

Community Prize: Sechs Konzepte für internationales Forschungsmarketing ausgezeichnet

Neues Wettbewerbsformat der BMBF-Initiative „Research in Germany“ erstmals mit Online-Voting / Rund 350 Personen beteiligten sich an Abstimmung / Verleihung im kommenden Jahr

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) zeichnet als Partnerorganisation der Initiative „Research in Germany“ sechs Projektideen für internationales Forschungsmarketing mit dem neu geschaffenen Community Prize aus. Die Leuphana Universität Lüneburg, das Leibniz-Institut für Photonische Technologien e. V. (IPHT), das Max-Delbrück-Centrum für Molekulare Medizin (MDC), die Technische Universität Dresden in Kooperation mit der Julius-Maximilians-Universität Würzburg, die Friedrich-Schiller-Universität Jena sowie die Universität Leipzig erhalten jeweils ein Preisgeld von 20 000 Euro zur Umsetzung ihrer Forschungsmarketingkonzepte. Die Preisträgerprojekte werden im kommenden Jahr im Rahmen einer Festveranstaltung gewürdigt; hierzu erfolgen zu einem späteren Zeitpunkt nähere Informationen.

Der Community Prize ist ein neues Wettbewerbsformat der BMBF-Initiative „Research in Germany“, das Kooperation und Konkurrenz miteinander verbindet. Personen aus dem Wissenschaftsmanagement und der Forschung an Hochschulen und Forschungseinrichtungen in Deutschland können Preisgelder für Projektideen im Bereich „Internationales Forschungsmarketing“ einwerben und in einem Online-Voting die besten Projektideen anderer Institutionen küren. Das Ziel des Wettbewerbs ist es, die internationale Sichtbarkeit und Vernetzung von deutschen Hochschulen und Forschungseinrichtungen zu steigern.

In der diesjährigen ersten Runde des Community Prize stellten sich alle Wettbewerbsbeiträge in Form von kurzen Videoclips auf einer digitalen Voting-Plattform vor. Die innovativsten und überzeugendsten Konzeptideen wurden von der Community im Rahmen eines Online-Votings ausgewählt. Die Community bestand in diesem Fall aus knapp 500 Personen von deutschen Hochschulen und Forschungseinrichtungen, die einen inhaltlichen Bezug zu den Themen „Internationalisierung“ oder „Internationales Forschungsmarketing“ haben und sich auf der Plattform registriert hatten. Aus dieser Gruppe beteiligten sich rund 350 Personen an der Abstimmung.

Die ausgezeichneten Konzepte im Einzelnen:

Die **Leuphana Universität Lüneburg** möchte mit ihrer Projektidee „Pull-Marketing mit dem ersten verifizierten Giphy-Brand-Channel einer deutschen Universität“ GIFs („Graphics Interchange Format“) als ein Erfolg versprechendes Low-Budget-Marketinginstrument im digitalen Forschungsmarketing einsetzen. In einem verifizierten Giphy-Channel sollen über 50 GIFs zur Verfolgung der Ziele im internationalen Forschungsmarketing in drei Giphy-Kollektionen entwickelt, getestet und optimiert werden. Dazu gehören etwa Animationen, die Forschungsergebnisse auf attraktive Weise vermitteln, oder GIFs, die den Forschungsstandort authentisch repräsentieren

sollen. Das gesamte nationale und internationale Netzwerk der Leuphana soll über Smartphones und Apps auf den GIF-Content zugreifen können.

Das **Leibniz-Institut für Photonische Technologien e. V. (Leibniz-IPHT)** will mit dem Superheldinnen-Comic „Lasergirl auf der Suche nach außerirdischem Leben“ darstellen, wie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler über Ländergrenzen hinweg gemeinsam lichtbasierte Lösungen für die Erforschung des Weltalls erarbeiten. In dem geplanten Comic-Abenteuer macht sich Lasergirl auf die Reise zum Mars, um dort mithilfe ihrer technologischen Ausrüstung extraterrestrisches Leben aufzuspüren und nachzuweisen – und damit die wissenschaftlichen Ziele der europäischen Mars-Mission ExoMars zu erreichen. Hintergrund ist der Einsatz eines unter Beteiligung des Leibniz-IPHT erforschten Raman-Laser-Spektrometers bei der ExoMars-Mission 2022. Der Wissenschaftscomic soll zum Start der ExoMars-Mission im September 2022 veröffentlicht werden und auch Talente aus dem Ausland erreichen, um den Optik-Standort Jena und das Leibniz-IPHT international bekannt zu machen.

