om viktiga milstolpar kommer att distribueras för att informera om viktiga utvecklingar och betydande milstolpar som uppnåtts av BAUHAUS4EU-alliansen. Dessa pressmeddelanden kommer att lyfta fram viktiga framsteg, nya partnerskap och aktiviteter med stor påverkan. Pressmeddelandena kommer att publiceras strategiskt i samband med viktiga projektfaser för att säkerställa maximal mediebevakning och allmän kännedom.

Intervjuer med viktiga projektledare, partnerinstitutioner och intressenter kommer att genomföras och delas med externa målgrupper via olika mediekkanaler. Dessa intervjuer kommer att ge värdefulla insikter om målen och effekterna av BAUHAUS4EU och tillföra ett mänskligt element till kommunikationsinsatserna. Genom att presentera olika synpunkter inom projektet kommer intervjuerna att bidra till att illustrera alliansens mångfald och samarbetsanda.

Tabell 5.2 sammanfattar BAUHAUS4EU:s traditionella kommunikationskanaler och identifierar den huvudsakliga målgruppen för varje kanal, typerna av innehåll och de viktigaste målen.

**Tabell 5.2** BAUHAUS4EU:s traditionella kommunikationskanaler







<b>Traditionella medier</b>	<b>Huvudmålgrupp</b>	<b>Innehållstyp</b>	<b>Mål</b>
Pressmeddelande	Universitetsadministratörer och projektledare, BAUHAUS4EU associerade partners, lokala myndigheter och beslutsfattare, industripartners, allmänheten, andra EU-allianser och nätverk, EU-kommissionen och andra EU-institutioner verksamma inom det europeiska utbildningsområdet, media	Aktuella uppdateringar om BAUHAUS4EU-alliansen, inklusive milstolpar, nya partnerskap, kommande evenemang, prestationer	Öka allmänhetens medvetenhet och uppmärksamhet i media om alliansen BAUHAUS4EU, generera pressbevakning och nå en bred publik för att främja alliansens mål, framgångar och möjligheter till engagemang
Intervjuer	Studenter, akademisk och administrativ personal, BAUHAUS4EU associerade partners, blivande studenter, doktorander och personal vid BAUHAUS4EU medlemsuniversitet, lokala myndigheter och beslutsfattare, industripartners, allmänheten	Nyckelpersoner involverade i projektet (projektledare, studenter, akademisk personal), delar med sig av sina personliga erfarenheter, insikter och BAUHAUS4EU-projektets inverkan på deras akademiska och professionella liv	Öka synligheten och trovärdigheten för projektet, humanisera projektet och engagera publiken på en djupare nivå



## Evenemang

**Workshops och seminarier för att engagera studenter och personal:** Workshops och seminarier kommer att anordnas för att involvera studenter, personal och andra intressenter i projektaktiviteterna.

Dessa evenemang kommer att ge möjligheter att utbyta kunskap, utveckla färdigheter och dela med sig av bästa praxis. Ämnena kommer att sträcka sig från akademiskt samarbete till innovation och hållbarhetspraxis, uppmuntra aktivt deltagande och en känsla av ägande inom BAUHAUS4EU-gemenskapen.

**Regionala workshoppar för att diskutera resultaten med lokala myndigheter och regionala partner:** Offentliga forum kommer att anordnas för att presentera projektresultaten och diskutera deras implikationer med lokala myndigheter, regionala partner och allmänheten.

Dessa forum kommer att användas för att samla in feedback och säkerställa att projektresultaten är i linje med regionens behov och mål. Genom att involvera lokala myndigheter och intressenter i samhället kommer dessa workshoppar att bidra till att stärka projektets samhälleliga påverkan och uppmuntra till ökat deltagande från samhället.

**Interregionala workshoppar för att främja samarbete och kunskapsutbyte:** Interregionala workshoppar kommer att anordnas, där associerade partner och viktiga intressenter från varje region samlas. Dessa evenemang kommer att fungera som dynamiska plattformar för ett kontinuerligt utbyte av kunskap, resurser och expertis mellan regionerna. Genom att främja dialogen mellan de olika intressenterna kommer workshopparna att uppmuntra utbyte av bästa praxis och skapa nya möjligheter för interregionalt samarbete. Syftet med dessa workshoppar är att stärka de interregionala banden inom alliansen och bidra till uppbyggnaden av ett sammanhängande och innovativt nätverk.

**Årligt BAUHAUS4EU-forum för att dela med sig av framsteg och resultat:** BAUHAUS4EU-alliansen kommer att anordna årliga konferenser för att dela med sig av framsteg och resultat till allmänheten, intressenter och den akademiska världen. Dessa konferenser kommer att fungera som viktiga plattformar för att presentera alliansens resultat, lyfta fram innovativa metoder och underlätta nätverkande mellan alliansmedlemmar och externa partner. De kommer också att erbjuda möjligheter att diskutera projektets framtida inriktning och potentiella samarbeten. Dessa evenemang kommer också att bidra till att stärka den interna kommunikationen genom att dela resultat och framsteg med alla alliansmedlemmar.

**Gemensamma marknadsföringsmontrar på internationella konferenser:** BAUHAUS4EU-alliansen kommer att sätta upp gemensamma marknadsföringsmontrar på viktiga nationella och internationella konferenser för att





presentera projektets aktiviteter och resultat i europeiska länder.<sup>4</sup> Dessa montrar kommer att fungera som plattformar för att nå ut till en global publik, främja samarbete med externa partner och dela information om alliansens bidrag till utbildning och hållbarhet. De kommer också att ge möjligheter till nätverkande, öka medvetenheten om projektets mål och främja internationella partnerskap.

**Årlig fototävling:** BAUHAUS4EU-alliansen kommer att anordna en årlig fototävling för studenter, där de uppmuntras att fånga visuella tolkningar av viktiga frågor inom alliansen. Tävlingen ger studenterna möjlighet att kreativt engagera sig i teman som innovation, hållbarhet och akademiskt samarbete. Tävlingen kommer att uppmuntra studenternas engagemang och lyfta fram de visuella dimensionerna av projektets kärnvärden.

### **Visuella kommunikationsmedier**

**PowerPoint-mall:** Vi har skapat en PowerPoint-mall för alla externa presentationer relaterade till BAUHAUS4EU. Mallen säkerställer enhetlighet och visuell identitet i alla presentationer, vilket underlättar kommunikationen av viktig information till externa målgrupper

**Bakgrund för online-möten:** En anpassad bakgrund kommer att utformas för online-möten för att stärka synligheten och den visuella identiteten för BAUHAUS4EU-alliansen. Denna bakgrund säkerställer visuell enhetlighet under virtuella interaktioner. Detta bidrar till att upprätthålla en professionell image under fjärrpresentationer, samtidigt som det stärker projektets genomslagskraft och igenkänningsgrad.

**Broschyrer:** Broschyrer kommer att utformas för att ge en kortfattad och visuellt tilltalande översikt över BAUHAUS4EU-alliansen, dess mål och fördelar. Dessa broschyrer kommer att delas ut vid evenemang, konferenser och genom partnerinstitutioner för att öka medvetenheten och uppmuntra engagemang i projektet. Broschyerna kommer också att finnas tillgängliga online.

**Roll-ups:** Roll-ups kommer att användas vid evenemang, konferenser och offentliga forum för att ge en snabb visuell introduktion till projektet. Dessa roll-ups kommer att belysa viktiga aspekter av BAUHAUS4EU-alliansen, inklusive dess mål, resultat och aktuella initiativ, för att säkerställa att projektets budskap är tydligt och synligt för alla deltagare.

**Reklamartiklar:** Kommunikations- och spridningsverktygen kommer att omfatta reklamartiklar som ska visas och distribueras på BAUHAUS4EU:s medlemsuniversitet. Dessa artiklar kommer att omfatta en rad reklamartiklar såsom pennor,

---

<sup>4</sup> All funded activities must take place in eligible countries. These include EU Member States as well as the following third countries that are either associated to the Erasmus+ Programme or in ongoing negotiations for an association agreement: Iceland, Norway, Liechtenstein, North Macedonia, Serbia, Turkey, Albania, Bosnia and Herzegovina, Kosovo, Montenegro, Faroe Islands and Switzerland.





anteckningsböcker, väskor, pins och andra märkesvaror. Dessa artiklar kommer att distribueras både på medlemsuniversitetsnivå och inom hela BAUHAUS4EU-alliansen. Varje medlemsuniversitet har frihet att skapa och anpassa dessa artiklar efter sina specifika behov, samtidigt som de säkerställer att de följer riktlinjerna för BAUHAUS4EU:s visuella identitet. En lista över tillgängliga artiklar finns lagrad i det delade molnet, och dessa artiklar kan bytas eller delas inom alliansen av hållbarhetsskäl.

Genom att använda dessa olika kommunikationskanaler och verktyg kommer BAUHAUS4EU att säkerställa en effektiv spridning till sina externa målgrupper, öka intressenternas deltagande och förbättra alliansens synlighet på regional, nationell och europeisk nivå.





## 6. SPRIDNINGSAKTIVITETER

Spridningsaktiviteterna syftar till att förbättra synligheten, genomslaget och räckvidden för BAUHAUS4EU:s initiativ till olika målgrupper. De bygger på två huvudsakliga pelare: marknadsföring av utbildningsutbudet och samarbete med lokala myndigheter. Genom utveckling av marknadsföringsmaterial, interaktiva evenemang och samarbete med media och beslutsfattare syftar dessa spridningsåtgärder till att lyfta fram alliansens arbete, attrahera nya intressenter och främja synergier mellan akademiska partner, offentliga institutioner och lokala samhällen.

Allt informationsmaterial måste ange att det har fått stöd från Europeiska unionen (EU:s emblem, finansieringsförklaring och juridisk ansvarsfriskrivning). De avtalsenliga skyldigheterna måste konsulteras enligt artikel 17 i bidragsavtalet. Mer information om användningsvillkoren finns också i Europeiska kommissionens riktlinjer för visuell identitet.<sup>5</sup>

EU:s emblem, inklusive förklaringen om medfinansiering, kan laddas ned från Europeiska kommissionens nedladdningscenter:

[https://ec.europa.eu/regional\\_policy/information-sources/logo-download-center\\_en](https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en)

### 6.1. Utbildningsutbud

Spridningsaktiviteter med fokus på utbildningsutbudet syftar till att marknadsföra BAUHAUS4EU-alliansens utbildningsprogram genom riktade kommunikationsverktyg och evenemang. Genom att ta fram attraktivt material, anordna öppet hus-dagar och webbseminarier samt dela med sig av autentiska vittnesmål vill alliansen locka potentiella studenter och partners samtidigt som den stärker sin akademiska synlighet.

#### Utveckla marknadsföringsmaterial

Ett antal marknadsföringsmaterial, inklusive broschyrer, videor och infografik, kommer att skapas för att presentera de akademiska program som erbjuds inom BAUHAUS4EU-alliansen. Dessa material kommer att lyfta fram programmets egenskaper och fördelar i syfte att locka potentiella studenter och partner.

