



Europa-
Kommissionen



© Den Europæiske Union 2024

Kommunikationsværktøjskassen



DET
EUROPÆISKE
SOLIDARITETSKORPS

STÆRKERE I FÆLLESSKAB.

Erasmus+

Programmet, der beriger liv og åbner horisonter.

Ungdom

Formålet med kommunikationsværktøjskassen, og hvem den henvender sig til

Denne kommunikationsværktøjskasse er udviklet for at give nationale interessenter og oplysningsspredningstjenester mulighed for at informere unge om de aktiviteter, der gør det muligt for dem at bidrage til samfundet, og samtidigt øge kendskabet til Erasmus+ Ungdom og Det Europæiske Solidaritetskorps.

Formålet med værktøjskassen er at:

- sikre ensartet kommunikation ved at give de deltagende lande materialer, der er klar til brug, da dette vil give mulighed for en mere effektiv, konsekvent og ensartet stil og tone og informere om både EU's ungdomsprogrammer og muligheder for ungdomsdeltagelse
- fremhæve fokusområder og understrege programmernes kerneprioriteter om at **fremme inklusion og mangfoldighed, tage fat på miljøproblemer og kampen mod klimaforandringer, fremme digital omstilling og tilskynde til deltagelse i det demokratiske liv, fælles værdier og samfundsengagement.**

Værktøjskassen er oversat til alle EU-sprog og de sprog fra tredjelande, der er tilknyttet programmet.

Denne kommunikationsværktøjskasse er designet til at fungere som en ressource med information og vejledning til effektivt at støtte og fremme Erasmus+ Ungdom og Det Europæiske Solidaritetskorps' kommunikationsaktiviteter.

Værktøjskassens indhold

Den indeholder et omfattende sæt af materialer, der frit kan tilpasses, så de passer til programmernes mål og bringer dem tættere på deltagerne, f.eks.:

- Centrale budskaber
- Kalender over centrale milepæle på sociale medier
- Visuelt materiale, der kan redigeres
- Færdigskrevne tekster til sociale medier til Facebook, Twitter/X, Instagram
- Vejledning i at nå ud til målgruppen

Centrale budskaber

Alle aktiviteter på de sociale medier skal planlægges og gennemføres i overensstemmelse med kommunikationsbudskaberne for Erasmus+ Ungdom og Det Europæiske Solidaritetskorpsets nedenfor og med målgrupperne for øje. Budskaberne er knyttet til:

- Erasmus+ Ungdom, den nuværende visuelle identitet og branding-taglinen “Et åbent sind, et rigere liv”
- Det Europæiske Solidaritetskorpsets, begrebet “Fællesskab”, som er indbegrebet af den nuværende visuelle identitet, og branding-taglinen “Stærkere i fællesskab”.

Alle budskaber kan knyttes til programmernes hovedprioriteter: inklusion, miljøet, digital omstilling og deltagelse i det demokratiske liv. Dynamisk brug af budskaber opretholder en afbalanceret og lige eksponering af hvert område. Udvælgelse af indhold baseret på aktuelle relevante og nye muligheder såsom internationale opmærksomhedsdage (se nedenfor) kan øge synligheden af centrale budskaber.

Centrale budskaber for enkeltpersoner (unge/potentielle ansøgere)

- Styrk dine færdigheder og erfaringer
- Giv noget tilbage
- Bliv klar til jobmarkedet
- Find din vej
- Lær om andre kulturer
- Åben for alle unge
- Udvid dit sociale netværk
- Kom i kontakt med ligesindede
- Vær en del af den grønne bølge
- Bidrag til lokalsamfund
- Støt sårbare mennesker
- Vær med til at opbygge et mere inkluderende samfund
- Øget unge-engagement i samfundet
- Udvidede uformelle interkulturelle læringsmobilitetsoplevelser gennem ungdomsudvekslinger



Kalender over centrale milepæle på sociale medier

Nedenfor findes en liste over internationale opmærksomhedsdage, der kan bruges som vigtige milepæle for promovring. Dagene vil inddrage alle fire fælles prioriteter i programmerne Erasmus+ Ungdom og Det Europæiske Solidaritetskorp på en afbalanceret måde. Andre eksempler på vigtige milepæle er annoncering af ungdomsaktiviteter og lancering af arrangementer og aktiviteter med humanitær bistand.

