



Handreichung für Exzellenzcluster zum Forschungsmarketing im Rahmen der Initiative „Research in Germany“

1. Nutzen der Initiative „Research in Germany“ für Exzellenzcluster:

1.1 Angebote:

Internet:

- Sie können Forschungsnachrichten über das „Research in Germany“-Online Angebot veröffentlichen.
→ [Online-Formular](#)
→ [Twitter-Kanal](#)
- Sie können freie Stellen kostenlos über die Social-Media-Kanäle, die wir bespielen, international bewerben (Twitter, ggf. auch LinkedIn, Facebook).
→ [Social-Media-Kanäle](#)
→ [Online-Formular](#)
- Sie können aktuelle Informationen von „Research in Germany“ für Ihre internationalen Forschenden, u.a. zu Karrierewegen für internationale Forschende und zu Forschungsfördermöglichkeiten in Deutschland, nutzen.
→ www.research-in-germany.org
- Sie können grundlegende Informationen zu Forschungsmärkten, Ergebnisse neuester Studien, Beiträge zu verschiedenen Forschungsmarketing-Themen, Praxisleitfäden und PPTs zum Forschungsstandort (u.a.) auf der „Research in Germany“-Webseite für dt. Forschungseinrichtungen erhalten.
→ www.research-in-germany.org/deutsche-institutionen/marketing-know-how.html
- Sie können Broschüren zum Forschungsstandort, fachspezifische Informationsbroschüren sowie Give Aways für Forschungsmarketingveranstaltungen online über folgenden Link bestellen.
→ www.daad.de/publikationsbestellung
- Sie können beispielsweise die Preisträgerkonzepte des „Ideenwettbewerbs Internationales Forschungsmarketing“ als Anregung für Ihre Arbeit nutzen.
→ [Ideenwettbewerb Internationales Forschungsmarketing](#)

Kurse/ Veranstaltungen: Online und Offline

- Sie können sich im Rahmen des Zertifikatslehrgangs „Internationales Forschungsmarketing“ weiterbilden.
→ www.research-in-germany.org/zertifikatslehrgang
- Der Onlinekurs „Internationales Forschungsmarketing“ steht kostenfrei auf der DAAD-Lernplattform für Sie zur Verfügung.
→ <https://moodle.daad.de/forschungsmarketing/>
- Sie können sich Marketing Know-how im Rahmen von allgemeinen „Research in Germany“-Veranstaltungen zum Internationalen Forschungsmarketing (z.B. beim BMBF Forum „Research in Germany“) oder im Rahmen der speziell für Exzellenzcluster erstellten Seminarreihe zu Forschungsmarketingthemen aneignen.
→ Kontakt über Team der DFG, s.u.

1.2 Beteiligungsmöglichkeiten:

- Sie können sich international präsentieren, vernetzen und auf Ihre Stellenangebote aufmerksam machen, wenn Sie sich am „Research in Germany“-Stand bei internationalen Fachtagungen (Anfrage erfolgt durch DFG), internationalen Karrieremessen (Ausschreibung des DAAD) und virtuellen Messen (Ausschreibung des DAAD) beteiligen. Evtl. können auch besondere Formate für die Exzellenzcluster auf den o.g. Veranstaltungen durchgeführt werden.
 - ➔ Informationen unter www.research-in-germany.org/ausschreibungen
 - ➔ Kontakt über Team der DFG, s.u.
- Sie können sich international präsentieren, wenn Sie sich bei Web-Seminaren für internationale Wissenschaftler/innen beteiligen (Anfrage erfolgt durch DAAD), s. z.B. das bereits durchgeführte Web-Seminar „[German Research Clusters](http://www.research-in-germany.org/online-talks)“.
 - ➔ Informationen unter: www.research-in-germany.org/online-talks
 - ➔ Kontakt über Team der DFG, s.u.
- Sie können sich im kommenden Jahr mit einem eigenen Beitrag am neuen Preisformat „Community Prize“ beteiligen. Nähere Informationen folgen im Frühjahr 2021 [hier](#).
 - ➔ Kontakt über Team der DFG, s.u.

1.3 Ansprechpartnerinnen bzgl. Exzellenzcluster im „Research in Germany“ Team der DFG:

Dr. Veronika Schilling
E-Mail: veronika.schilling@dfg.de
Tel.: 0228/ 885 2937

Makemba Mayimona
E-Mail: makemba.mayimona@dfg.de
Tel.: 0228/ 885 2343

2. Hintergrundinformationen zur Initiative „Research in Germany“:

2.1 Eckdaten:

- Initiative besteht seit 2010
- wird vom BMBF gefördert
- derzeit 4. Förderphase
- Laufzeit der aktuellen Förderphase: 4 Jahre (2019 - 2023)
- 4 beteiligte Partner: DFG, DAAD, Fraunhofer Gesellschaft, DLR-PT, die jeweils eigene Maßnahmen entsprechend ihrer Kernkompetenzen im Rahmen der Initiative durchführen

2.2 Ziele:

- über den Forschungsstandort Deutschland weltweit informieren und für den Forschungsstandort werben
- dt. Forschungseinrichtungen international vernetzen
- International herausragende Wissenschaftler/innen für Kooperationen, Forschungsaufenthalte oder Karriere in Deutschland gewinnen
- dt. Forschungslandschaft bei Forschungsmarketing-Aktivitäten unterstützen