#### Anordna öppet hus

---

<sup>5</sup> 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](https://commission.europa.eu/document/download/3192a0ef-6bda-4e1a-81ca-65ade2ffad73_en?filename=eu_emblem_rules.pdf)





Öppet hus kommer att anordnas för att ge potentiella studenter och akademisk personal information om kurser, undervisningsmetoder samt mobilitets- och forskningsmöjligheter inom BAUHAUS4EU. Dessa evenemang kommer att underlätta direkt engagemang med studenter och lärare, så att deltagarna kan ställa frågor och utforska utbudet.

### **Publicera vittnesmål**

Vittnesmål från studenter, akademisk personal och administrativ personal kommer att delas för att ge en autentisk inblick i BAUHAUS4EU-upplevelsen. Dessa personliga berättelser kommer att belysa alliansens inverkan på varje individs akademiska och professionella utveckling, vilket bidrar till att skapa förtroende och intresse bland potentiella studenter och intressenter.

### **Identifiera och stärk alliansens ambassadörer**

Studenter och personal som är involverade i alliansen – till exempel medlemmar i olika arbetsgrupper eller råd – kommer att väljas ut för att förkroppsliga och främja kärnvärdena i BAUHAUS4EU-alliansen. Dessa ambassadörer kommer att vara alliansens ansikte utåt, dela med sig av sina erfarenheter och uppmuntra andra att engagera sig. De kommer att bjudas in att dela med sig av sina erfarenheter på vår webbplats, i våra sociala medier och i vår podcast, vilket bidrar till att öka effekten av alliansens aktiviteter.

### **Upprätta ett gemensamt digitalt arkiv**

BAUHAUS4EU kommer att upprätta ett gemensamt digitalt arkiv – ett öppet digitalt bibliotek som är avsett att hysa akademiska publikationer relaterade till utbildning och fortbildning inom alliansen. Detta arkiv kommer att hysa kandidat-, master- och doktorsavhandlingar samt akademiska publikationer som härrör från undervisnings- och inlärningsaktiviteter som genomförts inom ramen för BAUHAUS4EU.

Genom att lyfta fram de akademiska prestationerna hos studenter och personal vid partnerinstitutionerna kommer arkivet att öka synligheten för utbildningsarbetet och stärka alliansens identitet. Genom ökad tillgänglighet till dessa akademiska resultat kommer plattformen att stödja pedagogisk innovation, främja tvärvetenskapligt utbyte och underlätta samarbete inom utbildning och fortbildning. Detta initiativ är en viktig komponent för att främja värdena och effekterna av BAUHAUS4EU-alliansen i hela Europa och underlätta samarbete mellan institutioner.

## **6.2. Lokala myndigheter**

Lokala myndigheters informationsaktiviteter syftar till att främja dialogen mellan BAUHAUS4EU-alliansen och regionala intressenter. Genom politiska dialogmöten, informationsmöten och samarbete med lokala medier säkerställer alliansen att dess initiativ bidrar till regional utveckling och evidensbaserat beslutsfattande.





### **Anordna dialogmöten**

BAUHAUS4EU kommer att anordna dialogmöten för att involvera lokala myndigheter och beslutsfattare i diskussioner. Dessa möten kommer att vara ett tillfälle att utbyta idéer om alliansens projekt och initiativ, med fokus på hur projektresultaten kan ligga till grund för politiska beslut och bidra till lokal och regional utveckling. Genom att involvera lokala intressenter syftar BAUHAUS4EU till att stärka sina relationer med beslutsfattare och förändringsagenter och säkerställa att projektresultaten får en konkret inverkan på samhället.

### **Samarbeta med lokala medier för att sprida framgångshistorier**

BAUHAUS4EU kommer att samarbeta med lokala medier för att dela alliansens framgångar och lyfta fram de positiva effekterna av dess projekt på lokalsamhällena. Detta kan innefatta att medierepresentanter är närvarande vid viktiga milstolpar i projektet (t.ex. BAUHAUS4EU-forumet). Genom att samarbeta med lokala medier vill BAUHAUS4EU öka allmänhetens medvetenhet om projektets resultat, visa upp dess bidrag till regional utveckling och bygga starkare band mellan alliansen och de samhällen den tjänar.





## 7. TIDSLINJE OCH VIKTIGA MILSTOLPAR

Avsnittet om tidslinje och viktiga milstolpar beskriver de viktigaste händelserna, produkterna och framstegen som planeras inom BAUHAUS4EU-alliansen. Dessa milstolpar markerar projektets strategiska utveckling och fungerar som viktiga referenspunkter för att bedöma effekter och säkerställa fortsatt överensstämmelse med alliansens mål.

För att ge tydlighet och struktur är följande avsnitt organiserat i tre faser: År 1, år 2–3 och år 4. Figur 5 sammanfattar den planerade tidslinjen grafiskt

### 7.1. År 1

Det första året ägnas åt lanseringen av BAUHAUS4EU-alliansen, upprättandet av styrningsstrukturer och lanseringen av synlighetsåtgärder.

#### **Projektlansering: pressmeddelanden**

Vid projektets lansering producerades pressmeddelanden av alla partneruniversitet och spreds via projektets webbplats och LinkedIn-konto.

#### **Upptartsmöte i Weimar**

Medlemmar från de 10 partneruniversiteten i BAUHAUS4EU-alliansen samlades i Weimar för den officiella uppstarten av projektet. Detta evenemang markerade en viktig milstolpe då det lanserade projektstyrningen tillsammans med råden och arbetspaketgrupperna. Under ett tredagarsevenemang utvecklade deltagarna implementeringsplaner för varje arbetspaket och definierade tillsammans nästa steg i deras implementeringsvägar. För att bredda målgruppen lanserades dessutom BAUHAUS4EU:s Instagramkonto och användes för att sprida information om uppstarten.

#### **Utveckling av inledande marknadsföringsmaterial**

Marknadsföringsmaterial som broschyrer, flygblad och digitalt innehåll håller för närvarande på att utvecklas. Dessa dokument kommer att bidra till att öka medvetenheten om projektets mål, aktiviteter och förväntade resultat.

#### **Organisering av det första BAUHAUS4EU-forumet i Castelo Branco, Portugal**

Det första BAUHAUS4EU-forumet (milstolpe 25, deadline: M7) kommer att äga rum i Castelo Branco, på Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) i Portugal. Detta evenemang kommer att sammanföra en mängd olika intressenter, inklusive akademiker, beslutsfattare och studenter. Fokus kommer att ligga på att presentera







projektets vision och mål, diskutera utmaningar inom högre utbildning och främja samarbete mellan europeiska institutioner.

### **Organisering av regionala workshops för associerade partners vid varje institution**

Varje partneruniversitet kommer att organisera regionala workshops för associerade partners och ytterligare intressenter från varje region. Dessa workshops kommer att syfta till att involvera och koppla samman de olika intressenterna i de regionala ekosystemen inom en gemensam innovationshubb. De kommer att ge en möjlighet att identifiera lokala utmaningar och brister och utgöra grunden för samarbete inom respektive regionala innovationsekosystem.

### **Organisering av den årliga fototävlingen**

Syftet med denna tävling är att involvera studenter i alliansen genom att ge dem möjlighet att engagera sig kreativt med teman som hållbarhet, inkludering, europeisk identitet, regional identitet, kulturarv, social och teknisk innovation samt europeiskt och internationellt samarbete.

## **7.2. År 2–3**

År 2 och 3 fokuserar på att utöka intressentengagemang, dela delresultat och utveckla fördjupade samarbeten genom tematiska seminarier, elev- och lärarinitiativ och interregionala workshops.

### **Publicering av delresultat via nyhetsbrev och media**

Under det andra och tredje året kommer vi att publicera regelbundna nyhetsbrev och mediauppdateringar för att hålla intressenterna informerade om projektets framsteg. Detta kommer att inkludera viktiga resultat, aktiviteter, evenemang och projektframgångar, och säkerställa fortsatt synlighet.

### **Anordnande av workshops och tematiska seminarier för intressenter**

En serie workshops och tematiska seminarier kommer att organiseras för att underlätta kunskapsutbyte, dela bästa praxis och engagera intressenter i diskussioner om specifika ämnen relaterade till projektets mål. Dessa evenemang kommer också att fungera som en plattform för att samla in feedback och anpassa aktiviteter till intressenternas behov.

### **Initiering av program för student- och fakultetsengagemang**

Student- och fakultetsengagemang kommer att prioriteras under andra och tredje året.

Vi kommer att skapa program för att involvera båda grupperna i projektet genom samarbetsprojekt, akademiska aktiviteter, praktikplatser och workshops, vilket stärker kopplingen mellan våra universitet och det bredare europeiska samfundet.





### **Organisering av det andra BAUHAUS4EU-forumet i Katowice, Polen**

Det andra BAUHAUS4EU-forumet (milstolpe 26, deadline: juli 2026) kommer att hållas i Katowice vid Katowices universitet för ekonomi (UEKAT) i Polen. Detta forum kommer att ge möjlighet att granska framsteg, dela idéer och främja diskussion om de specifika utmaningarna i det europeiska utbildningslandskapet.

### **Organisation av det tredje BAUHAUS4EU-forumet i Amiens, Frankrike**

Det tredje BAUHAUS4EU-forumet (milstolpe 27, deadline: juli 2027) kommer att äga rum i Amiens, vid Université de Picardie Jules Verne (UPJV) i Frankrike. Detta forum kommer att fokusera på att utforska de resultat som hittills uppnåtts, främja samarbete mellan universiteten och förfinna strategierna för projektets slutskeden.

### **Organisation av interregionala workshops för associerade partner**

En gång om året kommer utvalda partneruniversitet att organisera interregionala workshops som sammanför associerade partner och andra intressenter från varje region. Dessa workshops kommer att ge en plattform för kontinuerligt interregionalt utbyte av kunskap, resurser och expertis, i syfte att stödja talangutveckling, dela bästa praxis och skapa möjligheter till samarbete över regionen.

### **Organisering av den årliga fototävlingen**

Syftet med denna tävling är att involvera studenter i alliansen genom att ge dem möjlighet att engagera sig kreativt med teman som hållbarhet, inkludering, europeisk identitet, regional identitet, kulturarv, social och teknisk innovation samt europeiskt och internationellt samarbete.

## **7.3. År 4**

År 4 kommer att fokusera på att befästa alliansens prestationer, med publicering av en fullständig effektrapport och arkivering av alla projektresultat. Det avslutande BAUHAUS4EU-forumet kommer att presentera de viktigaste resultaten och framtida utvecklingar.

### **Publicering av en omfattande effektrapport**

En detaljerad effektrapport kommer att sammanställas, som sammanfattar prestationerna, resultaten och de långsiktiga effekterna av BAUHAUS4EU-alliansen. Denna rapport kommer att vara tillgänglig för allmänheten och fungera som en resurs för framtida projekt inom europeisk högre utbildning.

### **Arkivering av resultat och online-tillgänglighet**

Alla projektresultat, inklusive akademiska artiklar, publikationer, evenemangsinspelningar och andra leveranser, kommer att arkiveras och göras tillgängliga online på projektets webbplats. Detta kommer att säkerställa att den





kunskap som genereras genom projektet förblir tillgänglig för allmänheten och ytterligare projekt.