Her er et eksempel på, hvordan de internationale dage kan bruges til at promovere specifikke projekter, der er registreret under Erasmus+ Ungdom og Det Europæiske Solidaritetskorp. Tekst i firkantede parenteser kan udskiftes med projektets navn. Alle registrerede projekter er unikke på en eller anden måde, og derfor er teksten herunder generisk, så brugeren af værktøjskassen kan tilpasse og skræddersy den til sine egne behov.

Facebook

I dag er det verdens miljødag!

Det er det bedste tidspunkt at tænke over vores rolle i at beskytte miljøet og bekæmpe klimaforandringer. Lad os gøre noget godt for planeten sammen



👉 Deltag i _____ [PROJEKTETS NAVN], hvor du kan blive en af de grønne helte og deltage i bæredygtighedsaktioner sammen med os! 📌

[LINK]

#WorldEnvironmentDay [INDSÆT RELEVANT HASHTAG]:
#EUSolidarityCorps eller #ErasmusPlus

Instagram

📅 Har du kigget i kalenderen? Det er verdens miljødag!

Benyt chancen til at overveje, hvordan du kan hjælpe med at gøre planeten til et grønnere sted! 🌍♻️

Vælg vand fra hanen frem for vand på flaske, tag cyklen eller offentlig transport i stedet for bilen, og vælg poser af tekstil frem for plastik.

👉 Deltag i _____ [PROJEKTETS NAVN], hvor du kan blive en bæredygtighedshelt og være en del af en stor forandring! 📌

👁️ Link i bio!

#WorldEnvironmentDay [INDSÆT RELEVANT HASHTAG]:
#EUSolidarityCorps eller #ErasmusPlus

X/Twitter

Hvis du ikke allerede er i gang, er #WorldEnvironmentDay det perfekte tidspunkt at gøre en indsats for en grønnere planet! 🌍

👉 Deltag i _____ [PROJEKTETS NAVN], hvor du kan blive en af de grønne helte og deltage i bæredygtighedsaktioner sammen med os! 📌 [LINK]

[INDSÆT RELEVANT HASHTAG]: #EUSolidarityCorps eller #ErasmusPlus

Internationale dage

Uddannelse og færdigheder

- International uddannelsesdag – 24. januar
- International dag for kvinder og piger indenfor videnskaben – 11. februar
- Afslutning af det akademiske år – juni
- International dag for unges færdigheder – 15. juli
- International dag for læse- og skrivefærdigheder – 8. september
- International studenterdag – 17. november

Solidaritet og inklusion

- International dag for social retfærdighed – 20. februar
- International kvindedag/Kvindernes internationale kampdag – 8. marts
- International dag for flygtninge – 20. juni
- International dag for humanitært arbejde – 19. august
- International dag for velgørenhed – 5. september
- International dag for ligeløn – 18. september
- International dag for personer med handicap – 3. december
- International dag for migranter – 18. december
- International solidaritetsdag – 20. december

Miljø

- International dag for vand – 22. marts
- International dag for Moder Jord – 22. april
- International miljødag – 5. juni

Ungdom

- International venskabsdag – 30. juli
- International ungdomsdag – 12. august
- International børnedag – 20. november

Deltagelse i det demokratiske liv

- Europadagen – 9. maj
- International demokratidag – 15. september
- International fredsdag – 21. september
- International dag for ikke-vold – 2. oktober
- International menneskerettighedsdag – 10. december

Digitalt

- World wide web-dag – 1. august

Visuelt materiale, der kan redigeres

Her finder du to skabeloner, der er designet og gjort tilgængelige til brug for nationale agenturer og ungdomsorganisationer i hele EU.

Photoshop-skabeloner

Photoshop-skabelonerne kan bruges til digitale kampagner, trykt materiale eller online-promovering for at skabe et ensartet brand-image. Eksempler på anvendelser er design af forsider og layoutskabeloner, infografik, reklamemateriale (f.eks. plakater, bannere og flyers), grafik til sociale medier og web (f.eks. indlæg, bannere og grafik til hjemmesider eller onlineplatforme) og eventmateriale (f.eks. bannere).

