

KONZEPT ZUR INTERNATIONALEN UNIVERSITÄTSKOMMUNIKATION



Lina Hörügel, Katharina Pingel

23. November 2021

12.50 - 14.10 Uhr

Agenda

1. **Kommunikationskonzept – wozu braucht man das?**
2. **Kommunikationskonzept – Herangehensweise und Aufbau**
 1. Ziele
 2. Zielgruppen
 3. Maßnahmen
3. **Kampagne *entdeckerbleiben***
 1. Analog
 2. Digital

Koko – wozu braucht man das?

Mist. Es gehen viel zu wenige Studierende ins Ausland... Was machen wir denn jetzt?

Hmm... Ich kann ja mal schnell ein Poster machen und das hängen wir dann in die Mensa.

Koko – wozu braucht man das?

Mist. Es gehen viel zu wenige Studierende ins Ausland... Was machen wir denn jetzt?

Im KoKo haben wir doch eine Liste von Maßnahmen für die Zielgruppe aufgeschrieben. Ich schau mir das mal an.

Koko – Herangehensweise und Aufbau

1. Internationalisierungsziele
2. Zielgruppenanalyse
3. Kommunikationsziele
4. Kommunikationsaufgaben
5. Kommunikationsmaßnahmen



Koko – Herangehensweise und Aufbau

1. **Internationalisierungsziele**
2. Zielgruppenanalyse
3. Kommunikationsziele
4. Kommunikationsaufgaben
5. Kommunikationsmaßnahmen



Koko – Herangehensweise und Aufbau

1. Internationalisierung des Personals
2. Erhöhung der internationalen Mobilität der Studierenden
3. Internationalisierung des Curriculums
4. Erhöhung der Studienerfolgsquote ausländischer Studierender
5. Ausbau von internationalen Verbänden in Forschung und Lehre
6. Erhöhung der internationalen Sichtbarkeit

Koko – Herangehensweise und Aufbau

1. **Internationalisierungsziele**
2. **Zielgruppenanalyse**
3. Kommunikationsziele
4. Kommunikationsaufgaben
5. Kommunikationsmaßnahmen



Koko – Herangehensweise und Aufbau

| INTERN (an der UL) | EXTERN (außerhalb der UL) |
|--|---|
| UL Studierende | Internationale Studieninteressierte (Abschluss) |
| UL Studierende im Ausland | Internationale Studieninteressierte mit Zulassung |
| Internationale Studierende | Internationale Studieninteressierte (Austausch) |
| Internationale Austauschstudierende | Internationale Promotionskandidat:innen |
| UL Promovierende | Internationale Wissenschaftler:innen |
| Internationale Promovierende | Personal an internationalen Partnerhochschulen |
| UL Wissenschaftler:innen | Förderorganisationen |
| Internationale Gastwissenschaftler:innen | Regionale Partner:innen |
| Internationale Alumni | |
| Rektorat | |
| Unterstützungspersonal | |

Koko – Herangehensweise und Aufbau

1. **Internationalisierungsziele**
2. **Zielgruppenanalyse**
3. **Kommunikationsziele**
4. Kommunikationsaufgaben
5. Kommunikationsmaßnahmen



Koko – Herangehensweise und Aufbau | Zielgruppen

| | FACHÜBERGREIFENDE INTERNATIONALISIERUNGSZIELE | | | | | |
|---|---|---|---------------------------------------|---|---|---|
| ZIELGRUPPEN | Internationalisierung des Personals | Erhöhung der internationalen Mobilität der Studierenden | Internationalisierung des Curriculums | Erhöhung der Studienerfolgsquote ausländischer Studierender | Ausbau von internationalen Verbänden in Forschung und Lehre | Erhöhung der internationalen Sichtbarkeit |
| INTERN | | | | | | |
| UL-Studierende | | X | X | | | |
| UL-Studierende im Ausland und nach dem Aufenthalt | | X | X | | | |
| Internationale Studierende an der UL | | X | | X | | X |
| Internationale Austauschstudierende an der UL | | X | | X | | X |
| UL-Promovenden | | X | | | X | |
| Internationale Promovenden an der UL | X | | | | X | X |
| UL-Wissenschaftler | | | X | | X | |
| Internationale Gastwissenschaftler | X | | | | X | X |
| Internationale Alumni | | | | | X | X |
| Rektorat | X | | | | | X |
| Unterstützungspersonal | | X | X | X | | |

Koko – Herangehensweise und Aufbau

| | FACHÜBERGREIFENDE INTERNATIONALISIERUNGSZIELE | | | | | |
|---|---|---|---------------------------------------|---|---|---|
| ZIELGRUPPEN | Internationalisierung des Personals | Erhöhung der internationalen Mobilität der Studierenden | Internationalisierung des Curriculums | Erhöhung der Studienerfolgsquote ausländischer Studierender | Ausbau von internationalen Verbänden in Forschung und Lehre | Erhöhung der internationalen Sichtbarkeit |
| EXTERN | | | | | | |
| Internationale Studieninteressenten (Abschluss) | | X | | X | | X |
| Internationale Studieninteressenten (Austausch) | | X | | | | X |
| Internationale Studieninteressenten mit Zulassung | | | | X | | X |
| Internationale Promotionskandidaten | | | | X | | X |
| Internationale Wissenschaftler | X | | X | | X | X |
| Personal an internationalen Partnerhochschulen | | X | X | | X | X |
| Förderorganisationen | X | X | X | X | X | X |
| Regionale Partner | | | X | X | | X |

Koko – Herangehensweise und Aufbau

1. **Internationalisierungsziele**
2. **Zielgruppenanalyse**
3. **Kommunikationsziele**
4. Kommunikationsaufgaben
5. Kommunikationsmaßnahmen



Koko – Herangehensweise und Aufbau

INTERN (an der UL)

UL Studierende (2, 3)

2. Erhöhung der internationalen Mobilität
3. Internationalisierung des Curriculums

Ziel:

Alle UL-Studierenden sammeln internationale Erfahrung im Ausland oder in einem internationalen Curriculum.

Koko – Herangehensweise und Aufbau

1. Internationalisierungsziele
2. Zielgruppenanalyse
3. Kommunikationsziele
4. Kommunikationsaufgaben
5. Kommunikationsmaßnahmen



Koko – Herangehensweise und Aufbau

INTERN (an der UL)

UL Studierende (2, 3)

2. Erhöhung der internationalen Mobilität
3. Internationalisierung des Curriculums

Ziel:

Alle UL-Studierenden sammeln internationale Erfahrung im Ausland oder in einem internationalen Curriculum.

Kommunikationsaufgaben:

Informieren (Förderoptionen, Anerkennung, Umsetzung des Auslandsaufenthaltes)

Motivieren zum Studium und Praktikum im Ausland

Motivieren zur Vernetzung untereinander und mit internationalen Studierenden an der UL

Koko – Herangehensweise und Aufbau

1. Internationalisierungsziele
2. Zielgruppenanalyse
3. Kommunikationsziele
4. Kommunikationsaufgaben
5. Kommunikationsmaßnahmen



Koko – Herangehensweise und Aufbau

INTERN (an der UL)

UL Studierende (2, 3)

2. Erhöhung der internationalen Mobilität
3. Internationalisierung des Curriculums

Kommunikationsmaßnahmen:

Informieren (Förderoptionen, Anerkennung,, etc.)

- Studierendenmobilitäts-App als Hilfe zur Organisation und Durchführung des Auslandsaufenthalts
- Informationen auf Instagram & Facebookgruppe
- Animiertes „Wie organisiert man einen Auslandsaufenthalt“-Video
- Polaroid-Flyer
- Erfahrungsberichte

Motivieren zum Studium und Praktikum im Ausland

- Animiertes Motivations-Video, das die drei Varianten Studien-, Praktikums- und Forschungsaufenthalt vorstellt
- Insta-Stories von UL-Studierenden, die gerade im Ausland sind
- Polaroid-Flyer
- Erfahrungsberichte

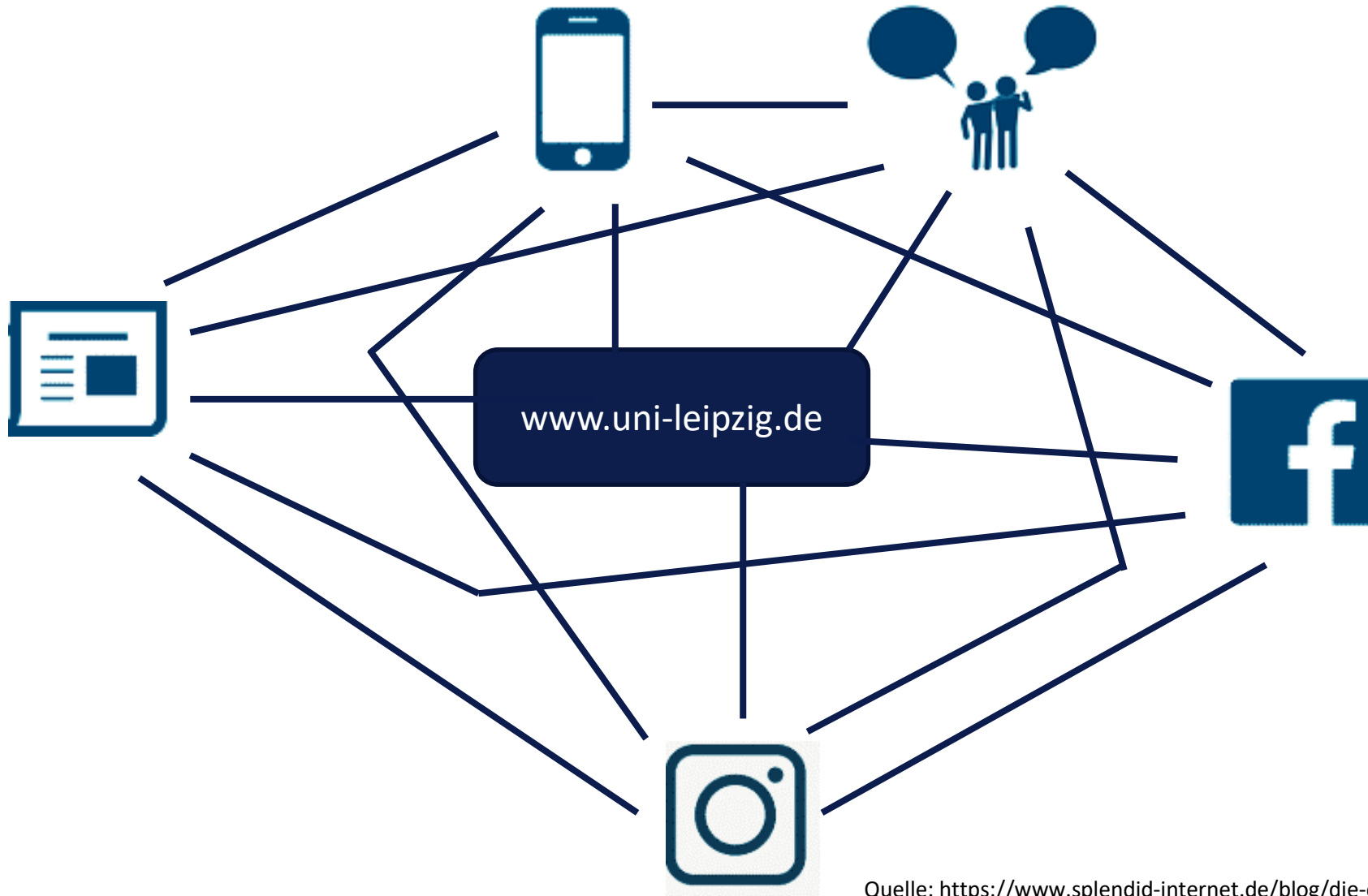
Motivieren zur Vernetzung untereinander und mit internationalen Studierenden an der UL