### **Organisering av interregionala workshops för associerade partners**

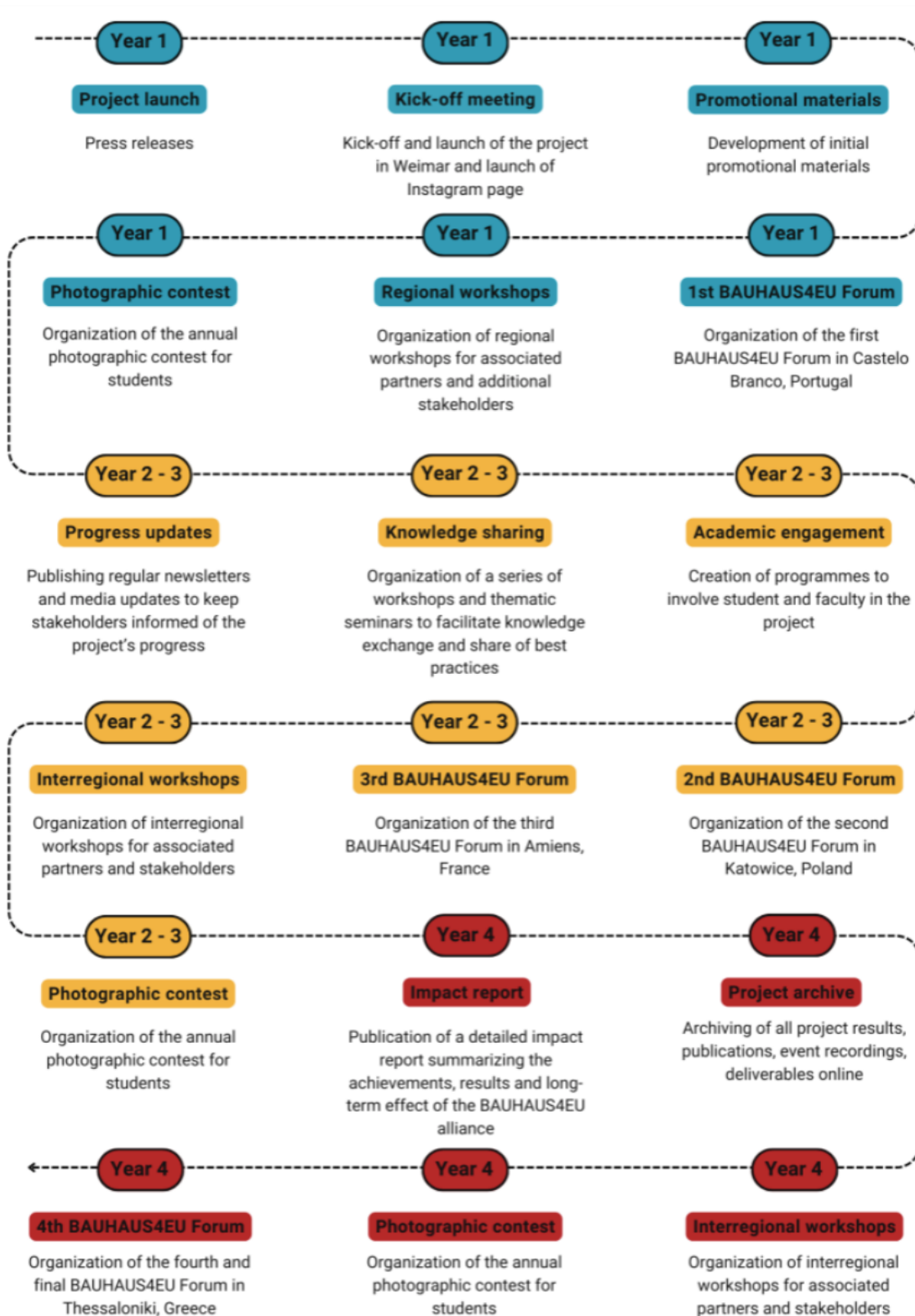
En gång om året kommer utvalda partneruniversitet att organisera interregionala workshops som sammanför associerade partners och andra intressenter från varje region. Dessa workshops kommer att ge en plattform för kontinuerligt interregionalt utbyte av kunskap, resurser och expertis, i syfte att stödja talangutveckling, dela bästa praxis och skapa möjligheter till samarbete mellan regionerna.

### **Organisering av den årliga fototävlingen**

Syftet med denna tävling är att involvera studenter i alliansen genom att ge dem möjlighet att engagera sig kreativt med teman som hållbarhet, inkludering, europeisk identitet, regional identitet, kulturarv, social och teknisk innovation samt europeiskt och internationellt samarbete.

### **Organisering av det fjärde BAUHAUS4EU-forumet i Thessaloniki, Grekland**

Det fjärde och sista BAUHAUS4EU-forumet (milstolpe 28, deadline: juli 2028) kommer att hållas i Thessaloniki vid Makedoniens universitet (UOM) i Grekland. Under detta evenemang kommer vi att presentera projektets resultat och effekter, inklusive viktiga utfall, lärdomar och rekommendationer för framtiden. De viktigaste projektleveranserna kommer att delas med en internationell publik inklusive partners och intressenter från lokal, regional, nationell och europeisk nivå. Detta evenemang kommer därför att ge möjlighet att reflektera över projektets framgångar och begränsningar, diskutera arvet från BAUHAUS4EU och beskriva potentiella framtida steg för att fortsätta arbetet inom den europeiska högre utbildningssektorn.



**Fig 5:** Tidslinje och viktiga milstolpar för BAUHAUS4EU:s kommunikations- och spridningsaktiviteter.



## 8. ÖVERVAKNING OCH UTVÄRDERING

För att säkerställa effektiviteten och effekten av BAUHAUS4EU:s kommunikations-, spridnings- och utnyttjandeaktiviteter kommer en omfattande övervaknings- och utvärderingsprocedur att införas. Detta system kommer att spåra kvantitativa och kvalitativa data för att mäta de olika initiativens framgång, identifiera förbättringsområden och säkerställa överensstämmelse med projektets övergripande mål. All data kommer att dokumenteras i den slutliga utvärderingsrapporten om kommunikations-, spridnings- och uppsökande verksamhet (D 11.3) i december 2028. Dessutom kommer den insamlade informationen att inkluderas i de årliga lägesrapporterna – en per år, var och en inlämnad i november – som täcker projektets löptid fram till 2028 (D 1.4, D 1.5, D 1.6 och D 1.7).

### 8.1. Mätvärden

Avsnittet om mätvärden presenterar de viktigaste indikatorerna som används för att bedöma resultatet och effekten av BAUHAUS4EU:s kommunikations- och spridningsaktiviteter. Genom att spåra webbplatstrafik, engagemang i sociala medier, deltagande i evenemang och publikationsresultat kommer alliansen att samla in värdefulla data för att vägleda strategiska justeringar och förbättra spridningens effektivitet.

#### Webbplatsanalys

Genom att spåra webbplatstrafiken kan vi förstå hur väl vårt onlineinnehåll når och engagerar människor. Viktiga indikatorer inkluderar antalet uppdateringar, antal besök, sidvisningar och den genomsnittliga besökslängden. Denna data hjälper oss att avgöra vilka ämnen och dokument som är mest populära bland vår målgrupp, vägleda framtida innehållsskapande och förbättra våra onlinestrategier.

#### Engagemang i sociala medier

Sociala medieplattformar är viktiga för att engagera samhället. Indikatorer som gillamarkeringar, delningar, kommentarer och övergripande engagemangsnivåer kommer att spåras för att utvärdera effektiviteten av kampanjer i sociala medier. Dessa indikatorer kommer också att ge data om nivån av interaktion med allmänheten, spridningen av alliansens budskap och tillväxten av gemenskapen online.

#### Närvaro och feedback på evenemang

Evenemangens framgång, inklusive webbseminarier, öppna dagar och konferenser, kommer att mätas genom att spåra deltagandefrekvens, deltagarnas demografi och engagemangsnivåer. Feedback efter evenemanget genom enkäter och intervjuer kommer att ge kvalitativ information om deltagarnas erfarenheter, relevansen av det presenterade innehållet och områden för förbättring i evenemangets organisation.





Denna feedback kommer att hjälpa till att planera framtida evenemang och förfinas den övergripande evenemangsstrategin.

### **Antal publikationer**

Effekten av BAUHAUS4EU:s spridningsinsatser kommer att mätas genom antalet publikationer, artiklar, rapporter, nyhetsbrev, broschyrer och andra dokument relaterade till alliansen. Dessa publikationer, både om och genererade av alliansen, kommer att göra det möjligt för oss att bedöma dess synlighet och inflytande. Uppgifterna kommer också att användas för att identifiera framväxande trender och framgångshistorier.

### **Antal evenemang**

Frekvensen och omfattningen av evenemang som organiseras under projektet kommer att spåras för att säkerställa en konsekvent spridningsinsats. Detta kommer att inkludera akademiska konferenser, policydialogsessioner, workshops och evenemang för att öka allmänhetens medvetenhet. Antalet organiserade evenemang kommer att återspegla alliansens aktiva engagemang med olika intressenter och dess engagemang för att uppmuntra kommunikation och samarbete.

## **8.2. Utvärderingsverktyg**

Avsnittet Utvärderingsverktyg beskriver de kvalitativa metoder som används för att förbättra mätning-baserad övervakning, inklusive enkäter, fokusgrupper och regelbundna granskningar. Dessa verktyg kommer att ge djupgående feedback från intressenter, vilket säkerställer att kommunikationsinsatserna förblir relevanta, effektiva och i linje med projektets mål.

### **Undersökningar och frågeformulär för intressenter**

Enkäter kommer att distribueras en gång om året till viktiga intressenter, inklusive studenter, akademisk och administrativ personal, externa partners och lokala myndigheter, för att samla in feedback på relevansen och kvaliteten på kommunikationsmaterialet och aktiviteterna.

Dessa undersökningar kommer att utvärdera om de planerade budskapen kommuniceras och förstås effektivt av de olika målgrupperna.

### **Fokusgrupper**

Fokusgrupper kommer att hållas en gång om året med utvalda intressenter för att samla in djupgående kvalitativ information. Dessa diskussioner gör det möjligt för teamet att utforska uppfattningar, oro och förslag relaterade till alliansens kommunikationsstrategi, vilket ger en nyanserad förståelse för allmänhetens behov och förväntningar.



## **Regelbundna granskningar av framsteg i förhållande till kommunikationsmål**

En granskningsprocess kommer att implementeras för att mäta framstegen i kommunikations aktiviteter i förhållande till projektmålen. Dessa granskningar kommer att inkludera bedömningar av pågående kampanjer och evenemang, med regelbundna uppdateringar och justeringar av medie- och kommunikationsplanerna baserat på resultaten. Denna process säkerställer kontinuerlig förbättring och respons på nya trender eller utmaningar.

Genom att kombinera dessa åtgärder med riktade utvärderingsverktyg kommer BAUHAUS4EU inte bara att kunna följa framsteg utan också få meningsfull feedback för att förbättra framtida kommunikation, spridning och utnyttjande.