Erasmus+ Ungdom	Det Europæiske Solidaritetskors
<ul style="list-style-type: none">• En 1080 x 1080px Photoshop-fil med layers på 24 EU-sprog + seks associerede lande• Logo• Pladsholder til redigerbart baggrundsbillede (x2)	<ul style="list-style-type: none">• En 1080 x 1080px Photoshop-fil med layers på 24 EU-sprog + fire associerede lande• Logo• Pladsholder til redigerbart baggrundsbillede

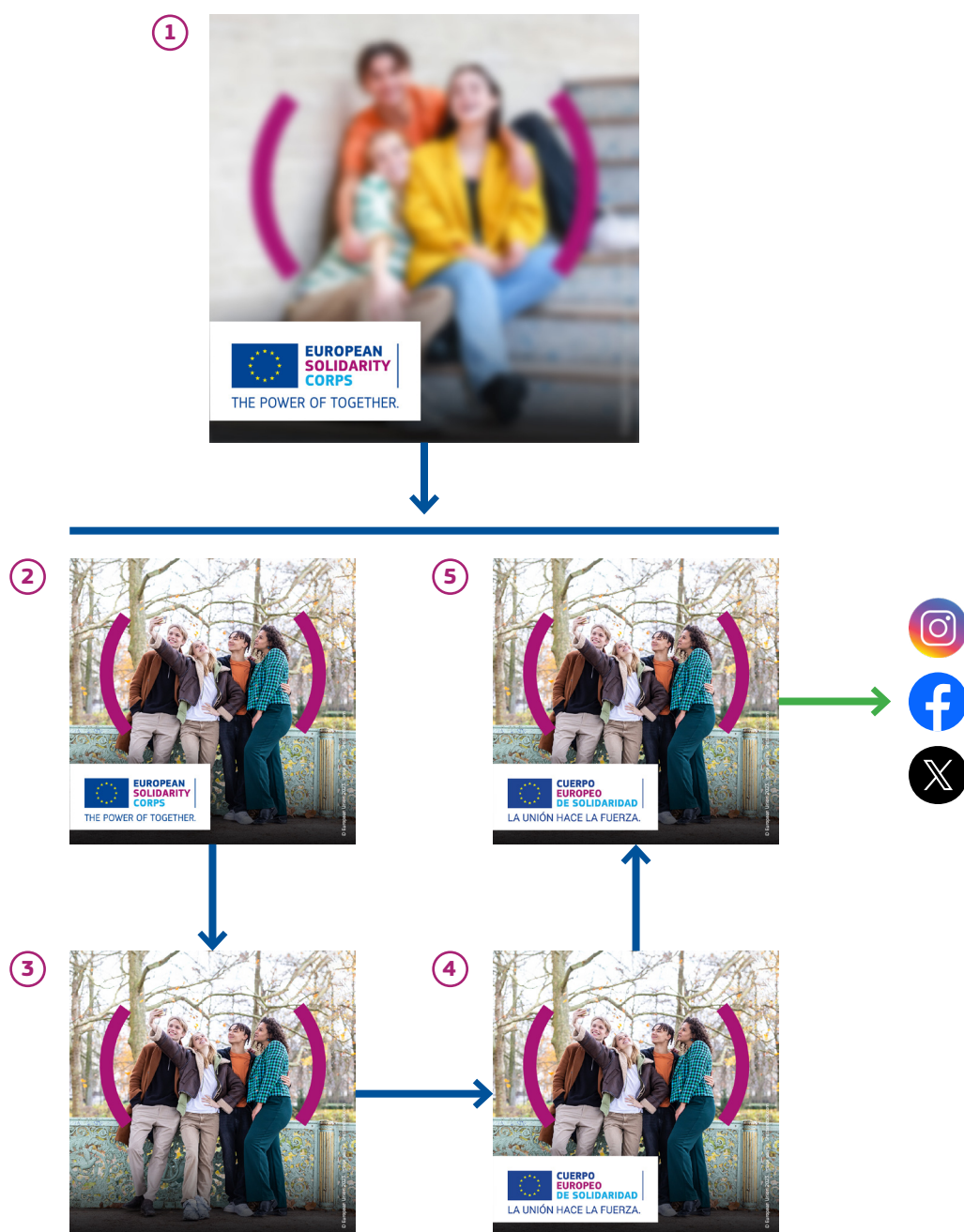
PowerPoint-skabeloner

PowerPoint-skabeloner er ideelle til at skabe visuelt fængende indhold, også til sociale medier, så selv dem, der ikke mestrer Photoshop, kan bidrage til at promovere programmerne. PowerPoint-skabeloner kan også være et inkluderende og brugervenligt middel til at strømline kommunikation i forskellige sammenhænge såsom præsentationer, rapporter, undervisningsmaterialer, informationssessioner og uddannelsesmæssige rammer. Det kan gøre det lettere at formidle projektets fremdrift, indvirkning og resultater effektivt.

