

# Kommunikation von Erasmus+

## Lernmodul 2024

Susanne Reich

Kommunikation | EU05

**Erasmus+**  
Enriching lives, opening minds.

**Hochschulsektor**

Archivbild PPT MS365

# Kommunikationsziele für Studierende und Hochschulangehörige

## NA DAAD

- Eine größtmögliche und ganzheitliche Sichtbarkeit des Programms und der internen wie externen Synergien bei den Hochschulen

# Kommunikationsziele für Studierende und Hochschulangehörige

## NA DAAD

- Eine größtmögliche und ganzheitliche Sichtbarkeit des Programms und der inhärenten wie externen Synergien bei den Hochschulen
- Eine größtmögliche und ganzheitliche Sichtbarkeit des Programms in der Gesellschaft.

# Kommunikationsziele für Studierende und Hochschulangehörige

## NA DAAD

- Eine größtmögliche und ganzheitliche Sichtbarkeit des Programms und der inhärenten wie externen Synergien bei den Hochschulen.
- Eine größtmögliche und ganzheitliche Sichtbarkeit des Programms in der Gesellschaft.

## Hochschulen

- Gewinnung und Aktivierung von Programmteilnehmer:innen, die bislang bewusst oder unbewusst Erasmus+ nicht für sich in Erwägung gezogen haben – auch bzgl. Hochschulkooperationen

# Kommunikationsziele für Studierende und Hochschulangehörige

## NA DAAD

- Eine größtmögliche und ganzheitliche Sichtbarkeit des Programms und der inhärenten wie externen Synergien bei den Hochschulen.
- Eine größtmögliche und ganzheitliche Sichtbarkeit des Programms in der Gesellschaft.

## Hochschulen

- Gewinnung und Aktivierung von Programmteilnehmer:innen, die bislang bewusst oder unbewusst Erasmus+ nicht für sich in Erwägung gezogen haben – auch bzgl. Hochschulkooperationen
- Entscheider:innen innerhalb der Hochschulen noch stärker auf das Portfolio von Erasmus+ für die Internationalisierung aufmerksam machen

# Kommunikationsziele für Studierende und Hochschulangehörige

## NA DAAD

- Eine größtmögliche und ganzheitliche Sichtbarkeit des Programms und der inhärenten wie externen Synergien bei den Hochschulen.
- Eine größtmögliche und ganzheitliche Sichtbarkeit des Programms in der Gesellschaft.

## Hochschulen

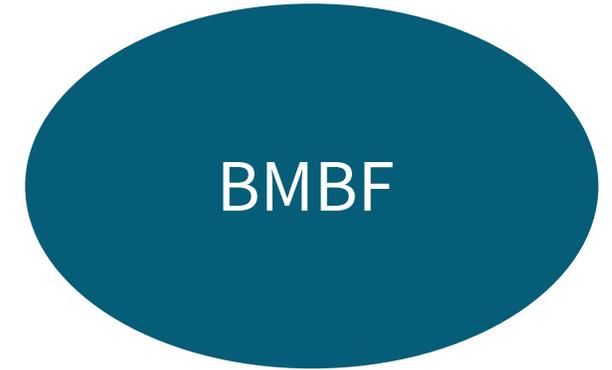
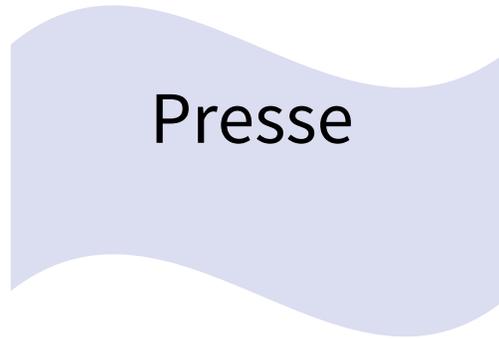
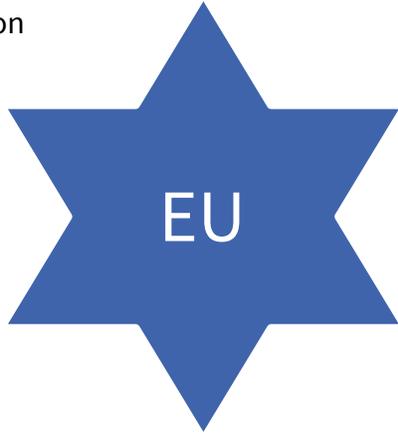
- Gewinnung und Aktivierung von Programmteilnehmer:innen, die bislang bewusst oder unbewusst Erasmus+ nicht für sich in Erwägung gezogen haben – auch bzgl. Hochschulkooperationen
- Entscheider:innen innerhalb der Hochschulen noch stärker auf das Portfolio von Erasmus+ für die Internationalisierung aufmerksam machen