### **8.3. Rapportering om kommunikations- och spridningsaktiviteter**

Rapporteringen om kommunikations- och spridningsaktiviteter är en integrerad del av projektets övervaknings- och utvärderingsramverk. Denna rapportering sker via systemet för bidragshantering (SyGMA) på EU:s finansierings- och anbudsportal och möjliggör systematisk dokumentation av alla relevanta åtgärder och resultat under hela projektets livscykel. Denna process ger Europeiska kommissionen tillgång till aktuell information i realtid, stöder transparens och minskar den administrativa bördan under regelbundna granskningar.

Projektkoordinatören har det övergripande ansvaret för att upprätthålla noggrannheten och fullständigheten i denna rapporteringsprocess. För att säkerställa konsekvens måste varje partner samla in och ge aktuell information om sina aktiviteter, stödd av relevant metadata och dokumentation. Detta samarbete möjliggör korrekt rapportering, underlättar övervakning på EU-nivå och garanterar att all kommunikation och spridning förblir spårbar. Två kategorier av aktiviteter måste rapporteras systematiskt.

#### **Spridningsaktiviteter**

Spridningsaktiviteter avser riktad delning av projektresultat, kunskap och output med specifika målgrupper som kan dra nytta av eller bygga vidare på dem. Dessa målgrupper inkluderar vanligtvis akademiker, beslutsfattare, regionala och institutionella intressenter. Målet är att maximera användningen, upptaget och den långsiktiga effekten av projektets resultat och leveranser. Spridning kan till exempel ske genom:

- Akademiska publikationer, konferenspresentationer, policybriefs
- Webbinarier eller workshops för expertgrupper
- BAUHAUS4EU:s regionala och interregionala workshops
- Uppladdning av leveranser eller verktyg till offentliga databaser





- Bidrag till standardiserings- eller policydialoger.

Alla spridningsaktiviteter kommer att systematiskt dokumenteras och rapporteras, vilket säkerställer transparens, spårbarhet och möjligheten att bedöma deras räckvidd och inverkan inom och utanför alliansen.

### **Kommunikationsaktiviteter**

Kommunikationsaktiviteter syftar till att öka kännedomen om projektet som helhet – dess mål, relevans och samhällsnytta. Dessa aktiviteter riktar sig till en bredare allmänhet, media och andra icke-specialiserade målgrupper – gärna i en dialog där det går.

Kommunikation bidrar till att göra projektet synligt, begripligt och relevant, och visar hur det hänger ihop med samhällets större utmaningar.

Exempel är bland annat:

- BAUHAUS4EU-forumet
- Projektwebbplatser och nyhetsbrev
- Pressmeddelanden och kampanjer i sociala medier
- Reklamvideor och infografik
- Offentliga evenemang eller utställningar

Alla kommunikationsaktiviteter kommer att systematiskt dokumenteras och rapporteras, vilket säkerställer transparens, spårbarhet och möjligheten att bedöma deras räckvidd och inverkan inom och utanför alliansen.







## 9. KONTINUITET OCH HÅLLBAR ANVÄNDNING

För att underlätta BAUHAUS4EU:s långsiktiga framgång och hållbarhet bortom projektets inledande faser kommer strategier som bygger på kontinuitet både på institutionell och finansiell nivå att implementeras. Styrningsstrukturer och samarbetsmekanismer kommer att bibehållas och stärkas, medan finansieringen kommer att diversifieras genom medlemsbidrag, regionalt och nationellt stöd samt deltagande i europeiska och internationella program. Dessa åtgärder kommer att säkra alliansens hållbarhet och göra det möjligt för den att fortsätta skapa effekt långt bortom projektets inledande varaktighet.

### 9.1. Kontinuitet på institutionell nivå

Detta avsnitt beskriver den strukturerade ansvarsfördelningen som är nödvändig för att säkerställa BAUHAUS4EU-alliansens långsiktiga framgång och hållbarhet. Nyckelroller och kommittéer definieras för att upprätthålla överensstämmelse med strategiska mål, säkerställa effektivt genomförande och främja samarbete på alla nivåer i projektet.

Dessutom skulle en utvärderingskommitté stödja utveckling, underhåll och utvärdering av projektinitiativ.

#### Ansvarsfördelning

En tydlig och väldefinierad ansvarsfördelning på institutionell nivå är avgörande för att upprätthålla kontinuitet och säkerställa att BAUHAUS4EU:s mål uppnås över tid.

Följande nyckelroller har fastställts:

- **Presidentrådet:**  
Presidentrådet ansvarar för de strategiska beslut som styr projektets långsiktiga inriktning och mål. Det fungerar som projektets högsta beslutsfattande organ och säkerställer att initiativets övergripande vision och uppdrag ligger i linje med projektets mål. Rådet får vägledning och stöd från det rådgivande rådet.
- **Styrkommittén:**  
Styrkommittén fungerar som länken mellan strategiska beslut och praktiskt genomförande. Den ansvarar för att planera projektets strategiska utveckling och omsätta de beslut som fattas av presidentrådet till konkreta åtgärder. Kommittén fastställer prioriteringar, följer upp pågående aktiviteter och ser till att de ligger i linje med projektets övergripande strategiska inriktning.





- **Ledningsgruppen:**

Ledningsgruppen, som leds av generalsekreteraren, ansvarar för att samordna arbetet mellan det strategiska beslutsfattandet på styrkommitténs nivå och projektets operativa genomförande.

Gruppen ansvarar för att de strategiska planerna omsätts i praktiken och ser till att alla uppgifter och aktiviteter genomförs effektivt och på ett väl samordnat sätt.

Ledningsgruppen ger regelbundet återkoppling till styrkommittén genom att rapportera om framsteg, identifiera utmaningar och föreslå lösningar för att säkerställa att projektet fortsätter att följa sina mål.

- **Arbetsgrupper (WP-grupper):**

Arbetsgrupperna (Work Package, WP) består av särskilda projektteam som ansvarar för att genomföra enskilda arbetspaket inom ramen för det övergripande projektet. Varje grupp fokuserar på ett specifikt område, till exempel kommunikation, utveckling av gemensamma utbildningsprogram, kurser för livslångt lärande eller framtagande av smidiga mobilitetslösningar.

Arbetsgrupperna samarbetar nära med ledningsgruppen för att säkerställa att deras mål ligger i linje med projektets övergripande mål och tidsplan. De ansvarar för att genomföra sina uppgifter, leverera förväntade resultat och hålla fastställda milstolpar.

- **Studentrådet:**

Studentrådet består av representanter från varje partneruniversitet – en grundutbildningsstudent och en doktorand. Rådet diskuterar och hanterar studentfrågor som rör projektet och samarbetet inom alliansen.

- **Doktorandrådet:**

Doktorandrådet består av representanter från varje partneruniversitet och företräder doktorandernas intressen inom BAUHAUS4EU-alliansen.

- **Akademiska rådet:**

Det akademiska rådet består av medlemmar ur den akademiska personalen. Rådet ger strategiska råd om utvecklingen av gemensamma utbildningsformer och möjligheter för akademisk personal samt fungerar som rådgivande organ i akademiska frågor som rör alliansen.

- **Administrativa rådet:**

Det administrativa rådet består av representanter från den administrativa personalen. Rådet ger råd om utvecklingen av möjligheter för administrativ personal och bidrar till gemensamma administrativa rutiner och aktiviteter inom alliansen.





- **Jämlikhets- och mångfaldsansvarig:**

Denna funktion utses av styrkommittén och har en nyckelroll i att säkerställa att mångfald, inkludering och jämlikhet är en naturlig del av alliansens arbete och initiativ.

- **Hållbarhetsansvarig:**

Hållbarhetsansvarig utses av styrkommittén och har fokus på att driva och främja initiativ för hållbar utveckling inom alliansen.

- **Forskningsansvarig:**

Forskningsansvarig utses av styrkommittén och stödjer alliansen genom att främja internationalisering och skapa fler möjligheter till nätverkande för den akademiska personalen.

- **Regionala rådet:**

Det regionala rådet består av representanter från associerade partner, kommuner, ideella organisationer och andra aktörer inom civilsamhället som är verksamma i regionen. Rådet bidrar till utvecklingen av strategier och ger råd i frågor som rör alliansens arbete.

- **Rådgivande rådet:**

Det rådgivande rådet stödjer presidentrådet i arbetet med att utveckla strategier och beslutsprocesser.

Tillsammans skapar dessa tydligt definierade roller en samlad styrningsstruktur som säkerställer strategisk samordning, effektivt genomförande och långsiktig kontinuitet i BAUHAUS4EU:s arbete och mål.

## **Kommunikationsteamet**

Kommunikationsteamet (**WP 11-gruppen**) ansvarar för att följa upp hur väl kommunikationsinsatserna fungerar och för att utvärdera deras effekt. Teamet består av en kommunikationsansvarig från varje partneruniversitet och har följande uppgifter:

- **Följa upp engagemang och deltagande:**

Kommunikationsteamet följer regelbundet upp nyckeltal (KPI:er) som mäter engagemang, räckvidd och genomslaget för kommunikationen inom alliansen.

- **Utvärdera nätverkens effektivitet:**

Teamet analyserar hur väl kommunikation, spridning och samarbete fungerar inom nätverken. Det säkerställer att kommunikationen når rätt målgrupper och att alla aktörer – studenter, akademisk och administrativ personal,





samarbetspartner och lokala myndigheter – deltar på ett meningsfullt sätt. Teamet ser också till att kommunikationen är tydlig, sammanhållen och konsekvent i alla kanaler.

- **Ge rekommendationer:**

Baserat på sina analyser ger kommunikationsteamet rekommendationer för förbättringar, till exempel hur deltagandet kan ökas, hur strategier kan förfinas eller hur samarbeten kan stärkas. Rekommendationerna lämnas till styrkommittén för vidare granskning och beslut.

Genom sitt uppdrag har kommunikationsteamet en central roll i att säkerställa att **BAUHAUS4EU:s** kommunikation är tydlig, genomslagskraftig och i linje med alliansens övergripande strategiska mål.

## 9.2. Kontinuitet på finansiell nivå

Att säkerställa BAUHAUS4EU:s långsiktiga ekonomiska hållbarhet är avgörande för att bibehålla dess genomslagskraft och utöka dess verksamhet bortom den ursprungliga finansieringsperioden. För att uppnå detta kommer en omfattande finansiell strategi att implementeras, vilken inkluderar ytterligare finansiering från olika källor.

Dessa medel kommer att göra det möjligt för alliansen att fortsätta sin verksamhet, utveckla gemensamma program och öka sin räckvidd och sitt inflytande. Planen för ekonomisk hållbarhet kommer att fokusera på följande nyckelstrategier:

### Utnyttja regionalt, lokalt och nationellt myndighetsstöd

Regionala, lokala och nationella myndigheter kan vara viktiga partners för att säkra ytterligare finansiering för BAUHAUS4EU. Många statliga myndigheter erbjuder bidrag och finansieringsprogram som stöder samarbetsprojekt inom innovation, utbildning och regional utveckling. För att säkerställa ekonomisk hållbarhet kommer BAUHAUS4EU att:

- **Samarbeta med regionala myndigheter:** Genom att anpassa projektets mål till regionala utvecklingsstrategier kan BAUHAUS4EU erhålla finansiering som främjar lokal ekonomisk tillväxt, innovation och utveckling av högre utbildning. Detta inkluderar samarbete med kommuner, regionala utbildningsmyndigheter samt akademiska och innovationsfinansierande myndigheter.
- **Ansök om lokala statliga bidrag:** Många lokala myndigheter har finansieringsmekanismer som stöder gränsöverskridande utbildningsprojekt, tekniköverföring och gemensamma innovationsinitiativ. BAUHAUS4EU kommer att identifiera och ansöka om relevanta bidrag och säkerställa att projektet kan fortsätta sitt arbete i samarbete med lokala intressenter.