- Facebookgruppe für alle UL-Studierenden (vor, während und nach dem Auslandsaufenthalt)
- Video-Interviews mit internationalen Studierenden, die über ihre Heimatuniversität berichten

KAMPAGNE ENTDECKERBLEIBEN

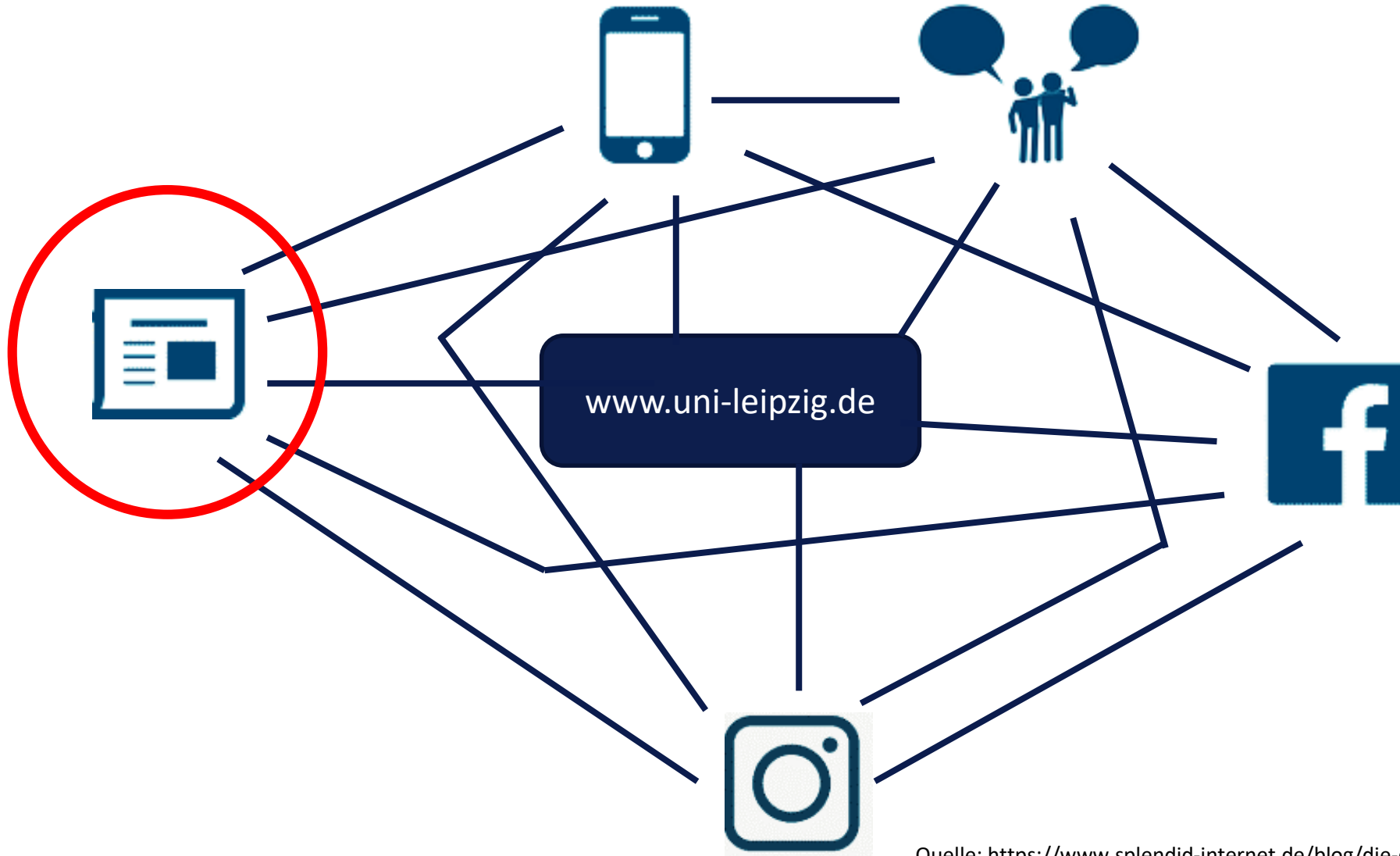


Kampagne *entdeckerbleiben* | Crossmedialität



Quelle: <https://www.splendid-internet.de/blog/die-crossmediale-aufstellung-von-onlineshops/>

Kampagne *entdeckerbleiben* | Crossmedialität



Quelle: <https://www.splendid-internet.de/blog/die-crossmediale-aufstellung-von-onlineshops/>

Kampagne *entdeckerbleiben*

Zielgruppe:

Studierende der Uni Leipzig vor ihrem Auslandsaufenthalt

Ziele:

- Informieren zu Förderoptionen etc.
- Motivieren zum Studium und Praktikum im Ausland

Kampagne *entdeckerbleiben*

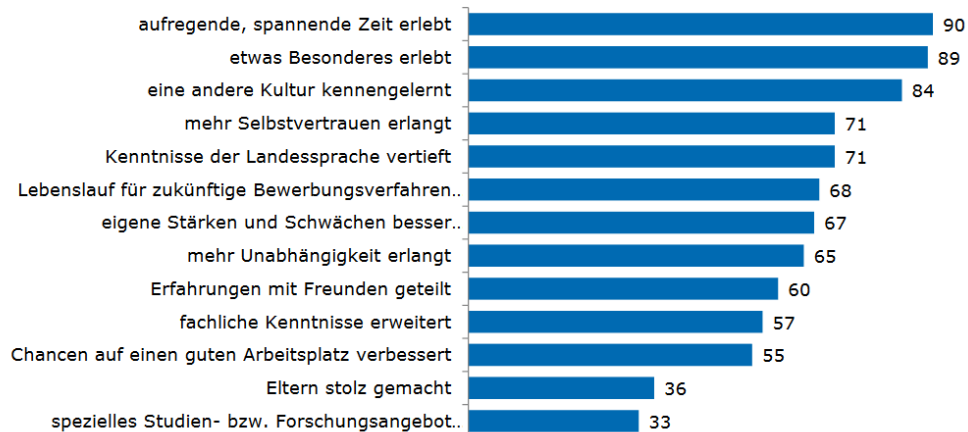
2.1.14 Gründe für studienbezogene Auslandsaufenthalte

Angaben auf einer Skala von 1 = „überhaupt nicht wichtig“ bis 5 = „sehr wichtig“, Pos. 1+2, 3 und 4+5, in %

| | 2010/2011 | | | 2008/2009 | | | 2006/2007 | | |
|--|-----------|-------------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-------------|-----------|
| | wichtig | teils/teils | unwichtig | wichtig | teils/teils | unwichtig | wichtig | teils/teils | unwichtig |
| neue Erfahrungen sammeln | 96 | 2 | 2 | 95 | 4 | 1 | 95 | 4 | 1 |
| eine andere Kultur kennenlernen | 84 | 9 | 7 | 85 | 10 | 5 | 84 | 11 | 5 |
| in einer fremden Situation zurecht kommen | 80 | 11 | 9 | 82 | 12 | 6 | 82 | 11 | 7 |
| Sprachkenntnisse vertiefen | 79 | 9 | 12 | 80 | 9 | 11 | 82 | 9 | 9 |
| berufliche Chancen verbessern | 69 | 16 | 15 | 71 | 17 | 12 | 72 | 16 | 12 |
| fachliche Kenntnisse erweitern | 52 | 28 | 19 | 57 | 28 | 15 | 58 | 24 | 18 |
| eine besondere Qualifikation erwerben | 45 | 27 | 28 | 50 | 26 | 24 | 45 | 31 | 24 |
| andere Lehr- und Lernformen kennenlernen | 44 | 25 | 32 | 49 | 26 | 25 | 49 | 23 | 28 |
| spezielle praktische Erfahrungen sammeln | 43 | 26 | 31 | 52 | 24 | 24 | 44 | 26 | 30 |
| spätere Berufstätigkeit im Ausland geplant | 41 | 30 | 29 | 45 | 30 | 25 | 45 | 30 | 25 |
| obligatorischer Aufenthalt im Rahmen meines Studiums | 20 | 11 | 69 | 19 | 14 | 67 | 17 | 11 | 72 |

Erträge von Auslandsmobilität

Die Bewertung der Erträge bezieht sich bei mehreren Aufenthalten immer auf den längsten Aufenthalt. Werte 4 + 5 einer fünfstufigen Skala von 1="überhaupt nicht" bis 5="in hohem Maße", Angaben in Prozent



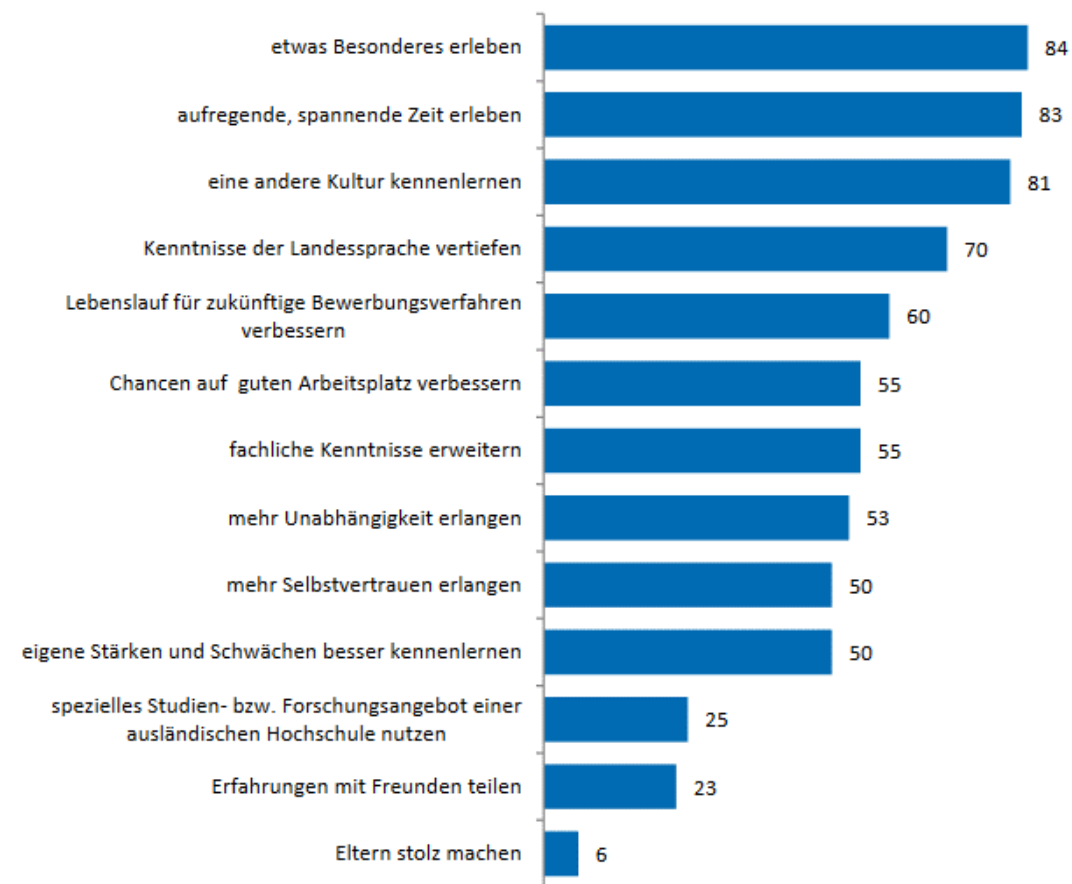
Quelle: DAAD/DZHW-Mobilitätsstudie 2015

Abb. 7.1 Motive für die Durchführung studienbezogener Auslandsaufenthalte

Die Bewertung der Motive bezieht sich bei mehreren Aufenthalten immer auf den längsten Aufenthalt.