Erasmus+ Ungdom	Det Europæiske Solidaritetskors
<ul style="list-style-type: none">• En 1080 x 1080px PowerPoint-fil på 24 EU-sprog + seks associerede lande• Logo• Pladsholder til redigerbart baggrundsbillede	<ul style="list-style-type: none">• Fire 1080 x 1080px PowerPoint-filer på 24 EU-sprog + fire associerede lande• Logo• Pladsholder til redigerbart baggrundsbillede

Derudover indeholder værktøjskassen selvstændige skabelonkomponenter, der fungerer som elementer, som er klar til brug, og som nemt kan tilpasses og kombineres med andre komponenter for at skabe visuelt sammenhængende kommunikationsmateriale. I dette tilfælde vil skabelonerne give brugerne mulighed for at integrere det relevante sprogs logoer og overlays i deres egne Canva-projekter, som illustreret nedenfor:

1. Vælg det logo fra dit land eller sprog, som du vil integrere i billedet.
2. Tag det visuelle billede, som GD EAC har stillet til rådighed, og som du vil ændre logoet for.
3. Fjern det eksisterende logo fra det valgte billede.
4. Tilføj det valgte logo til det billede, du vil redigere.
5. Afslut processen med det sidste trin – dit valgte billede er nu klar.



Bemærk, at skabelonerne for Erasmus+ Ungdom følger samme proces som skabelonerne for Det Europæiske Solidaritetskorp, der er illustreret ovenfor.

Ressourcer til sociale medier

Følgende er eksempler på opslag med fokus på Erasmus+ Ungdoms og Det Europæiske Solidaritetskorpsets aktiviteter. Variationerne giver et bredere indblik i programmerne, såvel som i specifikke prioriteter og aktiviteter. De officielle hashtags, der skal bruges i opslag, er #EUSolidarityCorps og #ErasmusPlus.

Programmet Erasmus+ Ungdom

Tabellen nedenfor indeholder generiske eksempler, der introducerer programmets inklusions- og deltagelsesaspekter. Den illustrerer også, hvordan man effektivt kommunikerer multikulturelle oplevelser, øger bevidstheden og fremhæver muligheder for mobilitet på tværs af grænser til den yngre målgruppe.

Kanal	Eksempel
Facebook	<p>👋 Hvis du kan lide at møde nye mennesker, lære om andre kulturer og støtte lokalsamfund, så gør dig klar! 🌍</p> <p>#ErasmusPlus Ungdoms mobilitetsprojekter giver perfekte muligheder for at:</p> <ul style="list-style-type: none">◆ opnå personlig vækst◆ komme i kontakt med ligesindede◆ forbedre bløde færdigheder. <p>_____ (medtag organisationens navn) er vært for _____ (medtag navnet på eller typen af projekt/aktivitet), som kan hjælpe dig med at opnå dine mål! 🕒 Start dit eventyr i dag: [LINK]</p>
Instagram	<p>Vil du:</p> <ul style="list-style-type: none">🚀 styrke din selvtillid og blive mere uafhængig💡 få nye færdigheder og blive klar til jobmarkedet🌸 udfordre dig selv og forlade din komfortzone? <p>Sig "Ja!" til en livsforandrende oplevelse.</p> <p>Gør dig klar til at gøre en forskel med et #ErasmusPlus Ungdom-projekt. 📍 Link i bio!</p>
X/Twitter	<p>Er du tilhænger af at:</p> <ul style="list-style-type: none">💬 gøre din stemme hørt👏 fejre multikulturalisme♂️ afbryde kønsstereotyper♻️ tage miljøvenlige vaner til dig? <p>Så er #ErasmusPlus Ungdom dit perfekte match! Tilmeld dig til programmet i dag: [LINK]</p>

Programmet Det Europæiske Solidaritetskorp

Tabellen nedenfor skitserer Det Europæiske Solidaritetskorp's aktivitetsområder og fremhæver deres fordele. Derudover illustrerer den de værdier, der tilegnes gennem programmet og dets projekter, især med fokus på mulighed for selvudvikling og personlig vækst.