- **Stärka politisk påverkan:** Att bygga relationer med regionala och lokala beslutsfattare kommer att hjälpa BAUHAUS4EU att verka för ekonomiskt stöd. Detta kan innefatta att presentera projektets resultat och visa dess inverkan på regional ekonomisk utveckling, social innovation och utbildningsmässig excellens, vilket ofta är viktiga prioriteringar för lokala myndigheter.
- **Engagera sig i nationella finansieringsflöden:** Utöver regional och lokal finansiering kommer BAUHAUS4EU aktivt att söka möjligheter inom nationella finansieringsprogram.

Dessa program ger betydande ekonomiskt stöd till storskaliga projekt som ingår i nationella strategier för innovation, utbildning och hållbar utveckling. Genom att samarbeta med nationella finansieringsorgan kan BAUHAUS4EU säkra bredare stöd och tillgång till resurser som kompletterar regionala insatser

Genom att strategiskt samarbeta med regionala, lokala och nationella myndigheter säkerställer BAUHAUS4EU inte bara olika finansieringsmöjligheter utan stärker också sin roll som katalysator för innovation, utbildning och hållbar utveckling på flera nivåer.

### **Partnerskap mellan näringsliv och akademi**

Partnerskap mellan näringsliv och akademi kan tillhandahålla betydande finansiella resurser och samtidigt stärka relevansen och den faktiska effekten av BAUHAUS4EU:s verksamhet. För att säkerställa fortsatt finansiering kommer BAUHAUS4EU att:

- **Skapa strategiska partnerskap med industrin:** Genom att samarbeta med ledande företag inom viktiga sektorer kan BAUHAUS4EU upprätta långsiktiga finansieringsavtal som stöder innovation, gemensamma utbildningsprogram och akademiska aktiviteter.
- **Upprätta företagssponsring för akademiska projekt:** Företag kan sponsra akademiska projekt, konferenser och workshops som organiseras av BAUHAUS4EU. I utbyte kan företagen få tillgång till möjligheter att rekrytera talanger och delta i utvecklingen av nya innovationer som ligger i linje med deras företagsintressen.
- **Privata partnerskap och mecenatskap:** BAUHAUS4EU kan också utforska privata partnerskap och mecenatskap, vilket gör det möjligt för företag eller stiftelser att ge ekonomiskt stöd till alliansinitiativ eller specifika evenemang. Dessa partnerskap kan erbjuda mecenater ökad synlighet, nätverksmöjligheter och chansen att associera sig med innovativa projekt med social påverkan, samtidigt som de stärker sitt engagemang för innovation och framsteg.





## Finansieringsmöjligheter inom Europeiska unionen och internationellt

BAUHAUS4EU kommer aktivt att söka finansieringsmöjligheter på europeisk och internationell nivå för att stödja sin verksamhet och säkerställa sin finansiella hållbarhet. Dessa finansieringsmöjligheter omfattar:

- **Andra europeiska finansieringsprogram:** BAUHAUS4EU kommer att ansöka om medel från andra europeiska program. Särskilt finansieringsmöjligheter som skapas av NEB-faciliteten, Union of Skills, Interreg Europe, Erasmus+ och MCSA. De kan ge betydande ekonomiskt stöd för att alliansens verksamhet ska kunna fortsätta.
- **Internationella akademiska partnerskap:** BAUHAUS4EU kommer att undersöka möjligheter till internationell finansiering genom globala program som UNESCO, Världsbanken och privata stiftelser. Dessa organisationer erbjuder finansiering för projekt som främjar internationellt samarbete, hållbar utveckling och innovation inom utbildning.
- **Bidrag från privata och ideella stiftelser:** Olika internationella och nationella stiftelser erbjuder bidrag för akademiska aktiviteter och utbildningsinitiativ. BAUHAUS4EU kan samarbeta med sådana stiftelser för att erhålla medel för specifika akademiska aktiviteter eller utbildningsprojekt som överensstämmer med alliansens uppdrag och vision.

## Medlemsavgifter från nuvarande och nya partner

För att underlätta alliansens finansiella hållbarhet avser BAUHAUS4EU att införa årliga medlemsavgifter för nuvarande och nya partner. Dessa avgifter kommer att utgöra en regelbunden finansieringskälla för att stödja alliansens löpande verksamhet. Det kommer också att stärka partnernas engagemang och locka nya medlemmar som delar alliansens värderingar och mål.





## 10. INSTITUTIONELLA KOMMUNIKATIONSKANALER

För att säkerställa att BAUHAUS4EU:s kommunikationsstrategi fungerar effektivt inom varje lärosätes unika kontext, anpassar varje partner sina insatser efter lokala behov och målgrupper. Varje universitet använder sina egna kanaler och verktyg för att sprida information om projektet inom den befintliga organisationen.

Följande sidor beskriver de specifika kommunikationsverktyg och aktiviteter som varje partner använder för att öka engagemang, synlighet och långsiktig påverkan av BAUHAUS4EU inom sina respektive verksamheter.



### 10.1. Blekinge Tekniska Högskola – BTH

Blekinge Tekniska Högskola (BTH) kännetecknas av sitt fokus på digitalisering och hållbar utveckling. Genom utbildning, forskning och innovation bidrar BTH till ett mer hållbart samhälle. Här erbjuds forskningsnära och studentcentrerade utbildningar som möter både nationella och internationella behov, samt professionsinriktade program som förbereder för framtidens utmaningar.

BTH har starka samarbeten med näringsliv och samhälle och verkar för hög kvalitet i allt från mjukvaruutveckling till hållbarhetsfrågor – områden där högskolan är erkänd som ledande. Med ett internationellt campus och globala samarbeten skapas möjligheter för nätverkande och gränsöverskridande erfarenhetsutbyte.

Som teknisk högskola har BTH stora möjligheter att bidra till samhällsomställningen inom hållbarhet, helt i linje med BAUHAUS4EU:s mål.

#### **BTH:s kommunikationskanaler och verktyg:**

##### **Intern kommunikation**

- Kommunikationsplattform för medarbetare





- Rektors frukostmöten (varannan månad)
- Evenemang och workshops: webinarium, rundabordssamtal och konferenser
- Skärmar på campus med information för personal och studenter
- Tryckt material: broschyrer, rapporter och affischer

### Extern kommunikation

- **Digitala plattformar**
  - Projektwebbplats: nav för nyheter, resurser och resultat
  - Nyhetsinlägg på BTH:s webb
  - Sociala medier (LinkedIn, Instagram): inlägg om evenemang, berättelser och nyheter från anställda inom alliansen
  - Nyhetsbrev till externa intressenter
- **Medierelationer**
  - Pressmeddelanden vid viktiga händelser
- **Evenemang**
  - Workshops och seminarier för att engagera studenter och personal
  - Forum för dialog med lokala beslutsfattare
  - Årliga konferenser för att presentera framsteg och resultat



### 10.2. Bauhaus-Universität Weimar – BUW

Bauhaus, den mest inflytelserika designskolan under 1900-talet, grundades 1919 i huvudbyggnaden på dagens Bauhaus-Universität Weimar-campus. Framstående experter från olika discipliner och länder har arbetat här tillsammans med sina studenter för att revolutionera utbildningen. De har lämnat ett bestående avtryck på





utformningen av vår livsmiljö genom modern konst, teknik och vetenskap. Det de skapade var ett svar på de brännande frågorna om konst, kultur och samhälle i modern tid.

En koppling till denna historia etablerades när vårt institut 1996 bytte namn till Bauhaus-Universität Weimar. Vi är ett internationellt universitet med hemvist i den unika kulturstaden Weimar. Vi är en levande institution, inte ett museum. Vi åberopar detta enorma paradig för att besvara centrala frågor om konst och kultur, teknik, vetenskap och samhälle med moderna metoder. Detta inkluderar också en kritisk analys av Bauhaus historia och dess historiska inverkan, som är en del av den motsägande framstegshistoria som började för mer än 100 år sedan.

För att uppfylla dessa krav har vi noggrant skapat en profil för vårt universitet som är inriktad på våra fyra fakulteter: arkitektur och urbanism, civil- och miljöteknik, konst och design samt media. Experimenterande och excellens präglar dessa fakulteter, där tvärvetenskapliga projekt är nyckeln till innovation inom utbildning och forskning.

### **BUW:s kommunikationskanaler och verktyg**

- **Intern kommunikation:**

- **Webbplats:** Bauhaus-Uni kommer att skapa en BAUHAUS4EU-sektion på sin universitetswebbplats, med regelbundna uppdateringar om alliansrelaterade nyheter och aktiviteter.
- **Nyhetsbrev:** Ett särskilt nyhetsbrev om BAUHAUS4EU som publiceras en gång i månaden.
- **Lokalt alliansmöte** med alla som är involverade i alliansen två gånger om året
- **Evenemang och workshoppar:** Anordnande av webbseminarier, rundabordssamtal, konferenser och utställningar.

- **Extern kommunikation:**

- Digitala plattformar:  
**Webbplats:** Nyhetsrum på Bauhaus-Uni-webbsidan, Bauhaus.Journal Online, Blackboard "Pinnwand"  
**Sociala medier:** Användning av Bauhaus-Uni-kontot på LinkedIn och Instagram för att dela institutionell information relaterad till BAUHAUS4EU, inklusive evenemang, aktiviteter och milstolpar i projektet.  
**Nyhetsbrev** för målgrupper med specifika uppdateringar för externa intressenter





- Traditionella medier:  
**Pressmeddelanden:** Bauhaus-Uni kommer att dela pressmeddelanden om viktiga evenemang eller milstolpar med en direkt eller indirekt koppling till regionen.  
**Press och föreningar:** Bauhaus-Uni kommer att samarbeta med mediepartner för att presentera BAUHAUS4EU på lokal, regional och nationell nivå:
- Tryck: Thüringer Allgemeine, Thüringer Landeszeitung, Freies Wort, Ostthüringer Zeitung
- Radio: Radio Lotte, MDR Thüringen, Radio Top 40, Antenne Thüringen, Deutschlandfunk
- TV: MDR, ZDF, ARD Kultur
- **Evenemang:**
  - Organisation av workshops och evenemang med BAUHAUS4EU-tema för studenter, akademisk personal och administrativ personal.
  - Organisation av regionala och interregionala evenemang för partners som är associerade med alliansen och andra regionala intressenter
  - BAUHAUS4EU-insatser vid redan befintliga evenemang inom Bauhaus-Uni (Summaery, University Information Day – HIT), samt på lokal, regional, nationell och europeisk nivå, såsom studentmässor och Europeiska veckan för regioner och städer.