Angaben in Prozent

Werte 4+5 einer fünfstufigen Skala von 1="überhaupt nicht" bis 5="in hohem Maße"



DAAD/DZHW-Mobilitätsstudie 2015

Kampagne *entdeckerbleiben*

Ich möchte im Masterstudium ein Auslandssemester absolvieren und finde die USA als Ziel besonders reizend – nicht nur, weil dort die Kommunikationsbranche fest verwurzelt ist, sondern auch, weil es in Nordamerika so viel zu entdecken gibt. Neben den großen Metropolen freue ich mich vor allem darauf, den **Grand Canyon und die Niagara Falls** zu sehen. Ich denke, dass man sein Auslandssemester nutzen sollte, um **so viel wie möglich von dem Land, in dem man in dieser Zeit lebt, kennenzulernen**. Schließlich sind es genau diese Erinnerungen, die man am längsten im Gedächtnis behält! → *Caro, MA Communication Management*

"Am meisten zieht es mich nach Chile, da ich dort nach dem Abi schon drei Monate lang als Rucksacktouristin durch das Land gereist bin. Was mich am meisten antreibt, ist, **in das alltägliche Leben einer fremden Kultur einzutauchen** und eben nicht nur als Touristin durch das Land zu reisen. Zudem reizt mich die **Natur und die Denkweise der Menschen in Südamerika**. Der akademische Austausch bildet als i-Tüpfelchen den perfekten Rahmen für dieses Vorhaben - ist aber meiner Meinung nach nicht die primäre Motivation von Studis, die sich auf Erasmus oder PROMOS etc. bewerben." → *Luise, BA KMW*

„Meine Erfahrungen im Ausland haben mich bisher immer bereichert. Es ist eine wunderbare Chance, sich mal **über das Studium hinaus mit der Kultur, Religion und Sprache eines Landes auseinanderzusetzen**. Ich fand es immer toll, vor Ort zu sein und die Menschen, die ich traf, nach ihren persönlichen Meinungen zum politischen Geschehen in ihrem Land zu befragen. Und natürlich einfach Teil des normalen Alltags zu sein: **türkischen Kaffee trinken, arabische Witze lernen** und die großzügige Gastfreundschaft erfahren.“ → *Paul, BA Arabistik*

Ich wollte unbedingt die Möglichkeit eines Auslandssemesters nutzen, um meinen Horizont zu erweitern. Nicht nur, da das Bildungssystem in Jordanien einer anderen Struktur unterliegt und ich dadurch Einblicke in unterschiedliche Art und Weisen der Wissensvermittlung erlangen konnte, sondern vor allem weil die **Orientierung in einem neuen Land ein Abenteuer für sich** ist. Durch den ständigen Kontakt, sei es beim Einkaufen, Busfahrten zur Uni oder Unternehmungen mit neu gewonnenen Freund*innen, konnte ich meinen eigenen Blickwinkel reflektieren und erweitern. Der einfache Kontakt zu Gleichaltrigen durch den Uni-Alltag ermöglichte mir dabei ein schnelles Ankommen und ein gemeinsames **Entdecken der Vielfalt des Landes an Ecken**, die ich als Tourist*in wahrscheinlich nie allein besucht hätte. → *Johanna, MA Ethnologie*

Kampagne *entdeckerbleiben*

Neue Erfahrungen sammeln

In einer fremden Situation zurechtkommen

Aufregende, spannende Zeit erleben

Eine andere Kultur erleben



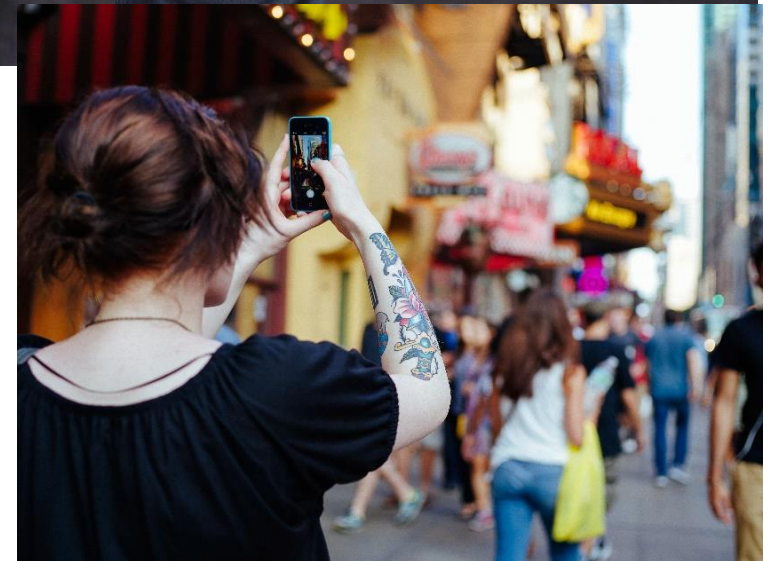
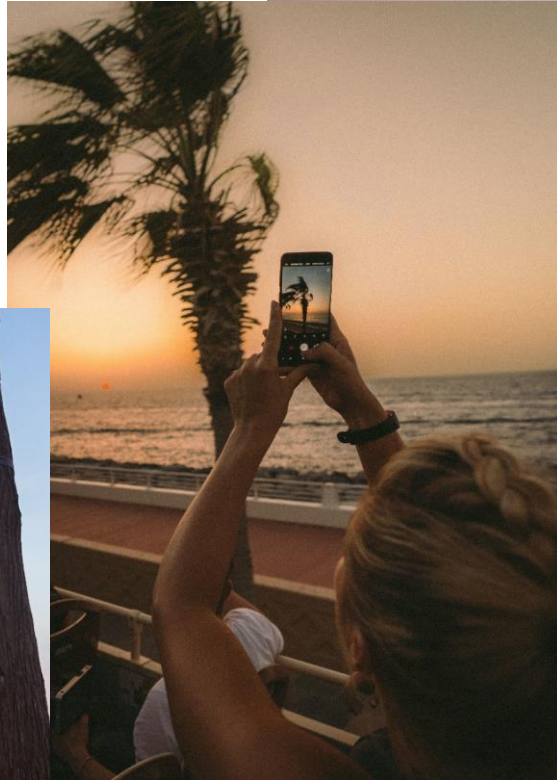
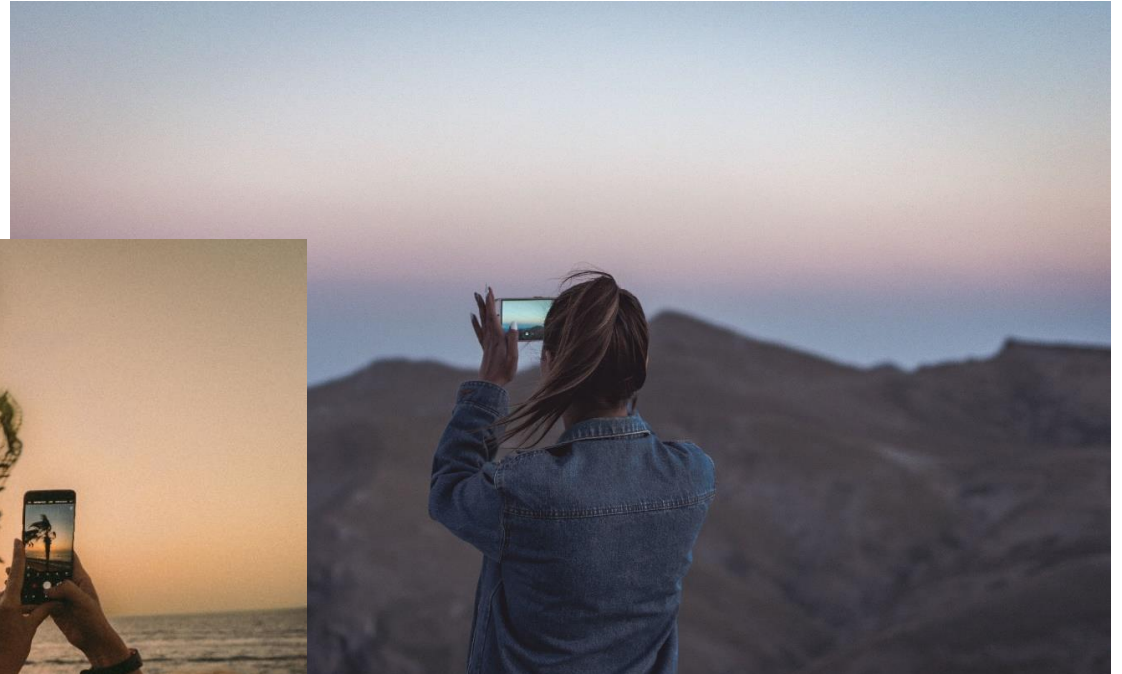
#entdeckerbleiben

Kampagne *entdeckerbleiben*



www.unsplash.com

Kampagne *entdeckerbleiben*



www.unsplash.com

Kampagne *entdeckerbleiben*

Nicht das 110. Foto auf dem Handy, sondern das eine besondere!



POLAROID

Die Rückkehr der Sofortbildkamera

von Helke Kottmann
24. Juli 2016

Polaroid ist aus der Bedeutungslosigkeit zurück. Das Kultobjekt profitiert von der digitalen Bilderflut in Zeiten von Smartphones. Was macht sie aus, die Faszination des analogen Knipsens?

„Die Sofortbilder sind Unikate und nicht replizierbar“, sagt er. „Das alleine gibt ihnen schon einen großen Wert.“

„Die Tendenz zum Haptischen, die Retrowelle und eine gewisse Nostalgie – das alles lasse die Sofortbildfotografie wieder aufleben: „Heute werden mehr Sofortbildkameras verkauft als zu Zeiten der Analogfotografie.“

Analoger Lifestyle-Trend Warum Polaroid wieder boomt

Von Frank-Thomas Wenzel | 29.09.18, 17:23 Uhr



Polaroid-Kameras auf der CES 2016 in Las Vegas
Foto: AWP




www.unsplash.com




Polaroid ist wieder da!

von Redaktion photoscala | 15.09.2017 14:28 | Aktuell, Analog | 9 | ★★★★★

Kampagne *entdeckerbleiben*



UNIVERSITÄT LEIPZIG 
Akademisches Auslandsamt


Praktikum im Ausland
 Organisiert ab 2 Monaten
 ab bis 1 Monat vor Praktikumsbeginn
 längere Aufenthalte förderbar
 nach Studienabschluss möglich
 kombinierbar mit Studium im Ausland

Studium
 Studierende aller Studiengänge
 promovierende


Koordinator:innen
 Praktikumsberater/in im Fach
 Akademisches Auslandsamt

#entdeckerbleiben
ERASMUS+ PRAKTIKUM

www.uni-leipzig.de/+erasmus-praktikum




#entdeckerbleiben
PROMOS PRAKTIKUM



#entdeckerbleiben
ERASMUS+ STUDIUM



#entdeckerbleiben
PROMOS KURSE



#entdeckerbleiben
PROMOS STUDIUM

UNIVERSITÄT LEIPZIG
Akademisches Auslandsamt

Studium im Ausland
 Drei gewählte Gastuniversität
 außerhalb der Erasmus+ Förderregion
 Übernahme der Studiengebühren
 Aufenthalte von 30 Tagen bis 6 Monaten
 während der Aufenthalte und Abschlussarbeiten