## Gemeinsam

- Öffentlichkeit überzeugen, dass Erasmus+ eine Chance für den Erfolg der europäischen Idee eines friedlichen Zusammenlebens in Europa (und der Welt) ist

# Erasmus+ Zielgruppenkommunikation/Öffentlichkeitsarbeit

Indirekte  
Kommunikation

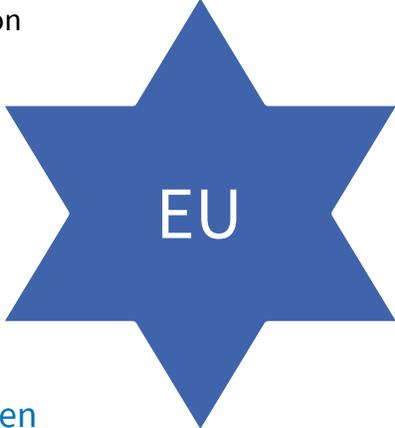


Direktansprache



# Erasmus+ Zielgruppenkommunikation/Öffentlichkeitsarbeit

Indirekte Kommunikation

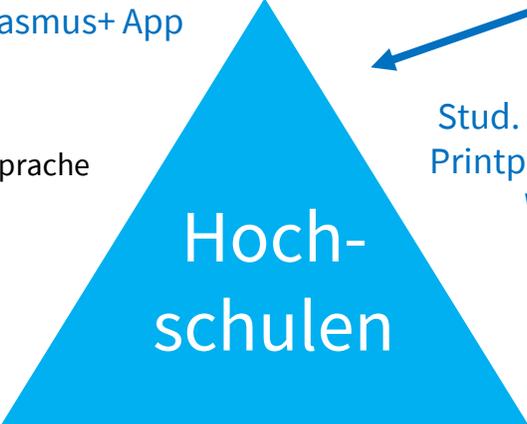


EU

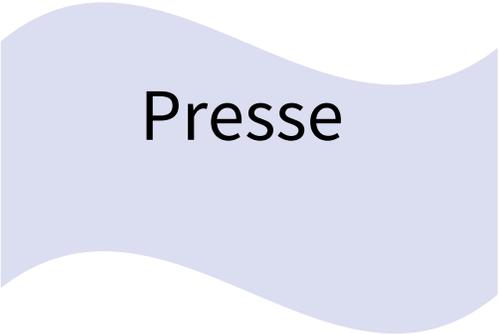
- Logos
- Vorlagen
- Guidelines
- Projektplattform
- Veranstaltungen
- Erasmus+ App



Direktansprache



Hochschulen



Presse

Yearly Report

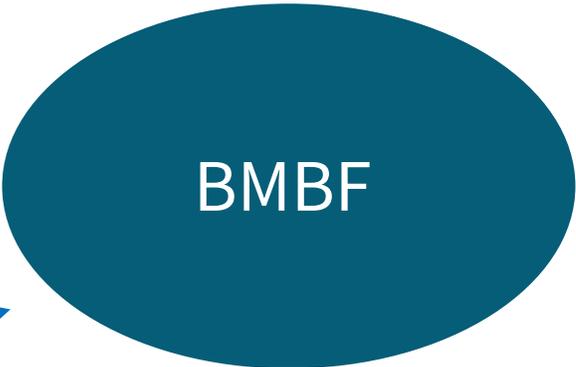


NA DAAD

- Website
- Social Media
- Stud. Engagement
- Printpublikationen
- Werbeartikel
- Kampagnen
- Fotos