Mithilfe der Projektidee „Virtueller Photonics-Escape-Room: Auf der Jagd nach Dr. Dark deutsche Spitzenforschung kennenlernen“ möchte die **Max Planck School of Photonics der Friedrich-Schiller-Universität Jena (MPSP)** nachhaltig junge Physik-Talente auf der ganzen Welt über die Forschung in verschiedenen Feldern der Photonik an 16 deutschen Forschungseinrichtungen informieren. Um die jungen Zielgruppen der (potenziellen) internationalen Promovierenden zu erreichen, wird hier mithilfe eines virtuellen Photonics-Escape-Rooms ein Gamification-Ansatz verfolgt: So wird ein kleines Team von Spielerinnen und Spielern in einem Raum „eingesperrt“ und muss gemeinsam knifflige Rätsel lösen, um den Raum wieder verlassen zu können. Die Rätsel haben dabei Bezug zur Forschung der Max Planck School of Photonics.

Über 40 Prozent des wissenschaftlich tätigen Personals des Berliner **Max-Delbrück-Centrums für Molekulare Medizin (MDC)** kommt aus dem Ausland. Mit dem Konzept „Back to the Roots“-Lab sollen rund 20 dieser internationalen wissenschaftlichen Fachkräfte befähigt werden, sich aktiv als Botschafterinnen und Botschafter für die Kampagne „Forschung in und mit Deutschland“ zu engagieren. Sie sollen Wissenschaftsmarketing-Maßnahmen initiieren und selbstständig durchführen. Das „Back to the Roots“-Lab soll es Interessierten ermöglichen, einen authentischen Einblick in die verschiedenen Karrieremöglichkeiten in der Wissenschaft in Deutschland zu erhalten.

Im Oktober 2021 wurde das schon jetzt erfolgreiche Mobile Game „Katze Q – ein Quanten-Adventure“ des **Exzellenzclusters ct.qmat der Technischen Universität Dresden und der Julius-Maximilians-Universität Würzburg** in deutscher und englischer Sprache veröffentlicht. Das Game transformiert wissenschaftliche Inhalte aus der Quantenphysik in eine digitale Spielumgebung: Wer ein bestimmtes Rätsel löst, erspielt sich eine Bonus-App, über die eine Frage an die Forscherinnen und Forscher des Exzellenzclusters gestellt werden kann. Mithilfe der Förderung durch den Community Prize sollen diese Fragen ab Januar 2022 in YouTube-Videos beantwortet werden – passend zum Motto „Nachgefragt“ des Wissenschaftsjahrs 2022. Hierdurch soll Interesse für Mathematik, Informatik, Natur- und Technikwissenschaft (MINT) mit Fokus auf Physik geweckt sowie Studien- und Berufsoptionen am attraktiven Forschungsstandort Deutschland sichtbar gemacht werden.

Das **Research Centre Global Dynamics (ReCentGlobe) der Universität Leipzig** ist Mitglied im Fachverband CrossArea e. V., einem weltweiten Netzwerk im Feld der Global und Area Studies.

Die beteiligten Forschungseinrichtungen erarbeiten darin eine Vielzahl von Blogs, Podcasts, YouTube-Videos, Open Educational Resources und viele weitere Formate zu gegenwärtigen globalgesellschaftlichen Fragestellungen. Um diesen digitalen Wissensfundus besser zugänglich zu machen und übersichtlicher zu gestalten, soll mit dem Portal „Cross Area“ ein zentralisierter Ort im digitalen Raum geschaffen werden. Ziel des Portals ist es, eine größere, diverse Zielgruppe mit ihren Vermittlungsformaten zu adressieren und somit der Profilierung und dem Wissenstransfer aller beteiligten Einrichtungen zu dienen.

Der Community Prize ist Teil der Initiative „Research in Germany“. Die Initiative stellt den Forschungs- und Innovationsstandort Deutschland weltweit vor und schafft ein Forum für internationalen Austausch und Kooperation. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung initiierte „Research in Germany“ im Jahr 2006 und stellt Mittel für die aktuelle Projektphase bereit. Die Initiative wird vom Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD), der DFG, der Fraunhofer-Gesellschaft und dem DLR Projektträger gemeinsam umgesetzt.



Weiterführende Informationen

Medienkontakt: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der DFG, Tel. +49 228 885-2109, presse@dfg.de

Weitere Informationen zum Community Prize unter:
www.dfg.de/communityprize-forschungsmarketing

Weitere Informationen zur BMBF-Initiative „Research in Germany“ unter:
www.research-in-germany.org/de

Ansprechpersonen in der DFG-Geschäftsstelle:

Dr. Veronika Schilling, Internationale Zusammenarbeit, Tel. +49 228 885-2937, veronika.schilling@dfg.de
Jasmin Eitner, Internationale Zusammenarbeit, Tel. +49 228 885-3125, jasmin.eitner@dfg.de