Koordinator:innen
 Praktikumsberater/in im Fach
 Akademisches Auslandsamt

#entdeckerbleiben
PROMOS STUDIUM

www.uni-leipzig.de/+promos-studium



UNIVERSITÄT LEIPZIG
Akademisches Auslandsamt

#entdeckerbleiben
ERASMUS+ STUDIUM

#entdeckerbleiben
PROMOS KURSE

#entdeckerbleiben
ERASMUS+ PRAKTIKUM

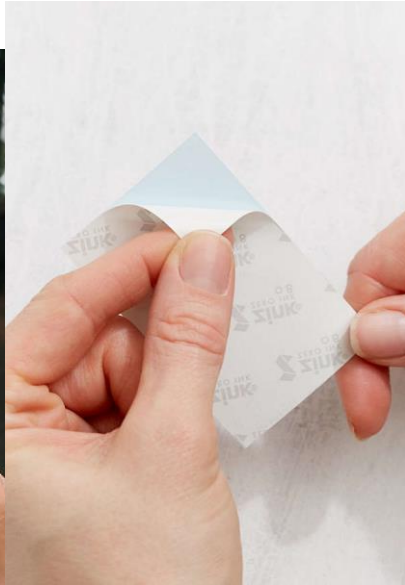
#entdeckerbleiben
PROMOS PRAKTIKUM

#entdeckerbleiben
PROMOS STUDIUM

Du kannst dich weltweit entdecken

www.uni-leipzig.de/+auslandsaufenthalt

Kampagne *entdeckerbleiben*



Polaroid-Sticker



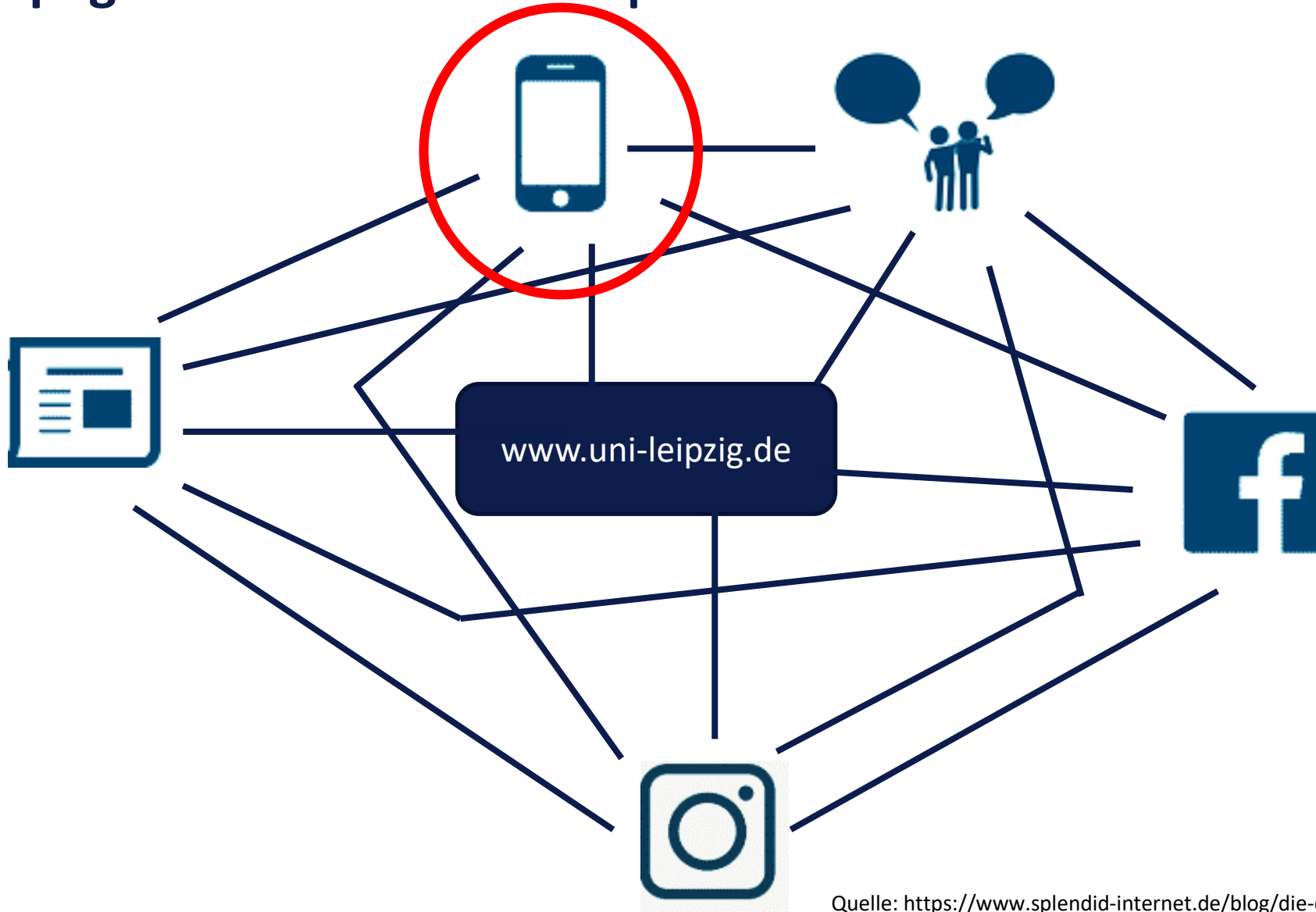
Polaroid Kamera für die ersten XY Erfahrungsberichte in der App



Polaroid-Umriss-Karte



Kampagne *entdeckerbleiben* | Crossmedialität



Quelle: <https://www.splendid-internet.de/blog/die-crossmediale-aufstellung-von-onlineshops/>

KAMPAGNE ENTDECKERBLEIBEN

Die *entdecker*-App der Universität Leipzig



Kampagne *entdeckerbleiben* | digital

Zielgruppe:

Studierende der Uni Leipzig vor, während und nach ihrem Auslandsaufenthalt

Ziele:

- Beratung vor Ort digital unterstützen
 - Inhalte reduzieren und personalisieren
 - Informationen gezielt ausspielen
- mobiler Begleiter für den Auslandsaufenthalt, der jederzeit zur Hand ist