### 10.3. Instituto Politécnico Castelo Branco – IPCB

Polytechnic Institute of Castelo Branco (IPCB) är en offentlig högskola belägen i den centrala delen av Portugal, med ett starkt engagemang för regional utveckling, hållbarhet och innovation. IPCB grundades 1980 och består av sex skolor – teknik,



hälsa, utbildning, konst, management och jordbruk – fördelade över kommunerna Castelo Branco och Idanha-a-Nova.

IPCB erbjuder också ett brett utbud av utbildningar: högre yrkesinriktade tekniska kurser, grundutbildningar, forskarutbildningar, masterutbildningar och doktorandutbildningar. Dess uppdrag är att utbilda kvalificerade yrkesverksamma och främja kopplingen mellan vetenskaplig och teknisk kunskap och territoriets behov, inom ramen för närhet, socialt ansvar och regional sammanhållning.

IPCB utmärker sig genom sina starka band till regionens ekonomiska, sociala och kulturella struktur och bidrar aktivt till att stärka det inre Portugal. Det utvecklar tillämpad forskning och innovationsprojekt i samarbete med företag, lokala myndigheter och civilsamhällesorganisationer, vilket driver på moderniseringen och den regionala konkurrenskraften. Institutionen främjar också entreprenörskap, stöder skapandet av nya företag och underlättar kunskaps- och tekniköverföring, vilket stärker högskolornas roll som motorer för lokal och regional utveckling.

IPCB:s internationella dimension har stadigt konsoliderats genom student- och personalrörlighet, deltagande i europeiska nätverk och projekt samt mottagande av studenter från olika länder. Detta fokus på internationalisering bidrar till att bygga upp en mångsidig, öppen och global akademisk gemenskap, vilket berikar utbildningsupplevelsen och främjar interkulturell dialog.

I ett sammanhang präglad av komplexa utmaningar som befolkningsminskning, klimatförändringar och digital omvandling positionerar sig IPCB som en aktiv aktör i hanteringen av dessa frågor genom utbildning, forskning och samhällsengagemang. Dess deltagande i BAUHAUS4EU-alliansen kommer att fördjupa dessa insatser och främja innovativa och integrerade lösningar som förbättrar territorier och stärker banden mellan högskolor och lokalsamhällen, både i Portugal och i hela Europa.

### **IPCB:s kommunikationskanaler och verktyg**

- **Intern kommunikation:**

- Webbplats: IPCB kommer att skapa en BAUHAUS4EU-sektion på universitetets webbplats, med regelbundna interna nyhetsbrev för lärare och studenter.
- Samarbetsplattformar och institutionella virtuella miljöer.
- Online- och personliga möten med olika sektorer inom den akademiska gemenskapen.
- Intern e-postlista för personal, akademiker och studenter.

- **Extern kommunikation:**





- Digitala plattformar:
  - IPCB:s webbplats innehåller en länk till BAUHAUS4EU-alliansens webbplats.
  - Sociala medier (Instagram, LinkedIn): delning av milstolpar, vittnesmål och visuellt innehåll.
  - Riktade nyhetsbrev för externa intressenter.
- Reklam- och traditionella medier:
  - Pressmeddelanden om viktiga milstolpar eller allmän information
  - Marknadsföringsmaterial: broschyrer, videor, infografik...
  - Traditionell kommunikation: pressmeddelanden, artiklar i lokala och nationella tidningar
- Evenemang:
  - Tematiska workshops
  - Offentliga forum med lokala myndigheter
  - BAUHAUS4EU-forum: Årliga konferenser om framsteg och spridning av information
  - Öppna dagar och webbseminarier



#### 4. Università degli Studi di Bergamo – UniBG

Universitetet i Bergamo ligger i ett ekonomiskt och kulturellt blomstrande område som kännetecknas av internationella nätverk och synlighet. Bergamo är en medelstor stad



nära en global stad (Milano), vilket ger den en stark identitet och solida band till lokala aktörer som alla är engagerade i att stärka Bergamos och områdets roll.

Grundat 1968 som Institutet för främmande språk och litteratur, blev det en statlig institution – Universitetet i Bergamo – 1992 och etablerade gradvis starka synergier med de lokala institutionerna och företagssystemet. Idag omfattar universitetet åtta institutioner, fördelade över hela staden: humanistiska campus i den historiska delen av den övre gamla staden; ekonomi- och juridikcampus i den nedre delen av staden; teknik- och teknisk innovationscampus i den närliggande staden Dalmine; och innovationsdistriktet Kilometro Rosso i utkanten av staden. Universitetet i Bergamo valde att bli ett universitet i staden, för att arbeta nära och med det lokala området, dess historia och kultur.

Universitetet i Bergamo är först och främst en gemenskap med djupa band till sin stad och sitt område. Samtidigt är det engagerat i regionens kulturella, sociala och ekonomiska utveckling, och under de senaste åren har det ökat sina aktiviteter för att nå ut till allmänheten och samarbeta, och det har gradvis ökat sin roll som nätverkscentrum som interagerar med internationella och lokala aktörer.

BAUHAUS4EU kommer att stärka UniBg:s roll som regionalt nav. De starka lokala banden kommer att möjliggöra en hållbar cirkulation och utbyte av expertis och kompetens. Den transnationella alliansen är en möjlighet att växa och förbättra universitetets roll som föregångare, för att stärka dess kontakter och nätverk både lokalt och på internationell nivå. Universitetet i Bergamo ansluter sig till de andra italienska universiteten som är involverade i transnationella allianser och bidrar därmed till att koppla samman Italien med resten av Europa.

### **UniBG:s kommunikationskanaler och verktyg**

- **Intern kommunikation:**

- Intern e-postlista: Kommunikationen mellan och bland uppgiftsledare och deltagare som är direkt involverade i aktiviteterna kommer att ske via en intern e-postlista samt online- och personliga möten efter behov.
- Internt nyhetsbrev – UnibgNews: Veckovis nyhetsbrev riktat till hela universitetsgemenskapen (studenter, doktorander, personal). Innehåller evenemang, nyheter, initiativ. Kommunikationsansvarig ser till att information om BAUHAUS4EU regelbundet inkluderas för att maximera räckvidden.
- Reklammaterial: Affischer, flygblad och broschyrer som delas ut i universitetsbyggnaderna och under viktiga evenemang (öppet hus, Unibg Freshmen's party, Unibg Run).

- **Extern kommunikation:**





- Digitala plattformar (för både interna och externa målgrupper):
  - Unibg:s webbplats – BAUHAUS4EU-sidan: Presenteras på startsidan och innehåller innehåll från BAUHAUS4EU-alliansens webbplats (med en direktlänk till alliansens webbplats), presenterar en översikt över projektet och relaterade möjligheter för olika aktörer (studenter, personal, doktorander), samlar nyheter om initiativ och evenemang relaterade till BAUHAUS4EU och delar originalinnehåll utvecklat av Unibg relaterat till BAUHAUS4EU (bilder, uppdateringar).
  - Unibgs sociala medieplattformar (LinkedIn, Instagram, Facebook): Dela innehåll som publiceras av BAUHAUS4EU (evenemang, nyheter, framgångsberättelser, möjligheter ...), visa korta videor producerade av BAUHAUS4EU-ambassadörer (studenter, doktorander, personal), månatliga Instagram-videor som rapporterar om projektaktiviteter, live-samtal (25–30 minuter) på LinkedIn, säsongstävlingar och frågesporter för att främja engagemang mellan universitet och medvetenhet om projektet samt dela användargenererat innehåll (t.ex. ”vykort från utlandet”) av deltagare i alliansaktiviteter.
- Evenemang:
  - Offentliga forum för att diskutera resultat med lokala myndigheter (enligt vad som anges i WP:s aktiviteter och uppgifter)
  - Workshoppar och seminarier med lokala industripartner (enligt vad som anges i WP:s aktiviteter och uppgifter)



## 5. Université de Picardie Jules Verne – UPJV

Université de Picardie Jules Verne är en engagerad och erkänd aktör inom utbildning och forskning i regionen Hauts-de-France. I över 50 år har UPJV erbjudit dussintals kurser utformade för att möta behoven i den socioekonomiska strukturen i regionen Hauts-de-France.





UPJV välkomnar och utbildar 32 000 studenter varje år och utvecklar yrkesinriktade kurser, som är fullt erkända på arbetsmarknaden, på sex campus.

Universitetet är tvärvetenskapligt och täcker fyra huvudsakliga studieområden:

- Konst, litteratur och språk,
- Juridik, ekonomi och management,
- Humaniora och samhällsvetenskap,
- Naturvetenskap, teknik och hälsa.

UPJV arbetar dagligen för att möta utmaningarna i sin region och stödja ekologiska, sociala och ekonomiska förändringar. Universitetet arbetar för att säkerställa lika rättigheter och möjligheter för personer med funktionsnedsättning, garantera jämställdhet och bekämpa diskriminering på grund av kön och LGBTQIA+, samt stödja den ekologiska omställningen och skydda miljön.

### **UPJV:s kommunikationskanaler och verktyg**

- **Intern kommunikation:**
  - Nyhetsbrev (på franska): Distribution av BAUHAUS4EU-nyhetsbrevet, översatt till franska för tillgänglighet. Skickas regelbundet till UPJV-medlemmar som är intresserade av alliansmöjligheter. Innehåller riktad information om mobilitetsprojekt och kommande evenemang.
  - Skyltar och affischer: Visas i högtrafikerade områden på universitetet (kafeterior, klassrum, studentområden) för att öka medvetenheten om alliansen.
- **Extern kommunikation:**
  - Digitala plattformar:
    - UPJV:s webbplats: Fungerar som informationscentrum för projektet. Regelbundna artiklar belyser projektets framsteg, kommande evenemang och resultat.
    - Sociala medieplattformar: Instagram (delar bilder och berättelser om BAUHAUS4EU-evenemang och -projekt, inklusive vittnesmål från studenter eller professorer som deltagit i utbyten. Användning av hashtags för att nå ut till alliansens internationella gemenskap), LinkedIn (artiklar om samarbetsprojekt och karriärmöjligheter inom alliansen. Marknadsföring av UPJV:s prestationer inom nätverket), YouTube (videor som visar alliansens projekt, intervjuer med studenter och akademisk och administrativ personal, innehåll relaterat till





internationell rörlighet) och Facebook (evenemangsannonser, delning av lokala/ universitetspressartiklar och regelbundna inlägg för att engagera gemenskapen i alliansrelaterade initiativ).

- Traditionella medier och reklammaterial:
  - Roll-ups: Används i entréhallar, konferenslokaler och vid UPJV-evenemang för att marknadsföra alliansen, dess mål och samarbetsprojekt.
  - Broschyrer: delas ut på mässor och rekryteringsevenemang och finns tillgängliga på platser med hög trafik (universitetsbibliotek, receptioner, administrativa kontor, cafeterior). Innehåller praktisk information (om rörlighet), vittnesmål och detaljer om hur man kan delta i alliansens initiativ.