Jahresbericht

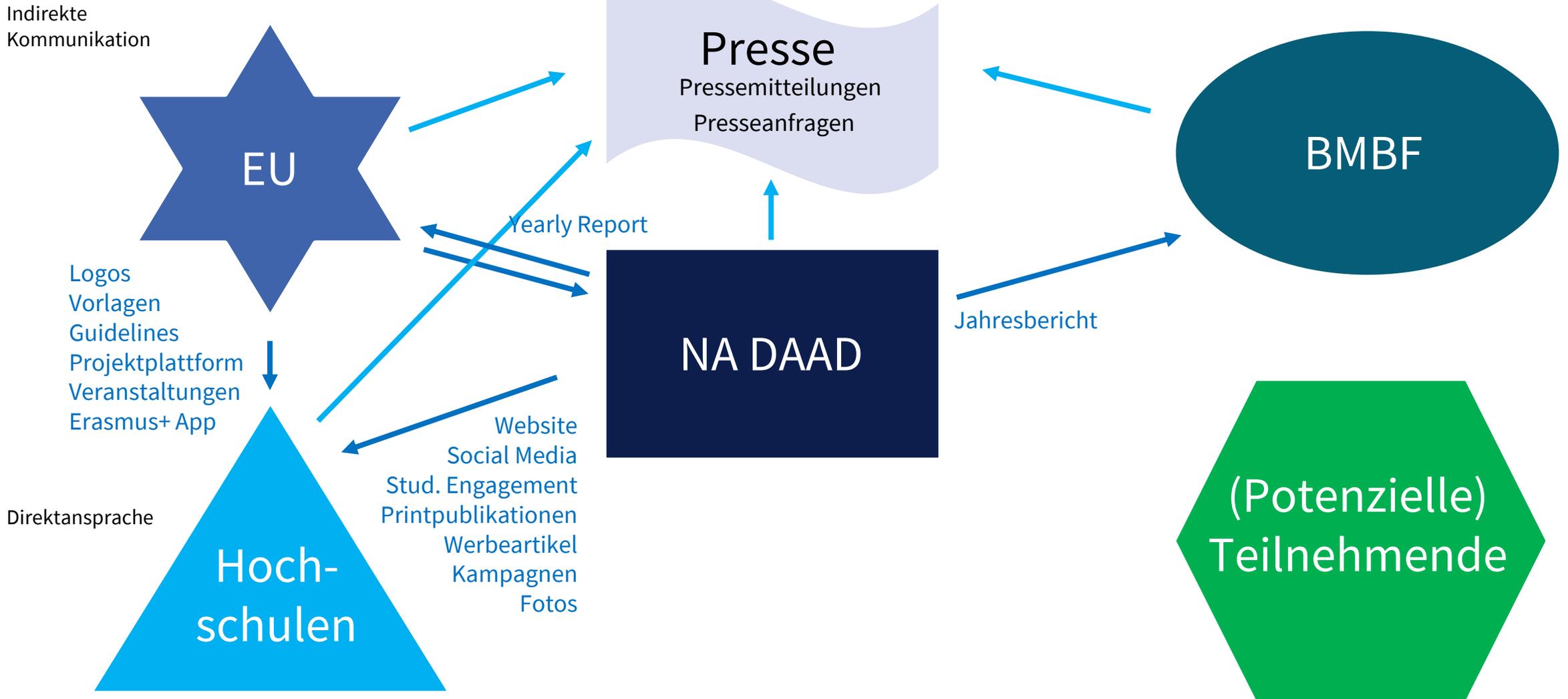


BMBF

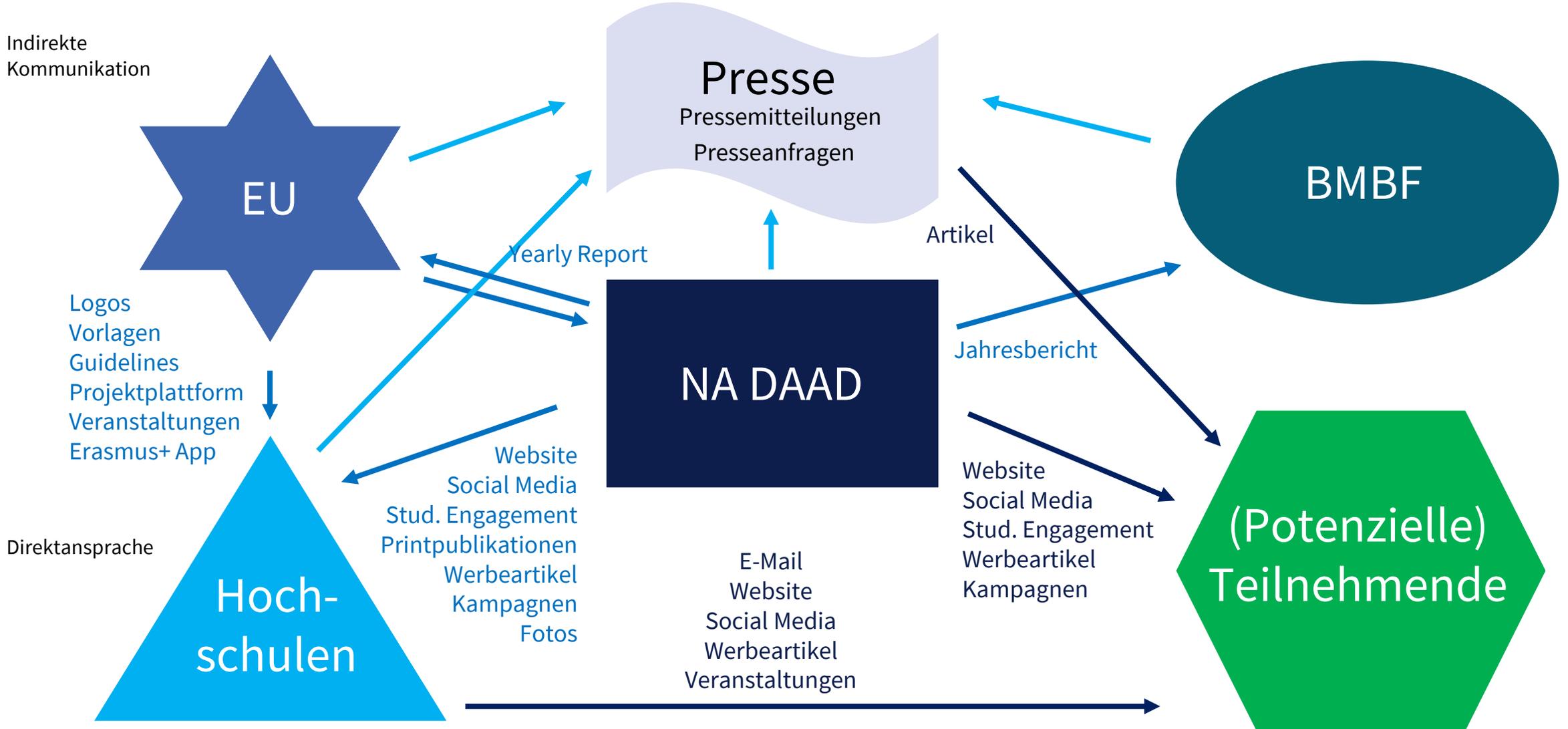


(Potenzielle) Teilnehmende

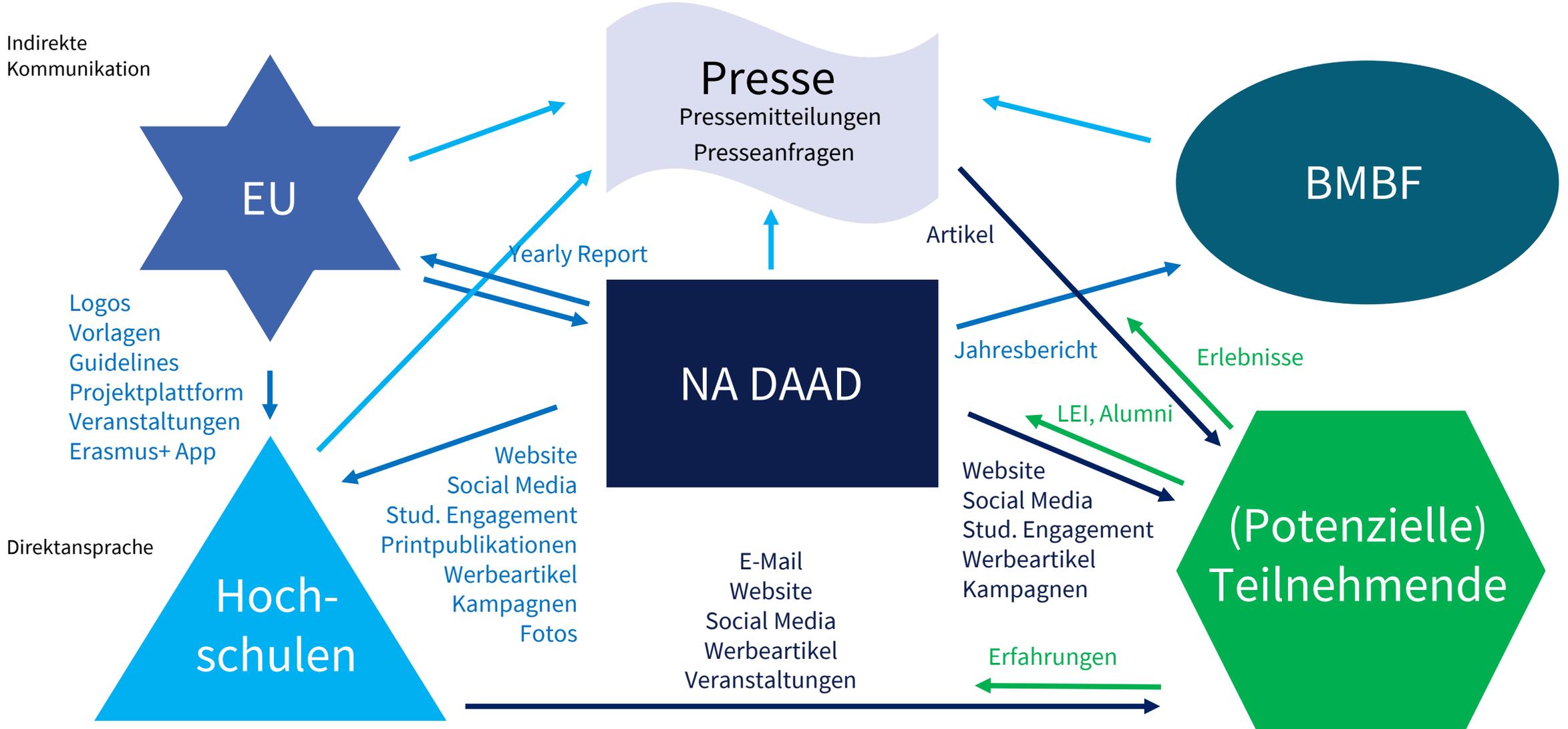
# Erasmus+ Zielgruppenkommunikation/Öffentlichkeitsarbeit



# Erasmus+ Zielgruppenkommunikation/Öffentlichkeitsarbeit



# Erasmus+ Zielgruppenkommunikation/Öffentlichkeitsarbeit



# Kommunikationsmaßnahmen für Studierende & Hochschulangehörige

Je nachdem an welchem Punkt im Gewinnungsprozess sich potenzielle Bewerber befinden, wirken andere Kanäle und Botschaften.