Kampagne *entdeckerbleiben* | digital





Profileinstellungen



Ich will zum
Auslandsstudium
nach Spanien

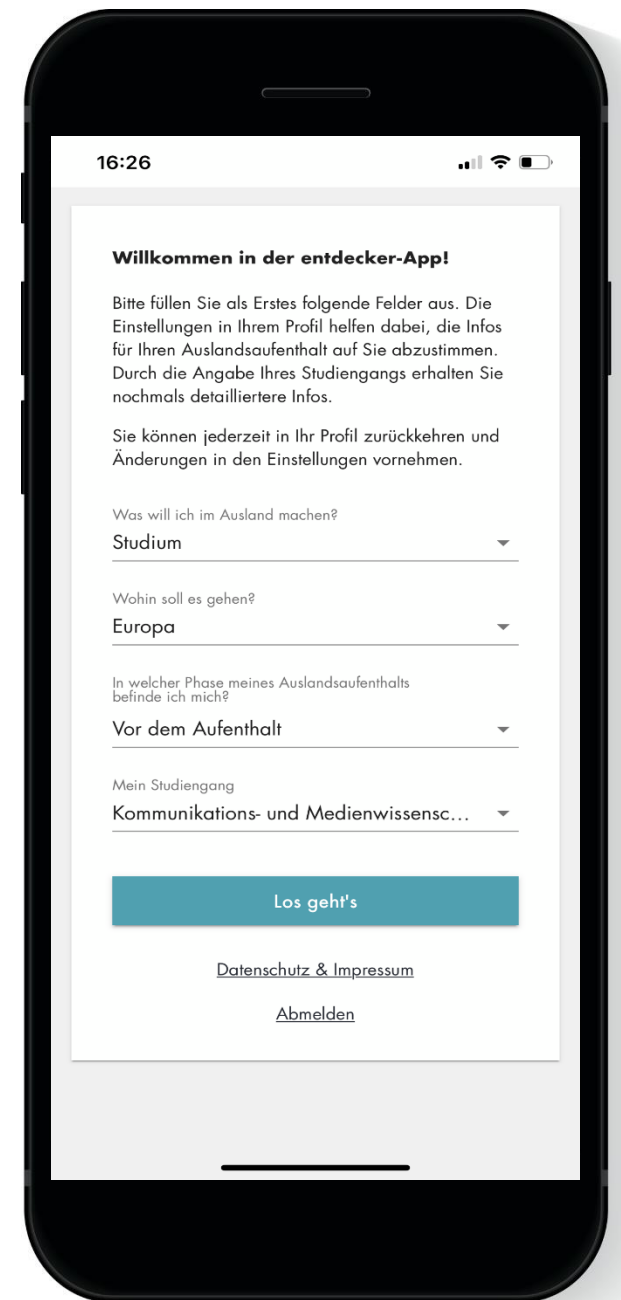


Ich bin aktuell in
Kanada für mein
Praktikum

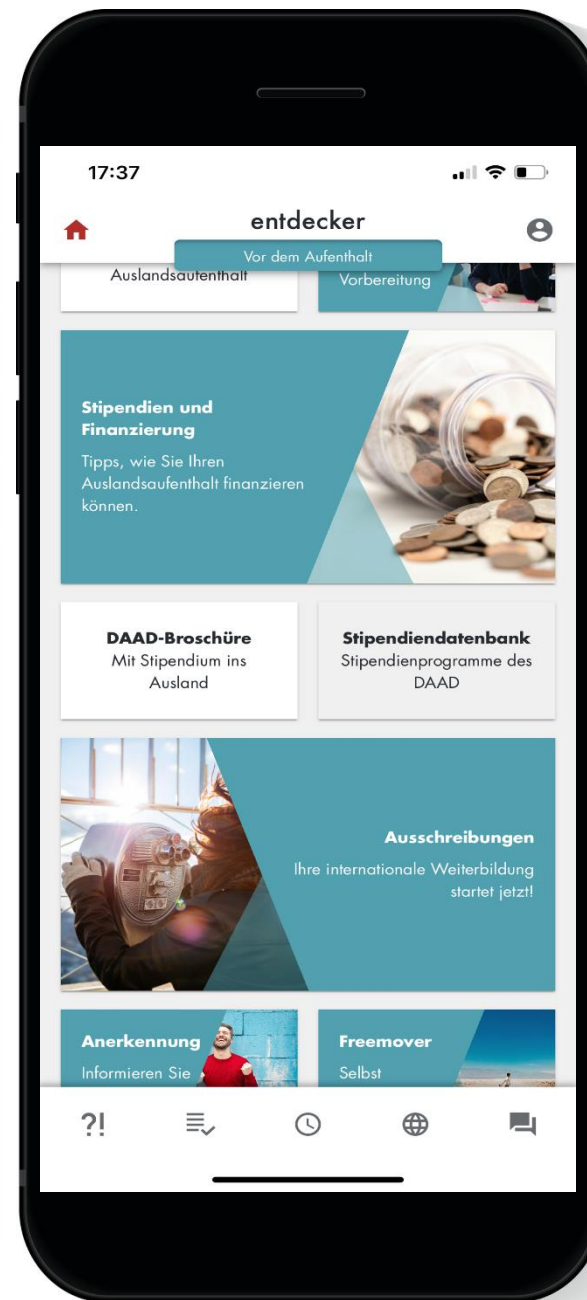
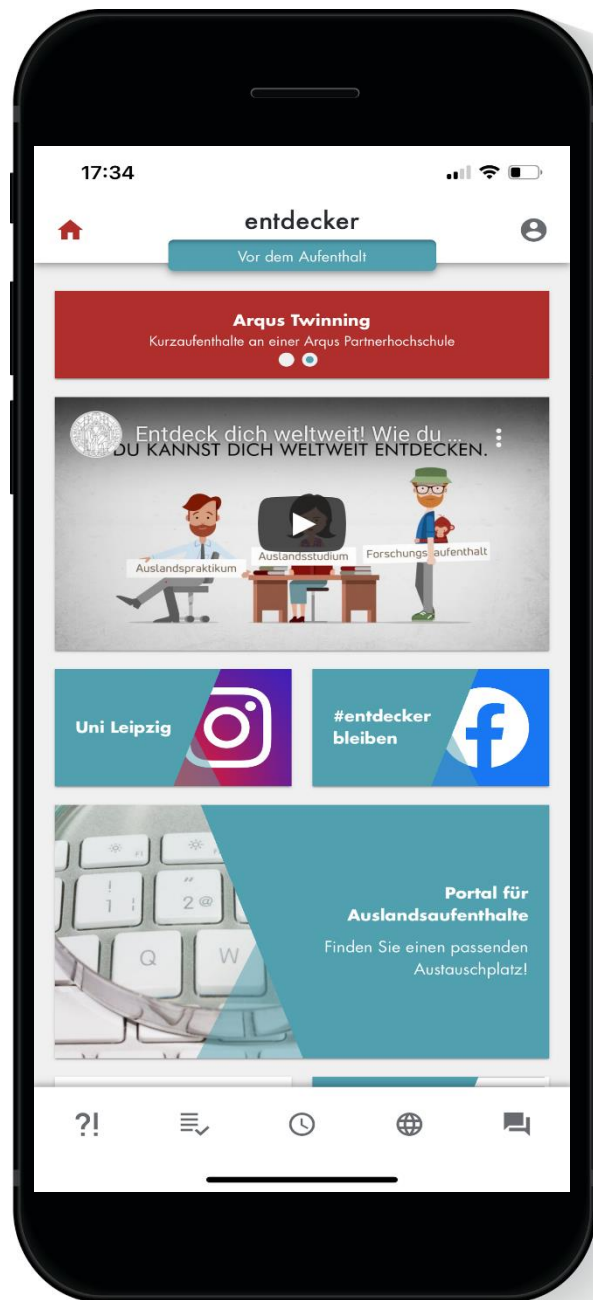
Ich möchte für
meinen Fachkurs
nach England



Ich habe meinen
Sprachkurs in
Mexiko absolviert

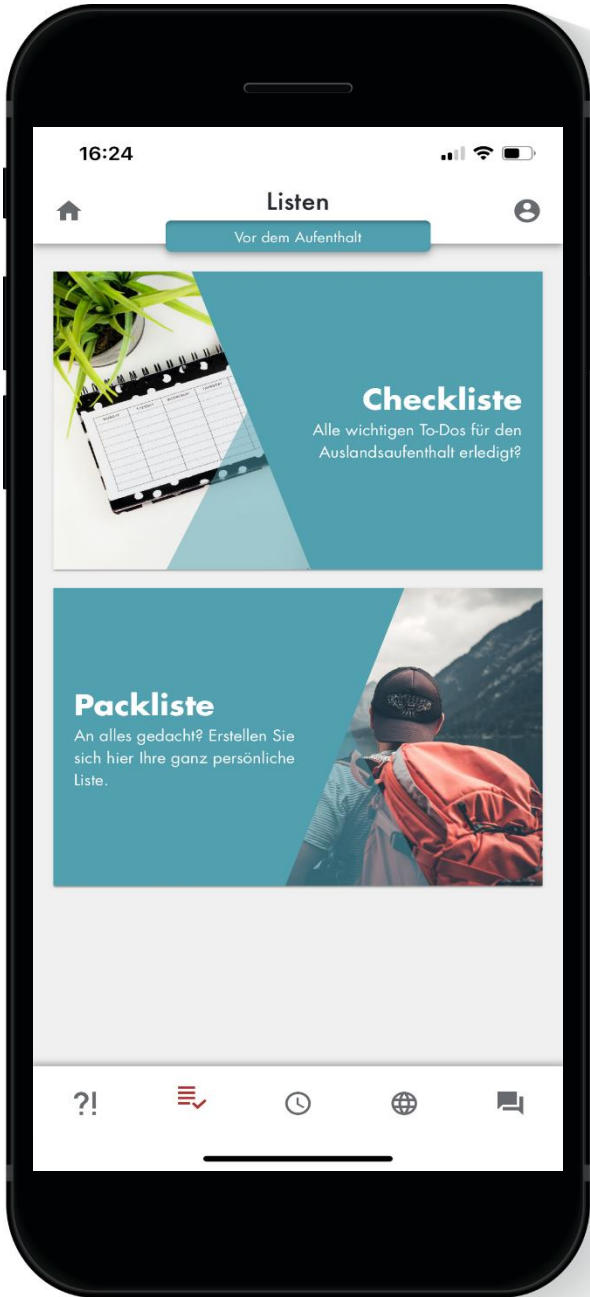


Feed

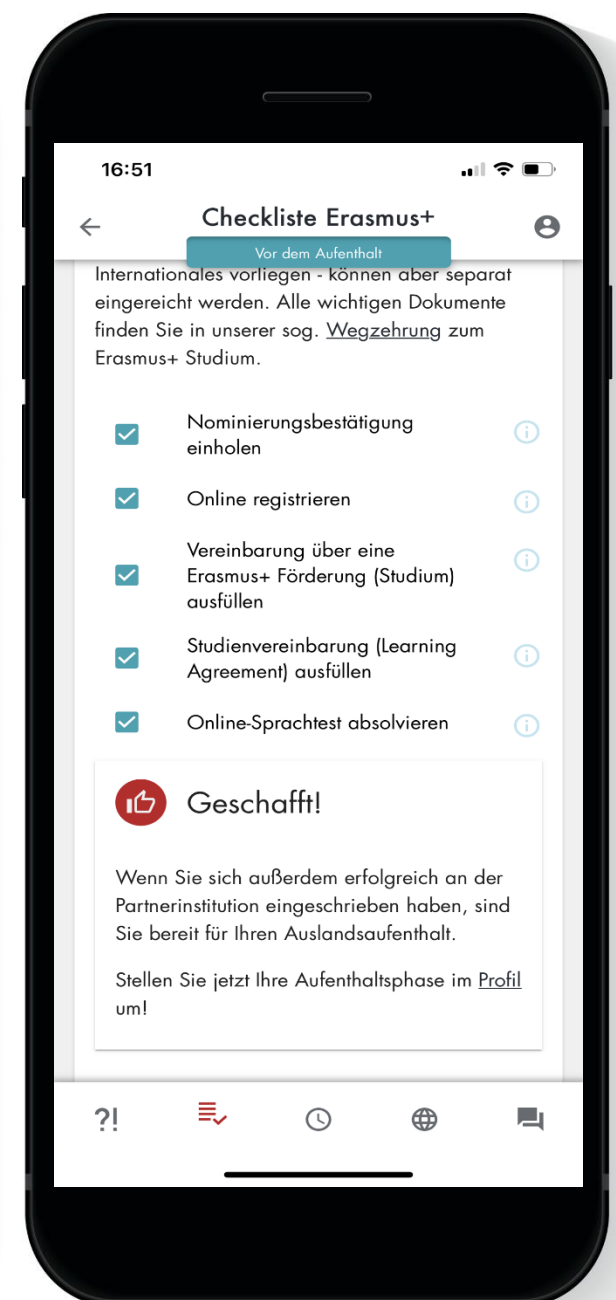
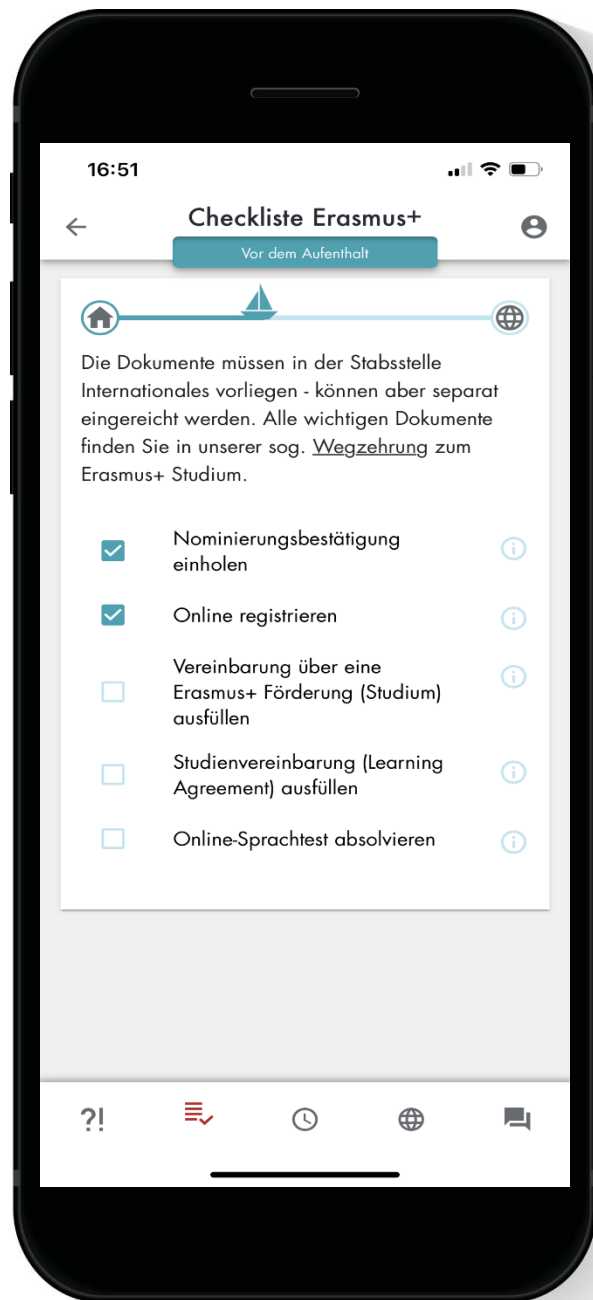