## 6. Université Lumière Lyon 2 – LYON2

Sedan grundandet 1973 har Université Lumière Lyon 2 varit engagerat i en stark och ambitiös vision om högre utbildning och forskning, driven av en anda och värderingar som också är dess kännetecken: humanistiskt och socialt ansvarstagande, engagerat och inkluderande, demokratiskt och medborgarinriktat.

Som grundande medlem av Lyon-Saint-Étienne Communauté d'universités et établissements (ComUE) välkomnar Université Lumière Lyon 2 nästan 26 000 studenter på två campus och två platser, från grundnivå till doktorandnivå. Université Lumière Lyon 2 erbjuder ett brett utbud av utbildningsprogram för alla typer av studenter, vilket garanterar öppenhet och framgång för så många människor som möjligt. Det har 13 utbildningsenheter inom fyra utbildnings- och forskningsområden: Konst, litteratur, språk / Juridik, ekonomi, management / Humaniora och samhällsvetenskap / Naturvetenskap, teknik, hälsa.

Internationell öppenhet är en stor utmaning för Université Lumière Lyon 2, som den hanterar genom att uppmuntra studenternas rörlighet genom studie- och







praktikutbyten i Europa och runt om i världen. Den har också inrättat ett flertal dubbla examina med utländska akademiska institutioner och stöder internationella forskningsaktiviteter. Université Lumière Lyon 2 har för närvarande 560 samarbetsavtal med 370 institutioner i 60 länder. Utländska utbytesstudenter och icke-utbytesstudenter utgör 18 % av det totala antalet inskrivna studenter.

Lumière Lyon 2-universitetet är övertygat om att det finns ett akut behov av åtgärder och har därför gjort sitt engagemang för hållbar utveckling till en prioritet. Universitetet bidrar till socioekologiska förändringar genom sin undervisning och forskning, genom att begränsa miljöpåverkan från sin verksamhet och genom att sträva efter att kontinuerligt förbättra studie- och arbetsförhållandena. Genom att sätta den ekologiska omställningen i centrum för en global företagsstrategi avser vi att föreslå samordnade, framtidsinriktade åtgärder som syftar till en mer hållbar utveckling.

I december 2024 antog universitetet en masterplan för hållbar utveckling och socialt och miljömässigt ansvar. Den är i linje med den färdplan för ekologisk omställning som institutionen antog 2021 och åtföljs av stora investeringar i renovering av byggnader och omvandling av campus. Med sitt tvärfunktionella tillvägagångssätt har detta strategiska dokument mobiliserat hela universitetsgemenskapen (undervisnings- och forskningspersonal, studenter och administrativ personal) och tillför en verklig social dimension till våra åtaganden.

## **Kommunikationskanaler och verktyg för Lyon 2**

- **Intern kommunikation:**

- Nyhetsbrev Intranät – BAUHAUS4EU-sektion: En särskild sektion kommer att skapas på universitetets intranät, med regelbundna uppdateringar om alliansrelaterade internationella nyheter. Målet är att centralisera allt relevant internationellt innehåll som är kopplat till alliansen. En permanent länk kommer att läggas till på den interuniversitära plattformen så snart den är tillgänglig.
- Nyhetsbrev (personal): En BAUHAUS4EU-ram kommer att integreras i det interna personalnyhetsbrevet, som publiceras varannan vecka.
- Evenemang: Regelbundna interna evenemang (både virtuella och fysiska) kommer att organiseras för att öka medvetenheten och engagemanget: webbseminarier, informationsmöten, konferenser, deltagande i Europamånaden (maj), internationella mobilitetsdagar (oktober)

- **Extern kommunikation:**

- Digitala plattformar:





- LinkedIn: Lyon 2-kontot kommer att användas för att dela institutionella uppdateringar, projektmilstolpar och evenemangsinformation relaterad till BAUHAUS4EU.
- Instagram: Universitetets konto kommer att dela alliansrelaterade aktiviteter och evenemang som äger rum på Lyon 2-campus.
- Traditionella medier:
  - Pressmeddelanden: Delade viktiga evenemang eller milstolpar, särskilt sådana med lokal eller regional betydelse.
  - Mediepartnerskap och utåtriktad verksamhet: Samarbete med både interna och externa mediekällor för att främja alliansrelaterade nyheter, inklusive: Universitetstidningar, lokala tidningar i Bron- och Lyon-området, radio, television och specialiserade medier (AEF, Thotis, L'Etudiant, EducPros, Studyrana)
- Evenemang:
  - BAUHAUS4EU-seminarier och kaféer för studenter och akademisk personal.
  - Evenemang med och för de lokala institutionerna och BAUHAUS4EU-gemenskapen i Lyon 2 för att presentera projektets framsteg (juni och oktober 2025 för det första året).
  - Deltagande i universitetsarrangemang där BAUHAUS4EU kan lyftas fram.
  - Kontinuerlig spridning genom affischer och flygblad relaterade till alliansen.





## 10.7. Universiteti Polis – POLIS

Polis University grundades 2006 och är en ledande högskola i Albanien inom arkitektur, planering och design, civilingenjörsvetenskap, miljövetenskap, datavetenskap samt ekonomi, entreprenörskap och innovation. Universitetet erbjuder forskning, kunskapsöverföring och en utbildningsmodell som använder ett tvärvetenskapligt tillvägagångssätt samtidigt som det förbereder studenterna för en snabbt föränderlig arbetsmarknad genom att integrera utmaningsbaserat lärande i olika läroplaner.

Polis University har sedan starten etablerat sig som en institution med en ambitiös internationaliseringsagenda, samtidigt som det är starkt förankrat i Albanien, särskilt i Tirana-regionen. I syfte att utöva en relevant och positiv inverkan på den lokala ekonomin och samhället har universitetet under många år visat ett engagemang för att utveckla och upprätthålla solida och effektiva kopplingar till lokala aktörer (industri, beslutsfattare, samhällsinitiativ etc.) inom områden som är nära kopplade till dess kärnkompetens.

### Polis kommunikationskanaler och verktyg

- **Intern kommunikation:**
  - Nyhetsbrev Intranät – BAUHAUS4EU-sektion: En särskild sektion kommer att skapas E-postnyhetsbrev: regelbundna interna uppdateringar som delas med personal och studenter
  - Samarbetsplattformar: verktyg för att stödja internt samarbete och samordning mellan intressenter som är involverade i alliansen
  - Regelbundna möten: schemalagda möten för att upprätthålla samstämmighet kring projektets mål och framsteg
  - Reklammaterial: affischer, broschyrer och annat visuellt material som används inom institutionen för att marknadsföra alliansen och dess möjligheter
  - Vittnesmål från studenter och lärare: delning av personliga erfarenheter från studenter och personal som är involverade i alliansen för att främja internt



engagemang

- **Extern kommunikation:**

- Digitala plattformar:

- Webbplats: uppdateringar, resurser, resultat, framgångshistorier och samarbetsprojekt relaterade till alliansen.
- Sociala medier (LinkedIn, Instagram): dela viktiga milstolpar, evenemang och vittnesmål med fakulteten och studenterna.
- E-nyhetsbrev: riktad kommunikation anpassad för externa intressenter, med uppdateringar om POLIS-universitetets aktiviteter inom alliansen, kommande möjligheter och alliansens övergripande framsteg.

- Evenemang:

- Workshops och seminarier
- Offentliga forum
- Årliga konferenser
- Öppna hus
- Policy-dialogsessioner: plattformar för diskussion och samverkan med beslutsfattare och andra externa aktörer

- Press:

- Lokala mediepartnerskap: Samarbete med lokal press för att sprida nyheter och aktiviteter relaterade till alliansen





## 10.8. University of Architecture, Civil Engineering and Geodesy – UACEG

UACEG spelar en viktig roll i BAUHAUS4EU-alliansen genom att integrera sin långa erfarenhet inom arkitektur, civilingenjörskonst och geodesi med moderna prioriteringar såsom digitala byggtekniker och hållbar utveckling. UACEG ser sitt deltagande i BAUHAUS4EU som en naturlig förlängning av sitt uppdrag att forma Bulgariens infrastruktur och stadslandskap. Under ledning av sin första kvinnliga rektor, docent Dr. Arch. Gichka Kutova-Kamenova, strävar universitetet efter att bli en högteknologisk, forskningsdriven institution som bygger broar mellan akademien, industrin och den offentliga politiken. BAUHAUS4EU-alliansen stöder detta mål, särskilt när det gäller att ta itu med de socioekonomiska utmaningarna i regionen Yugoapaden (sydväst) och landet, såsom inkomstjämlighet och miljöfrågor, genom stadsplanering och hållbara infrastrukturinitiativ.

Genom sitt engagemang i projektet bidrar UACEG med expertis inom grön byggnadsdesign, stadsförnyelse och klimatresiliens, vilket tillgodoser samhällets behov och därmed bidrar till en hållbar utveckling av den lokala och regionala ekonomin. UACEG:s specialisering kommer att stödja den akademiska personalen och dess utexaminerade studenter att bidra till uppfyllandet av de prioriteringar som fastställts i programmet "Konkurrenskraft och innovation i företag" 2021–2027 och därmed uppnå en intelligent och hållbar tillväxt i den bulgariska ekonomin, samt genomförandet av industriell och digital omvandling. UACEG kommer att främja regional innovation, kulturell omvandling och samarbete mellan civilsamhället, företag och lokala myndigheter genom sina partnerskap med organisationer som Nationella kommunförbundet i Bulgarien och Sofia Development Association.

Utöver det lokala sammanhanget kopplar BAUHAUS4EU-alliansen samman UACEG med EU-omfattande initiativ, däribland European Digital Innovation Hub for Construction och New European Bauhaus (NEB), vilket säkerställer dess bidrag till Europas gröna och digitala omställning. Genom att integrera forskning, utbildning och medborgerligt engagemang positionerar sig UACEG som en viktig utbildare av framtida yrkesverksamma och bidrar till att ta itu med samhällsutmaningar som urbanisering, miljömässig hållbarhet och teknisk anpassning.



## UACEG:s kommunikationskanaler och verktyg

- **Intern kommunikation:**

- Universitetsnyhetsbrev: Används för att lyfta fram BAUHAUS4EU-projektets aktiviteter och resultat för den interna akademiska gemenskapen.
- Plattform mellan universiteten: Dedikerat utrymme för att presentera projektet och ge detaljerad information om viktiga ämnen såsom utbildningsprogram, mobilitetsmöjligheter och kompetensutveckling
- Program för alumnengagemang: Involvera alumner genom mentorskap, berättande och deltagande i projektrelaterade evenemang
- Infografik och interaktiva rapporter: Visuellt tilltalande material för att kommunicera projektets påverkan och framsteg på ett övertygande sätt.