Kanal	Eksempel
Facebook	<p>Hvad vil det sige at være et godt menneske? 🌍🚀</p> <p>Det Europæiske Solidaritetskorp åbner døre til projekter inden for forskellige områder, der hver især giver unikke muligheder for at give noget tilbage til samfundet. Disse omfatter at:</p> <ul style="list-style-type: none">🧠 udvikle sig sammen gennem kreative workshops📖 bringe uddannelse til alle, også mindretal🌿 passe på miljøet🤝 styrke andre og få dem til at føle sig værdsatte ved at afholde aktiviteter, der er tilgængelige for alle. <p>Find ud af, hvordan du kan gøre en positiv forskel, mens du udvikler dine færdigheder. Din rejse starter her: [LINK] #EUSolidarityCorps</p>
Instagram	<p>#EUSolidarityCorps er mere end et program for frivilligt arbejde – det er en chance for at:</p> <ul style="list-style-type: none">🙋 støtte mennesker i nød🌍 udvide din horisont🏠 møde nye mennesker i lokalsamfundet🌱 skabe positiv forandring i verden på din helt egen måde! <p>Gør dig klar til at skabe varige forbindelser og et mere inkluderende samfund. Læs mere ved at klikke på linket i bio. 👉</p>
X/Twitter	<p>🔗 Er du klar til at skabe en bæredygtig fremtid?</p> <p>#EUSolidarityCorps tilbyder miljøprojekter, hvor du kan være mere bæredygtig og lære andre, hvordan de kan hjælpe! Vi har brug for, at alle passer på vores planet.</p> <p>🌱 Find dit næste grønne projekt: [LINK]</p>

Bemærkning til Instagram: Det er vigtigt at bemærke, at Instagram ikke understøtter klikbare links i billedtekster. For at omgå denne begrænsning kan du guide dine følgere til at klikke på linket i bio, hvor du kan inkludere en URL i profilbeskrivelsen. Denne tilgang er en praktisk måde at få mest muligt ud af Instagrams funktioner på og samtidig sikre, at din målgruppe nemt kan få adgang til de oplysninger, du deler. Alternativt tilbyder Instagram en ekstra funktion, der giver dig mulighed for at dele links direkte i Instagram-stories. Det kan du gøre ved at tilføje en sticker med et link. Det er en anden engagerende måde, du kan bruge til at give din målgruppe adgang til eksternt indhold direkte fra dine Instagram-stories.

Vejledning i at nå ud til målgruppen

For at kommunikere effektivt med en ung målgruppe i alderen 16-35 år er det afgørende at forstå deres præferencer og interesser. Her er nogle af de vigtigste strategier:

- **Vær oprigtig:** Fremhæv de frivilliges værdier for at skabe kontakt og bidrage til fællesskaber med ægte forbindelser.
- **Hold det trendy:** Vis, at du behersker ungdomssproget med de aktuelle trends, så de unge kan relatere til dig.
- **Skab overbevisende historier:** Del relaterbare historier fra det virkelige liv (som for eksempel beretninger fra tidligere deltagere) for at skabe en følelsesmæssig forbindelse og stærkere bånd til dine følgere.
- **Skab grobund for dialog:** Bed målgruppen om at komme med input til indhold, der kan inspirere til interaktion online.
- **Brug brugergenereret indhold:** Vis oprigtighed med brugergenereret indhold, der er indhentet med tilladelse, og husk at følge GDPR-reglerne.
- **Rediger med visuelle værktøjer:** Udvid indholdet kreativt ved at bruge onlineværktøjer til redigering af billeder (f.eks. animering af stillbilleder).
- **Vær aktiv:** Svar hurtigt på kommentarer, beskeder og spørgsmål for at opbygge et lydhørt, interaktivt fællesskab online.
- **Vær konsekvent:** Læg regelmæssigt relevant og informativt indhold op for at fastholde målgruppens engagement og styrke din onlinetilstedeværelse.
- **Optimer læsbarheden:** Skab læsbart indhold med korte afsnit, punktopstillinger og emojis for effektiv kommunikation.
- **Lækkert visuelt indhold er vigtigt:** Få mere engagement med billeder og videoer af høj kvalitet for en ægte og tiltalende onlinetilstedeværelse.
- **Brug hashtags effektivt:** Gør indholdet mere synligt med relevante hashtags for at nå ud til flere og opbygge et fællesskab (se for eksempel nogle af de gratis hjemmesider, der med jævne mellemrum sporer og opdaterer populære hashtags. [Influencer Marketing Hub](#), [Best-Hashtags.com](#), [For Display Purposes Only](#), [Hootsuite](#), [Hubspot](#)
- **Call-to-action:** Definer specifikke mål for hvert opslag for at tilskynde din målgruppe til at handle og dermed øge engagementet.