Listen

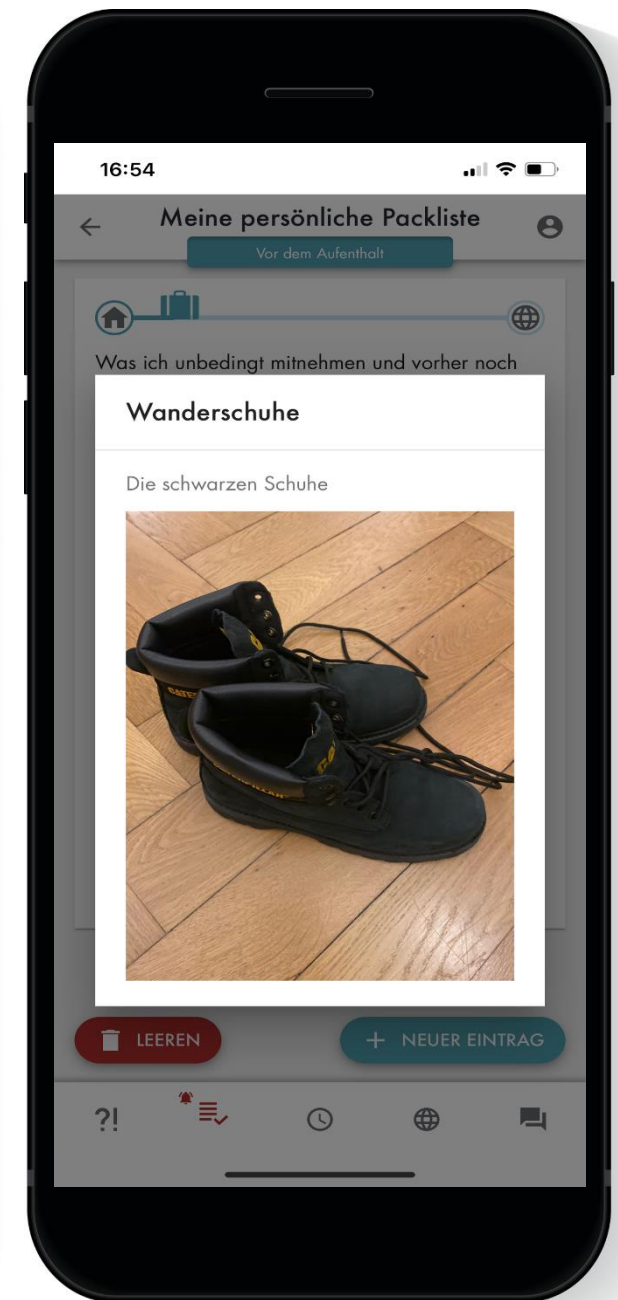
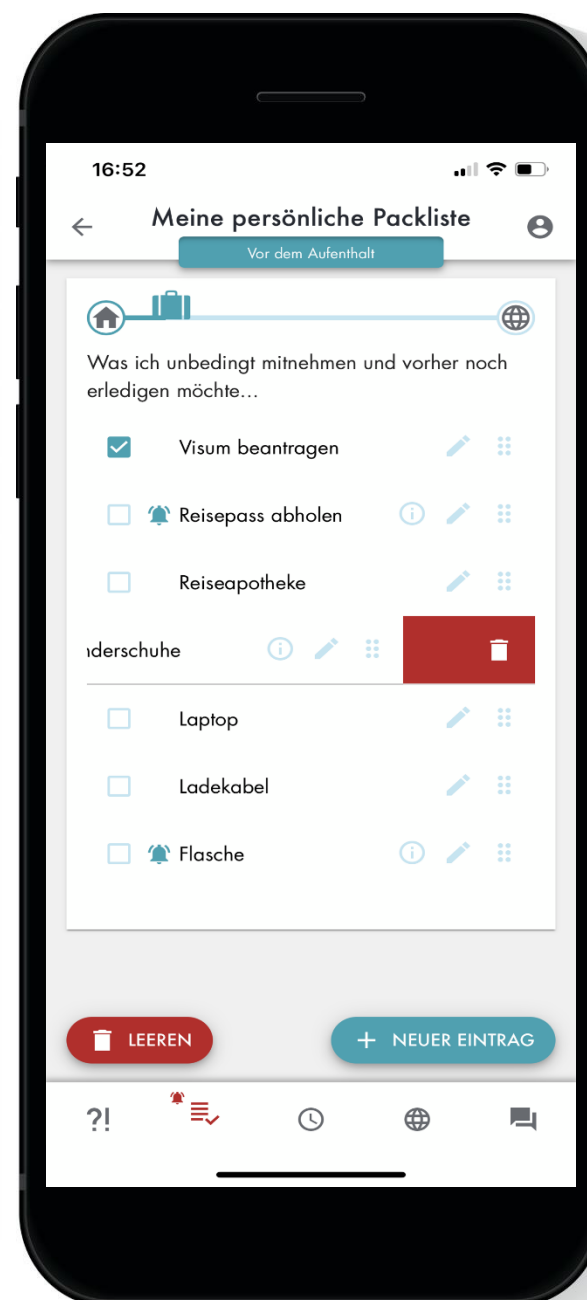
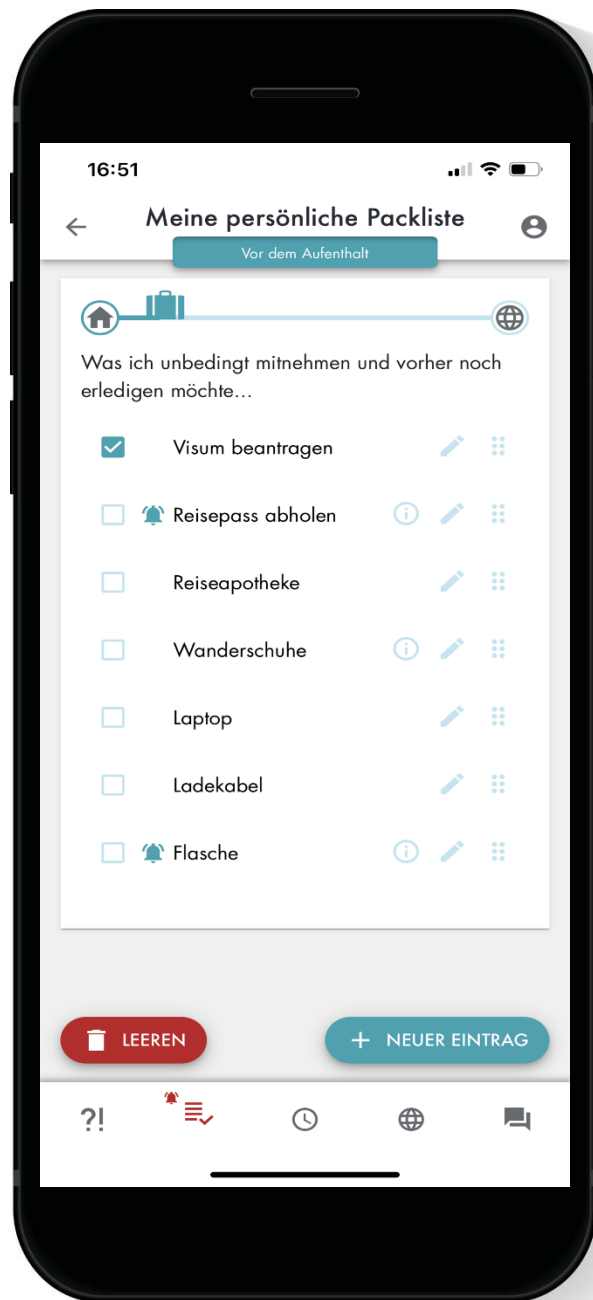
Ich will zum Auslandsstudium nach Spanien



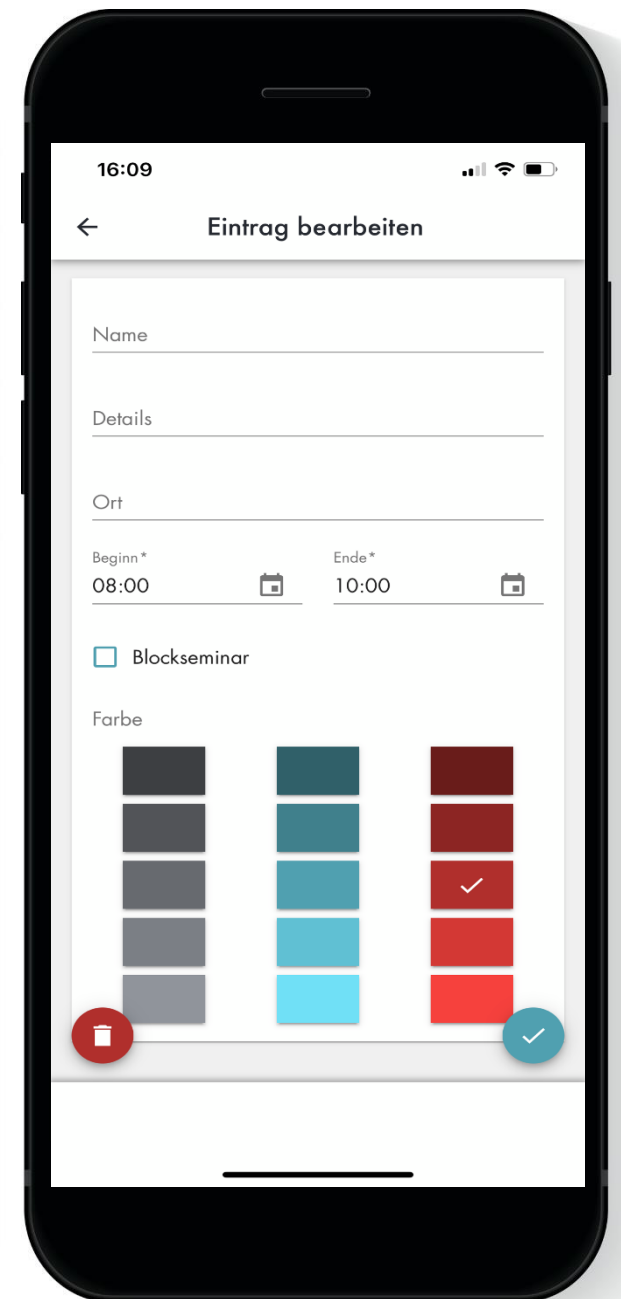
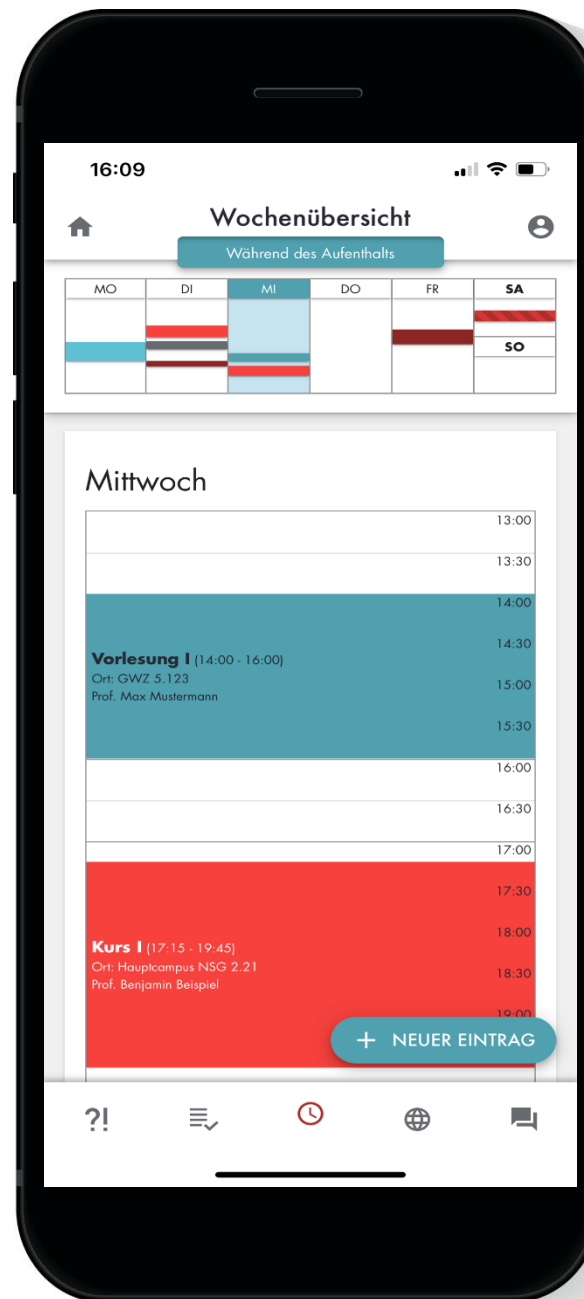
Checklisten