| Absicht   | Aufgabe   | Maßnahme   |
|-----------|---|--|
| Attention | Erasmus+ attraktiv und sichtbar machen, sich von der Masse der Angebote abheben | P2P-Kommunikation, Aktionstage, Veranstaltungen, Kampagnen, Social Media |
|           |   |  |
|           |   |  |
|           |   |  |

# Kommunikationsmaßnahmen für Studierende & Hochschulangehörige

Je nachdem an welchem Punkt im Gewinnungsprozess sich potenzielle Bewerber befinden, wirken andere Kanäle und Botschaften.

| Absicht   | Aufgabe   | Maßnahme   |
|-----------|---|--|
| Attention | Erasmus+ attraktiv und sichtbar machen, sich von der Masse der Angebote abheben             | P2P-Kommunikation, Aktionstage, Veranstaltungen, Kampagnen, Social Media |
| Interest  | Interessante Informationen zu Erasmus+ anbieten, um tiefergehendes Interesse zu befriedigen | Videos, Audios, Podcasts, Vorträge, Info-Stände                          |
|           |   |  |
|           |   |  |

# Kommunikationsmaßnahmen für Studierende & Hochschulangehörige

Je nachdem an welchem Punkt im Gewinnungsprozess sich potenzielle Bewerber befinden, wirken andere Kanäle und Botschaften.

| Absicht   | Aufgabe   | Maßnahme   |
|-----------|---|--|
| Attention | Erasmus+ attraktiv und sichtbar machen, sich von der Masse der Angebote abheben             | P2P-Kommunikation, Aktionstage, Veranstaltungen, Kampagnen, Social Media   |
| Interest  | Interessante Informationen zu Erasmus+ anbieten, um tiefergehendes Interesse zu befriedigen | Videos, Audios, Podcasts, Vorträge, Info-Stände  |
| Desire    | Wunsch nach Auslandserfahrung/Kooperationsprojekt wecken, anhand der Relevanz des Angebots  | Konkrete Hochschulen/Erfolgsprojekte thematisieren, Ansprechpartner und Fristen kommunizieren, Entscheidungshilfen geben |
|           |   |  |

# Kommunikationsmaßnahmen für Studierende & Hochschulangehörige

Je nachdem an welchem Punkt im Gewinnungsprozess sich potenzielle Bewerber befinden, wirken andere Kanäle und Botschaften.

| Absicht   | Aufgabe   | Maßnahme   |
|-----------|---|--|
| Attention | Erasmus+ attraktiv und sichtbar machen, sich von der Masse der Angebote abheben             | P2P-Kommunikation, Aktionstage, Veranstaltungen, Kampagnen, Social Media   |
| Interest  | Interessante Informationen zu Erasmus+ anbieten, um tiefergehendes Interesse zu befriedigen | Videos, Audios, Podcasts, Vorträge, Info-Stände  |
| Desire    | Wunsch nach Auslandserfahrung/Kooperationsprojekt wecken, anhand der Relevanz des Angebots  | Konkrete Hochschulen/Erfolgsprojekte thematisieren, Ansprechpartner und Fristen kommunizieren, Entscheidungshilfen geben |
| Action    | Bewerbung für eine Mobilität/ein Projekt in die Tat umsetzen                                | Umsetzung unterstützen durch Beratung und Begleitung   |

# Kanäle und Medien der Europäischen Kommission

## Logos und Visual Identity

- [Inforegio - Download centre for visual elements \(europa.eu\)](https://europa.eu/inforgio/)
- [Communication package for Erasmus+ 2021-2027 | Erasmus+ \(europa.eu\)](https://europa.eu/communication-package-for-erasmus-plus-2021-2027/)

## Guidelines

- [eu-emblem-rules\\_en.pdf \(europa.eu\)](https://europa.eu/eu-emblem-rules-en.pdf)
- [guidance for member states-november 2021-final.pdf \(daad.de\)](https://daad.de/guidance-for-member-states-november-2021-final.pdf)
- [How to communicate your project - Publications Office of the EU \(europa.eu\)](https://europa.eu/how-to-communicate-your-project/)