- **Extern kommunikation:**

- Digitala plattformar:
  - UACEG:s universitetswebbplats: En särskild avdelning på universitetets webbplats för visuellt tilltalande innehåll, nyheter och berättelser om UASG:s deltagande i alliansen + särskild projektwebbplats
  - Sociala medieplattformar (LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube): Regelbundna uppdateringar för att dela milstolpar, evenemang och vittnesmål med hjälp av korsmarknadsföring: samtidigt, flerspråkig publicering av innehåll på alla partnerinstitutioner
  - Alliansens e-nyhetsbrev: Riktad kommunikation med uppdateringar till externa intressenter
- Traditionella medier:
  - Pressmeddelanden: Tillkännagivande av viktiga milstolpar i regionala/nationella medier och branschspecifika medier.
  - Reportage och intervjuer: Publiceras i regionala och nationella tidningar och branschbloggar samt sänds i nationell radio.
- Evenemang och nätverksmöjligheter:
  - Interregionala workshoppar: UACEG kommer att anordna den tredje interregionala workshoppen.
  - Workshops och seminarier: Utformade för att engagera studenter och personal i projektet





- Offentliga forum och rundabordssamtal för att dela med sig av resultat och projektets effekter till branschrepresentanter, lokala myndigheter och akademiska institutioner, samt öka synligheten
- Livewebbinarier med interaktiva utrymmen och plattformar för dialog mellan fakultet, studenter och intressenter
- Sport- och sociala evenemang: För att bidra till att skapa och upprätthålla gemenskapskänsla kring projektet
- Årliga konferenser: För att fira, presentera framsteg, utbyta kunskap och uppmuntra intressenternas deltagande



### 10.9. University of Economics in Katowice – UEKAT

Ekonomiska universitetet i Katowice grundades 1937 och är den största och äldsta handelshögskolan i regionen Övre Schlesien, belägen i dess huvudstad Katowice. Varje år följer över 8 000 polska och internationella studenter våra utbildningsprogram på kandidat-, master-, doktorand- och postdiplomnivå inom våra fem studieområden: finans, ekonomi, informatik och kommunikation, management samt rumslig ekonomi och regioner i omvandling.

Våra studenter och utexaminerade mognar i en blomstrande metropol och engagerar sig i regionens utveckling under sitt yrkesliv: de leder företag, organiserar det socioekonomiska livet och deltar i en rad olika affärsaktiviteter.

Vårt utbildningsutbud och våra program för livslångt lärande lockar studenter från hela världen och från alla generationer. Tack vare balansen mellan akademisk styrka och mjuka färdigheter i våra kurser samt professionella karriärtjänster är anställbarheten för våra utexaminerade mycket hög. Vi värnar om relationerna med våra lokala och internationella alumner och engagerar dem i många aktiviteter på campus och i sociala medier. Vi är stolta över att utbilda dagens chefer för morgondagens utmaningar.





## UEKAT:s kommunikationskanaler och verktyg

- **Intern kommunikation:**

- Visuella varumärkesverktyg:

- Universitetets BAUHAUS4EU-logotyp på universitetets hemsida, med länk till information om alliansen.
- Kommersiella trycksaker, e-postfötter, presentationsmallar och brevhuvud.
- Tryckta och elektroniska affischer på universitetets campus.
- Roll-ups på synliga platser
- Reklamartiklar och logotypklistermärken som delas ut under evenemang

- Nyhetsbrev via e-post:

- Studentgrupp: 10 000 prenumeranter/mottagare
- Anställda (administrativ och akademisk personal): 770 prenumeranter/mottagare

- Evenemang för den interna gemenskapen:

- 2:a forumet
- Workshops och seminarier för att engagera studenter och personal
- Öppna hus
- Bauhaus Café
- Livestreamar med professorer och studenter

- **Extern kommunikation:**

- Digitala plattformar:

- Universitetets webbplats: Särskild avdelning med nyheter och uppdateringar om alliansen, tillgänglig på polska och engelska (PL/EN)
- Särskild projektwebbplats (PL/EN)
- Sociala medier:  
<https://www.facebook.com/UniwersytetEkonomicznywKatowicach> <https://www.facebook.com/UniversityofEconomicsinKatowice>  
<https://www.instagram.com/uekatowice>  
<https://www.linkedin.com/school/universytet-ekonomiczny->







[wkatowicach/](#)

<https://www.youtube.com/UEKatowice>

[https://x.com/UE\\_Katowice](https://x.com/UE_Katowice)

<https://open.spotify.com/show/2TitZOYZkqbKopamvXtLzK> <https://www.tiktok.com/@uekatowice>

- Kommunikationsverktyg på campus: Elektroniska skärmar på campus  
Podcast via University AS Radio
- Nyhetsbrev via e-post Journalister: 100
- Traditionella medier:
  - Pressmeddelanden: För tillkännagivande av viktiga milstolpar
  - Reportage: Publicerade i regionala och nationella tidningar eller akademiska tidskrifter
- Evenemang:
  - Konferenser och mässor:  
Presentation av projektresultaten under nationella och internationella konferenser om internationalisering av högre utbildning  
Deltagande i vetenskapliga konferenser för att presentera resultat och främja akademiskt utbyte



## 10.10. University of Macedonia – UOM

Universitetet i Makedonien (UoM), beläget i Thessaloniki, Grekland, är en institution med starkt fokus på ekonomi, företagsekonomi, samhällsvetenskap och informationsteknik. Anslutningen till den europeiska universitetsalliansen BAUHAUS4EU ligger i linje med UoM:s strategiska prioriteringar om internationalisering, tvärvetenskaplig forskning och innovationsdriven utbildning. Genom att delta i alliansen strävar UoM efter att:

- Främja gränsöverskridande samarbete genom gemensam forskning och akademiska program.



- Öka synligheten för UoM:s forskningsresultat och pedagogiska innovationer i Grekland och utanför landets gränser.
- Stärka engagemanget hos lokala myndigheter, industripartner och allmänheten i stort, så att alliansens aktiviteter och resultat ger konkreta fördelar för det lokala samhället.

## **UoM:s kommunikationskanaler och verktyg**

- **Intern kommunikation:**

- UoM:s nyhetsbrev via e-post: Månatliga uppdateringar om alliansens aktiviteter, evenemang och möjligheter för lärare, administrativ personal och studenter.
- Regelbundna möten: Anordna regelbundna online- och fysiska möten för att engagera lärare och administrativ personal i BAUHAUS4EU-initiativen.

- **Extern kommunikation:**

- Digitala plattformar:
  - Dedikerad BAUHAUS4EU Alliance-webbsida på UoM:s webbplats: En lokal "hub" som tillhandahåller uppdateringar, uppmaningar till deltagande och resultat relaterade till alliansen.
  - Sociala medieplattformar: UoM:s officiella LinkedIn-sida (där projektets milstolpar och professionella uppdateringar delas) Facebook, Instagram och Tik-Tok (för att engagera en bredare publik, inklusive studenter, alumner och det lokala samhället)
  - Pressmeddelanden och artiklar: Skicka in artiklar till lokala/nationella medier, såsom lokala tidningar i Thessaloniki och nationella utbildningsportaler
- Evenemang:
  - Workshoppar, seminarier och konferenser: Inbjudan till lokala intressenter, civilsamhällesorganisationer och företagsrepresentanter för att informera om BAUHAUS4EU-initiativen
  - Policydialoger: Samorganisera rundabordssamtal med lokala myndigheter för att undersöka hur BAUHAUS4EU-aktiviteter kan informera regionala utvecklingsstrategier
  - Utåtriktade aktiviteter: Presentera BAUHAUS4EU-initiativ vid nationella och internationella konferenser för att bygga nätverk och främja alliansens mål.





- Öppna dagar och webbseminarier: Presentera BAUHAUS4EU-kurser, sommarskolor och utbytesmöjligheter för studenter, lärare och administrativ personal vid UoM
- Reklammaterial:
  - Skapa reklamblad och infografik för att lyfta fram unika möjligheter inom BAUHAUS4EU-alliansen





## 11. SLUTSATS

Denna kommunikations-, spridnings- och utåtriktade plan utgör en strategisk ram för att säkerställa synlighet, engagemang och genomslag för BAUHAUS4EU:s aktiviteter bland dess medlemsinstitutioner, regioner och Europa som helhet. Två huvudsakliga målgrupper har definierats: primära målgrupper, som är direkt involverade i projektet (studenter, akademisk och administrativ personal, forskningsinstitutioner och laboratorier, universitetsadministratörer och projektledare, samt BAUHAUS4EU:s associerade partner och regionala intressenter); och sekundära målgrupper, inklusive potentiella studenter, alumner, lokala myndigheter, industripartner, media, europeiska institutioner och andra universitetsallianser. Denna segmentering gör det möjligt att skräddarsy kommunikationsbudskap och verktyg för varje grupp, vilket säkerställer relevans och effektivitet.

Viktiga kommunikationsbudskap lyfter fram alliansens identitet och mål, kärnvärden och målsättningar, möjligheter för medlemmar och deras samhällen, förväntade resultat och prestationer, fördelar för studenter och personal, samhällspåverkan på lokal, regional och europeisk nivå, skäl för intressenters stöd och BAUHAUS4EU:s bidrag till att stärka integrationen och attraktionskraften hos europeisk högre utbildning. En mångsidig blandning av digitala kanaler (webbplats, sociala medier, nyhetsbrev, podcasts), traditionella medier (pressmeddelanden, intervjuer) och marknadsföringsverktyg (broschyrer, roll-ups, virtuella bakgrunder, märkesmaterial) säkerställer en konsekvent, tillgänglig och engagerande kommunikation.

De viktigaste kommunikations- och spridningsaktiviteterna omfattar marknadsföring av utbildningsutbudet genom öppet hus, vittnesmål och alliansambassadörer, engagemang av lokala myndigheter genom politisk dialog och mediesamarbete, anordnande av regionala och interregionala workshoppar, årliga forum och studenttävlingar samt publicering av akademiska resultat för att stärka synligheten och främja kunskapsutbyte.

Alliansens långsiktiga framgång bygger på institutionell kontinuitet, med stöd av en tydlig styrningsstruktur som omfattar råd, kommittéer och operativa team, samt på finansiell hållbarhet som uppnås genom offentlig-privata partnerskap, europeiska och internationella bidrag samt medlemsavgifter. Dessa åtgärder kommer att säkerställa att kommunikations-, spridnings- och utnyttjandeaktiviteterna sträcker sig bortom projektets initiala finansieringsfas.

Sammantaget förser denna plan alliansen med de verktyg och strategier som behövs för att göra dess aktiviteter synliga, tillgängliga och effektfulla. Den lägger en stark grund för de kommande åren och säkerställer att BAUHAUS4EU:s värderingar och resultat får genklang hos dess samhällen, partner och intressenter, samtidigt som den banar väg för varaktig påverkan och hållbar omvandling.





En andra version av planen för kommunikation, spridning och utåtriktad verksamhet kommer att redogöra för de konkreta åtgärder som vidtagits och utvärdera deras resultat, samt ge en första bedömning av framgångar och områden som kan förbättras.





# BAUHAUS4EU

European University Alliance



Blekinge Institute  
of Technology



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO



UNIVERSITY  
OF ARCHITECTURE  
CIVIL ENGINEERING  
AND GEODESY



REPUBLIC OF  
MACEDONIA  
UNIVERSITY  
OF MACEDONIA



UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
IN KATOWICE



Co-funded by  
the European Union

Financé par l'Union Européenne. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que l'auteur ou les auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union Européenne ni de l'Agence Exécutive pour l'Education et la Culture (EACEA). Ni l'Union Européenne, ni l'autorité de financement ne peuvent en être tenues responsables.