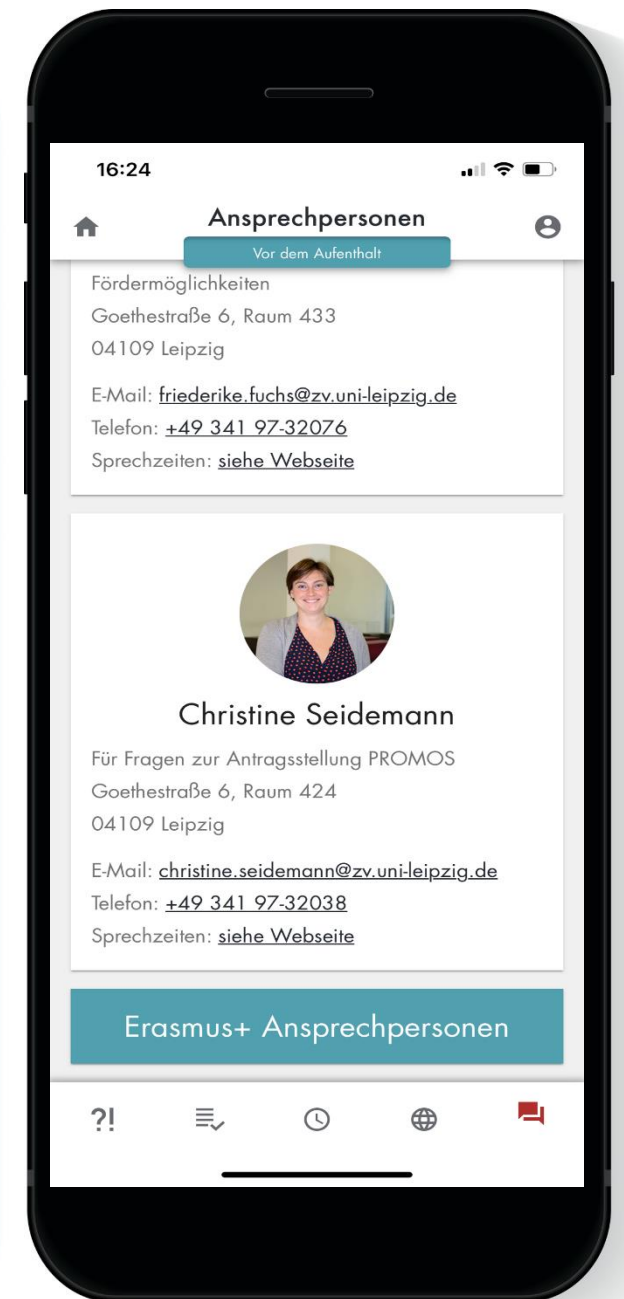
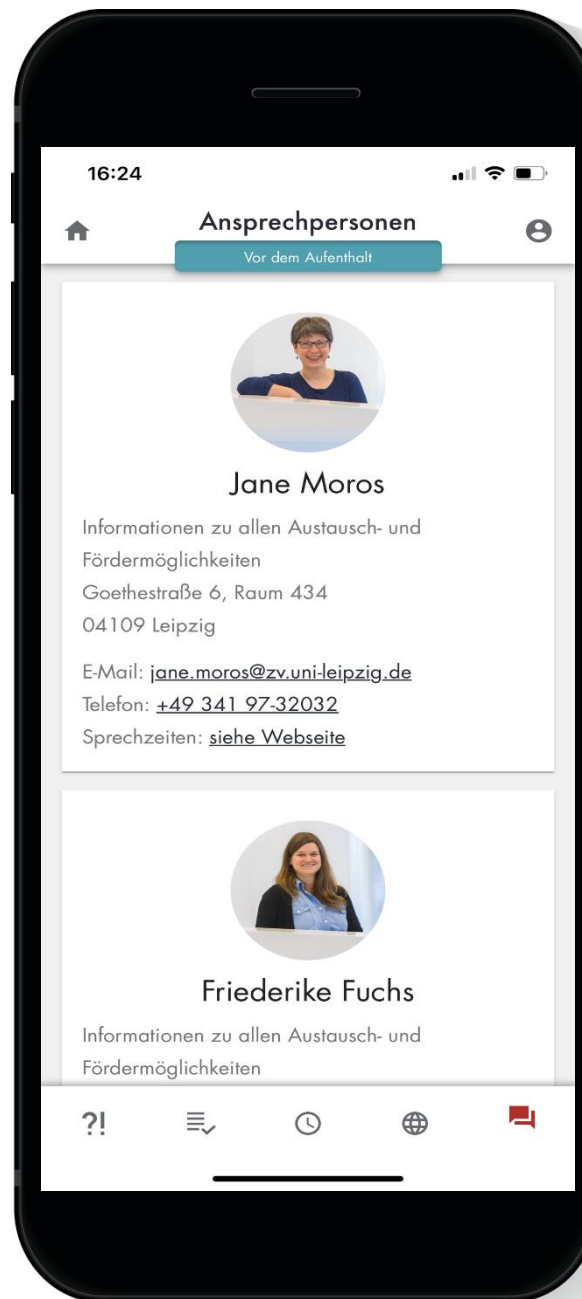
Packlisten



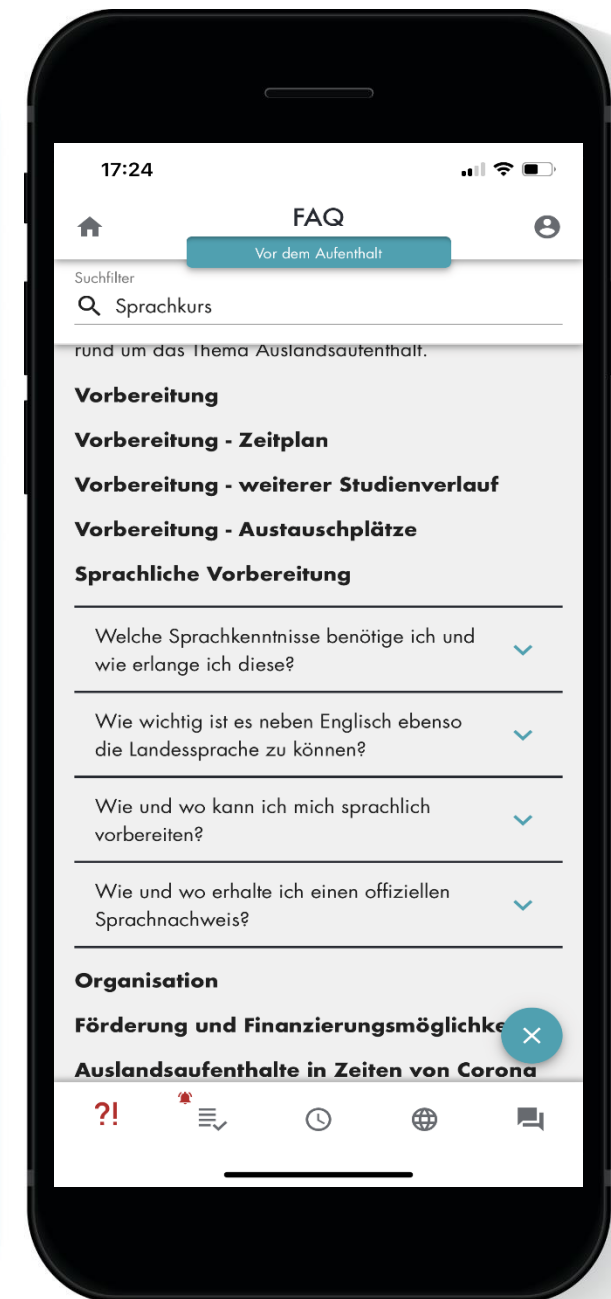
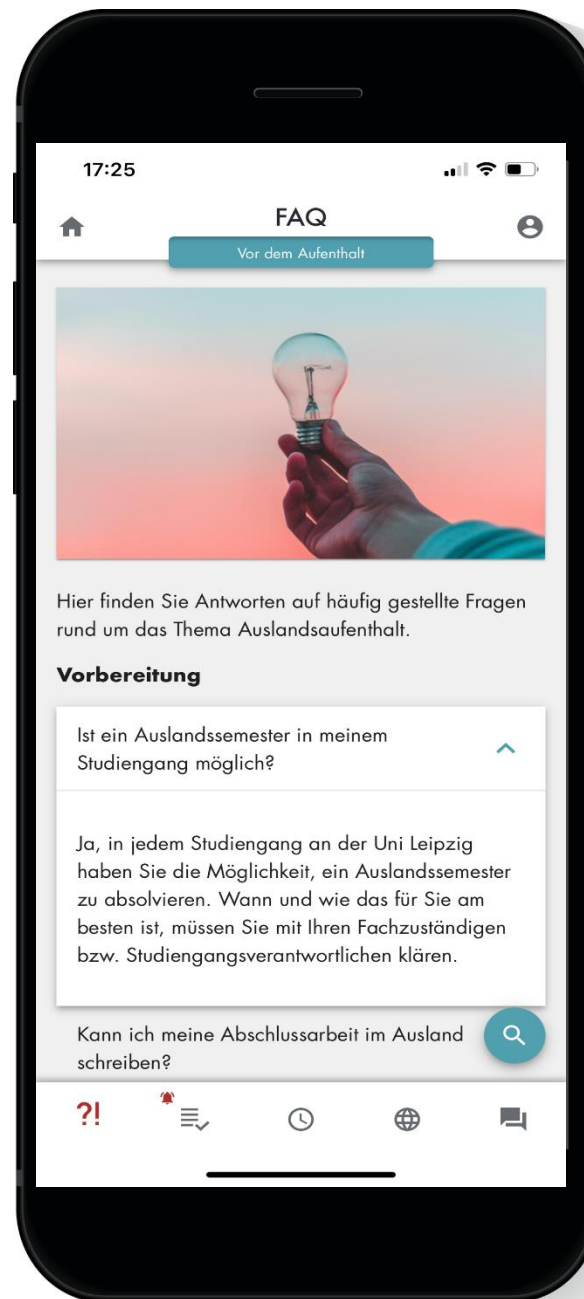
Wochenübersicht