## Plattformen

- [Projects | Erasmus+ \(europa.eu\)](https://europa.eu/projects-erasmus-plus/)
- [Erasmus+ App | Erasmus+ \(europa.eu\)](https://europa.eu/erasmus-plus-app/)



# Kanäle und Medien der NA DAAD

Wir sind hier, um Sie zu unterstützen. Wenn Sie das volle Potenzial von Erasmus+ ausschöpfen möchten, können Sie auf die umfassende Begleitung und Beratung des DAAD zählen. Die NA DAAD sowie die EU-Kommission bieten einfache und effektive Materialien für Ihre Hochschule. Minimieren Sie Ihren Aufwand und maximieren Sie Ihre Sichtbarkeit, indem Sie die vielfältigen [Kommunikationskanäle](#) und -materialien von Erasmus+ nutzen.

## Print

- [Erasmus+ Jahresbericht](#)
- [DAADeuroletter Printmagazin](#)
- [Studien](#)
- [Broschüren](#)
- [Factsheets](#)
- [EU-Wegweiser](#)

## Online

- [Website eu.daad.de](#) – Relaunch 2024/2025
- [Website erasmusplus.de](#) – Portalseite aller deutschen NA
- [DAADeuroletter Online-Magazin 2-sprachig](#)
- [Erasmus+ Newsletter](#) – bitte anmelden
- [YouTube](#)
- [Twitter Erasmus DAAD](#)
- [Instagram](#)
- [LinkedIn Unternehmensseite](#)

# Kanäle und Medien der NA DAAD

Wir sind hier, um Sie zu unterstützen. Wenn Sie das volle Potenzial von Erasmus+ ausschöpfen möchten, können Sie auf die umfassende Begleitung und Beratung des DAAD zählen. Die NA DAAD sowie die EU-Kommission bieten einfache und effektive Materialien für Ihre Hochschule. Minimieren Sie Ihren Aufwand und maximieren Sie Ihre Sichtbarkeit, indem Sie die vielfältigen [Kommunikationskanäle](#) und -materialien von Erasmus+ nutzen.

## Print

- [Erasmus+ Jahresbericht](#)
- [DAADeuroletter Printmagazin](#)
- [Studien](#)
- [Broschüren](#)
- [Factsheets](#)
- [EU-Wegweiser](#)

### **Veranstaltung:**

[Online-Seminarreihe  
Erasmus+  
Kommunikation](#)

## Online

- [Website eu.daad.de](#) – Relaunch 2024/2025
- [Website erasmusplus.de](#) – Portalseite aller deutschen NA
- [DAADeuroletter Online-Magazin 2-sprachig](#)
- [Erasmus+ Newsletter](#) – bitte anmelden
- [YouTube](#)
- [Twitter Erasmus DAAD](#)
- [Instagram](#)
- [LinkedIn Unternehmensseite](#)

## Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

✉ E-Mail

**Wir benötigen Ihren Input  
für alle Medien und  
Veröffentlichungen  
und freuen uns  
auf die Zusammenarbeit!**

**[erasmus+news@daad.de](mailto:erasmus+news@daad.de)**



**Julia Vitz**

☎ 0228 882-181



**Melis Gül Cinar**

☎ 0228 882-755



**Tobias Dörnenburg**

☎ 0228 882-8843



**Julia Ferenschild**

☎ 0228 882-8892



**Béla Herting**

☎ 0228 882-5242



**Susanne Reich**

☎ 0228 882-750

*Enriching lives,  
opening minds.*

Nationale Agentur für  
Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit  
Erasmus+ National Agency  
Higher Education  
[eu.daad.de](http://eu.daad.de)

DAAD – Deutscher Akademischer Austauschdienst  
German Academic Exchange Service (DAAD)  
Kennedyallee 50 | 53175 Bonn  
[www.daad.de](http://www.daad.de)

**Erasmus+**  
Enriching lives, opening minds.