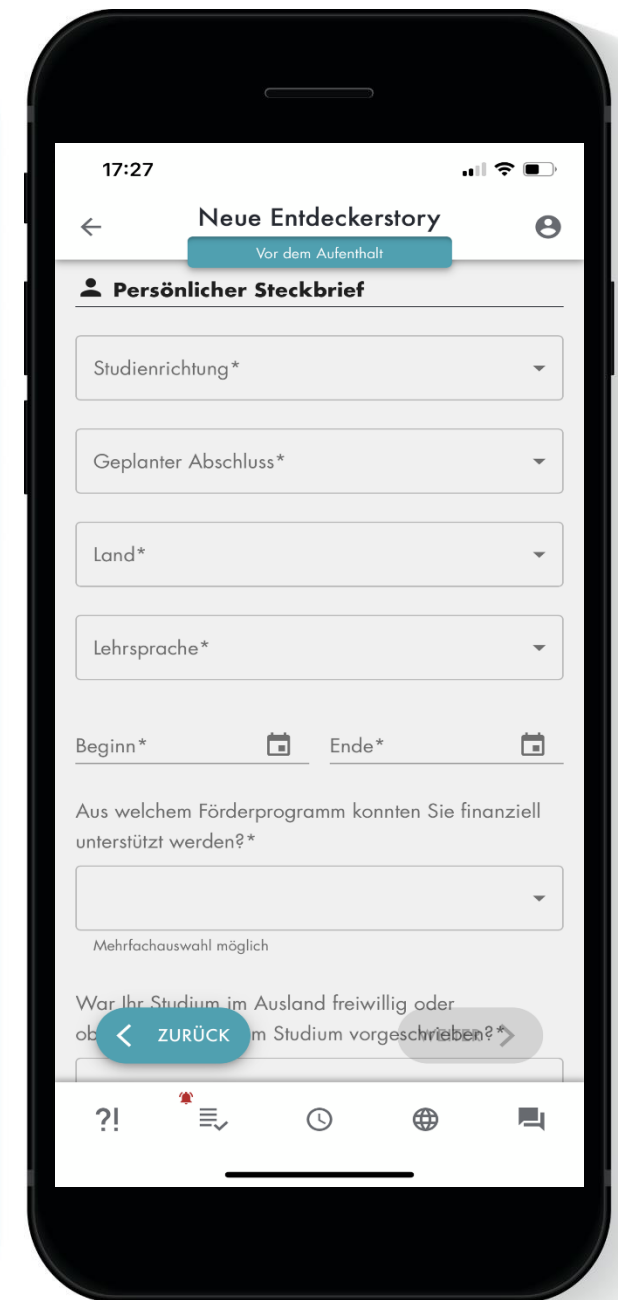
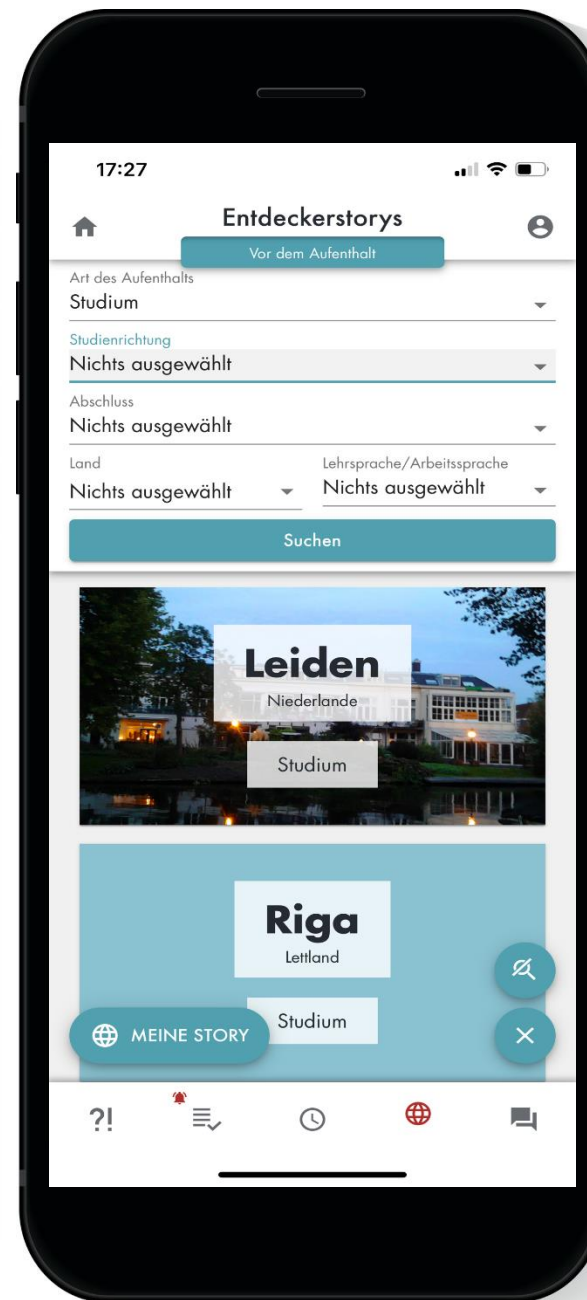
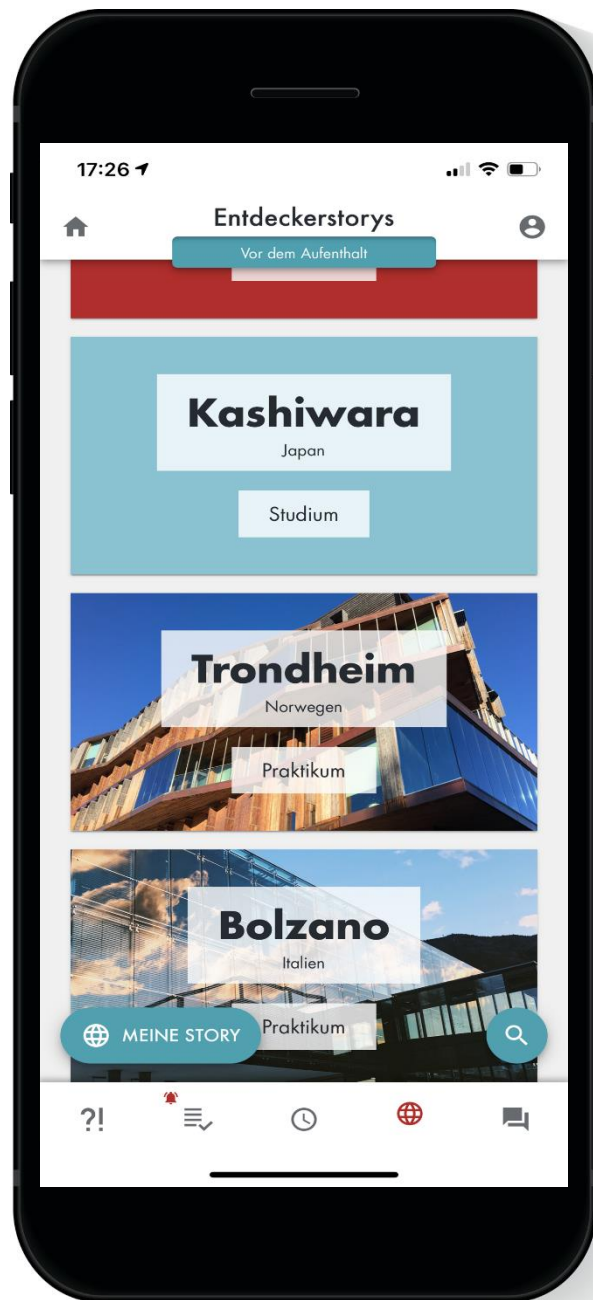
Ansprechpersonen



FAQs



Entdeckerstories



Ent decker storys



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

DE | EN

Barrierefreiheit

ÜBERSICHT FAKULTÄTEN
& EINRICHTUNGEN

DIREKT ZU

INTRANET

SUCHE

MENÜ

Erfahrungen aus dem Ausland
ENTDECKERSTORYS



🏠 > INTERNATIONAL > STUDIUM UND PRAKTIKUM IM AUS... > ENTDECKERSTORYS

MEINE ENTDECKERSTORYS
BEARBEITEN >

EIGENE ENTDECKERSTORY
SCHREIBEN >

EINEN AUSTAUSCHPLATZ
FINDEN >

ART DES AUFENTHALTS ▾

STUDIENRICHTUNG ▾

STUDIENABSCHLUSS ▾

STUDIENGANG ▾

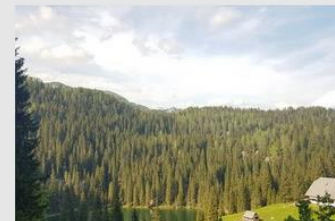
LAND ▾

STADT ▾



SUCHEN >

Ihre Auswahl:

ALLE FILTER ZURÜCKSETZEN ✕



Ent decker storys

SUCHE  MENÜ 

MEINE ENTDECKERSTORYS BEARBEITEN >

EIGENE ENTDECKERSTORY SCHREIBEN >

EINEN AUSTAUSCHPLATZ FINDEN >

ART DES AUFENTHALTS v

STUDIENRICHTUNG v

STUDIENABSCHLUSS v

STUDIENGANG v


LAND v

STADT v

SUCHEN >

Ihre Auswahl:


ALLE FILTER ZURÜCKSETZEN x



Geneva

Studium in Vereinigte Staaten von Amerika


MEHR ERFAHREN >



Ljubljana

Studium in Slowenien


MEHR ERFAHREN >



Cachan

Studium in Frankreich


MEHR ERFAHREN >



Århus

Studium in Dänemark


MEHR ERFAHREN >



Stockholm

Studium in Schweden

MEHR ERFAHREN >



Morgantown

Studium in Vereinigte Staaten von Amerika

MEHR ERFAHREN >

Ent decker storys

Sprachliche Vorbereitung

WÄHREND DES PRAKTIKUMS IM AUSLAND

Praktikum & Praktikumeinrichtung

Unterkunft

Kosten

Leben vor Ort

Am Tag habe ich zu 100% öffentliche Verkehrsmittel genutzt (man sollte sich unbedingt eine Metrokarte holen, damit man nicht jedes Ticket einzeln kaufen muss). Wenn ich abends mit Freunden ausgegangen bin, haben wir Uber genutzt oder auch die Metro. Alleine nachts sollte man jedoch die Metro meiden und sich ein Uber mieten. Einkaufen kann man wie in Deutschland auch. Große Supermärkte sind vorhanden mit allem, was das Herz begehrt. Ansonsten kann man an jeder Ecke Streetfood, frische Säfte und Obst kaufen. Diese Möglichkeiten unbedingt ausschöpfen. Außerdem gibt es jede Menge Einkaufsmöglichkeiten in den verschiedenen Stadtteilen für Klamotten, Elektrowaren etc.

Sprachliche Herausforderungen gab es keine. Mein Spanisch ist nicht gut, aber es hat für die alltäglichen Gegebenheiten ausgereicht. Unbedingt abends tanzen gehen. Tanzen in Mexiko City ist kein Vergleich zu Deutschland oder anderen Orten, an denen ich gelebt habe. Mala Fama - tolle Bar, die, wenn mutig, auch zur Tanzfläche werden kann. Trau dich die Streetfood Tacos an der Straßenecke zu essen, es muss nicht immer ein richtiges Restaurant sein. Sitzen dort viele Menschen? Dann ist es wahrscheinlich gut. Tamales essen und lernen Salsa (wenn nicht hier, wo dann?), freunde dich mit Locals an, so kann man Dinge unternehmen, die außerhalb des Touristenprogramms liegen.

Leitungswasser ist nicht trinkbar. Bring übrigens unbedingt einen Pulli mit. Mexiko City ist oft kalt, selbst im Sommer.

Lass dich nicht von Angst überwältigen und nimm die öffentlichen Verkehrsmittel. Du kriegst einen viel besseren Eindruck vom tatsächlichen alltäglichen Leben der Stadt. Hab IMMER Bargeld dabei (vor allem Kleingeld). Free Walking Tours in Mexiko City sind super.

NACH DEM PRAKTIKUM IM AUSLAND

EIGENE ENTDECKERSTORY
SCHREIBEN

SUCHE

MENU

EINEN AUSTAUSCHPLATZ
FINDEN

KONTAKT

Stabsstelle Internationales

Goethestraße 3 – 5
04109 Leipzig

E-MAIL SCHREIBEN

LINKS

**STUDIUM UND PRAKTIKUM IM
AUSLAND**

**AUSSCHREIBUNGEN
AUSLANDSAUFENTHALTE**

ENTDECKER-APP DOWNLOADEN

Apple App Store

ENTDECKER-APP DOWNLOADEN

Google Play Store

eu.daad.de

*Enriching lives,
opening minds.*

Wir machen jetzt eine PAUSE.
Der Konferenzraum wird
gleich geschlossen.
Zum Networking und zur
nächsten Session gelangen Sie
über den jeweiligen
Programmpunkt.

eu.daad.de

*Enriching lives,
opening minds.*