



Ausschreibung Community Prize

Überblick

Der Community Prize ist ein neues Wettbewerbsformat und richtet sich an Personen aus dem Wissenschaftsmanagement und der Forschung, die für das internationale Forschungsstandortmarketing an einer deutschen Hochschule oder Forschungseinrichtung zuständig sind. Der Community Prize dient dem kollegialen Ideen- und Erfahrungsaustausch und verbindet durch seine wettbewerbliche Ausrichtung auf diese Weise kooperative und kompetitive Aspekte. Alle Forschungsmarketingakteure, die sich auf der für den Wettbewerb verwendeten Voting-Plattform registrieren, können dort eigene Projektideen als Wettbewerbsbeitrag vorstellen und/ oder im Rahmen eines Online-Votings für die überzeugendsten Forschungsmarketingkonzepte anderer Institutionen stimmen.

Der Wettbewerbsbeitrag besteht aus einem Videopitch, der die Projektidee der jeweiligen Institution zu einer internationalen Forschungsmarketingmaßnahme darstellt, einer schriftlichen Ideenskizze des geplanten Forschungsmarketingvorhabens und einem Kosten- und Zeitplan.

Die DFG prüft die Wettbewerbsbeiträge unter formalen Gesichtspunkten. Die Bewertung erfolgt durch die auf der Voting-Plattform registrierten Forschungsmarketingakteure, die „Community“. Die DFG gründet ihre Förderentscheidung auf dieses Votum. Die Konzepte mit den meisten Stimmen erhalten ein Preisgeld in Höhe von je €20.000, das an die Institution für die Umsetzung ihres Forschungsmarketingkonzepts ausgezahlt wird. Maximal werden 10 Preise vergeben.

Ziel des Wettbewerbs ist es,

- Forschungseinrichtungen darin zu unterstützen, die internationale Sichtbarkeit und Profilbildung ihrer Forschungsschwerpunkte zu stärken,
- die Bildung von Netzwerken zu fördern und für die Forschungsinstitution oder Region als internationalen Forschungsstandort zu werben,
- Vernetzung und Kooperationen in der Forschungsmarketing Community zu fördern, sowohl in digitalen als auch analogen Räumen.

Inhaltsverzeichnis

- I. Einführung
- II. Preisgeld
- III. Teilnahmeberechtigung
 - a. Antragsberechtigte Einrichtungen/ Wettbewerbsbeitrag
 - b. Teilnahmeberechtigung/ Abstimmung auf der Voting-Plattform
- IV. Leitlinien und Leitfragen
 - a. Leitlinien zur Konzeptentwicklung und Produktion eines Videopitches
 - b. Leitfragen zum Online-Voting
- V. Rahmenprogramm - Onboarding Workshops, Lounges und Kickoff-Veranstaltung
- VI. Ausschlusskriterien
 - a. Teilnahme am Wettbewerb/ Wettbewerbsbeitrag
 - b. Teilnahme am Wettbewerb/ Online-Voting
- VII. Wettbewerbsbeitrag/ Antrag
 - a. Einzureichende Unterlagen
 - b. Einreichungsprozess in zwei Schritten
- VIII. Online-Voting und Auswahl der Preisträgerinstitutionen
- IX. Verpflichtungen der Preisträgerinstitutionen
- X. Zeitleiste
- XI. Kontakt

I. Einführung

Der Community Prize ist ein digitales Wettbewerbsformat im Bereich des internationalen Forschungsmarketings und bietet deutschen Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen die Möglichkeit, innovative Projekte im Themenspektrum der Internationalisierung von Wissenschaft und Forschung zu entwickeln sowie zu realisieren.

Der Community Prize richtet sich an Beschäftigte deutscher Forschungseinrichtungen, welche die internationale Sichtbarkeit und Vernetzung ihrer Einrichtung steigern wollen. Diesen bieten wir sowohl die Möglichkeit, Forschungsmarketingkonzepte in Form von Videopitches im Wettbewerb einzureichen als auch über alle Projektideen online abzustimmen.

Durch den Wettbewerb sollen innovative Forschungsmarketingaktivitäten gefördert werden, die

- die Stärken des Forschungsprofils, der Infrastruktur und der regionalen Netzwerke auf internationaler Ebene schärfen,
- die internationale Zusammenarbeit durch den Auf- oder Ausbau neuer oder bestehender Forschungsnetzwerke stärken,
- neue Perspektiven für die internationale Zusammenarbeit unter sich wandelnden Bedingungen realisieren,
- internationale Forscherinnen und Forscher für Kooperationen oder Forschungsaufenthalte gewinnen,
- gemeinsam von verschiedenen kooperierenden Einheiten entwickelt und umgesetzt werden, z.B. Forschungsinstituten, International Offices oder Kommunikations- und Marketingabteilungen, gegebenenfalls auch externen Kooperationspartnern,
- den Fokus auf Aspekte legen wie Transparenz, Nachhaltigkeit und die Fähigkeit der Institution, auf außergewöhnliche Umstände und Entwicklungen, wie zum Beispiel unter der aktuellen Pandemie, zu reagieren.

II. Preisgeld

Im Rahmen des Community Prizes werden bis zu zehn Preisgelder in Höhe von jeweils €20.000 für die Umsetzung von herausragenden internationalen Forschungsmarketingkonzepten vergeben.

Die Anzahl der Preisgelder ist auf maximal 10 begrenzt.

Sollte die Anzahl der formal zulässigen Wettbewerbseinreichungen (Anträge) kleiner als 20 sein, werden zur Wahrung des wettbewerblichen Charakters nicht mehr als die Hälfte der eingereichten Beiträge prämiert; im Falle einer ungeraden Anzahl von Wettbewerbseinreichungen wird grundsätzlich die Anzahl der Preise zur nächsthöheren Zahl aufgerundet.

Hinweise zur Nutzung der Preisgelder:

- Das Preisgeld kann für direkte Projektkosten und Personalkosten verwendet werden. Ein Programmzuschuss für indirekte Projektkosten ist in diesem Programm nicht vorgesehen.
- Es ist zu beachten, dass die Mittel nicht zur Erzielung von körperschaftsteuerpflichtigen Einnahmen für die Hochschule oder Forschungseinrichtung verwendet werden dürfen.
- Die Mittel sind zudem zweckgebunden. Restmittel müssen an die DFG zurückgezahlt werden und es fallen gegebenenfalls Zinsen hierfür an.

Die Preise werden durch Sondermittel des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) bereitgestellt.

III. Teilnahmeberechtigung

a. Antragsberechtigte Einrichtungen/ Wettbewerbsbeitrag

Folgende Einrichtungen können sich am Community Prize beteiligen (Antragsberechtigung):

- Deutsche Universitäten
- Deutsche Fachhochschulen und Hochschulen für Angewandte Wissenschaften
- Deutsche (außer-)universitäre Forschungseinrichtungen, die mit öffentlichen Mitteln arbeiten

Die Zusammenarbeit mit weiteren geeigneten Kooperationspartnern aus dem regionalen Umfeld, wie zum Beispiel aus dem Stadtmarketing, oder mit forschungsbasierten KMUs bzw. eine Zusammenarbeit mit internationalen Partnern ist möglich. Bitte beachten Sie, dass gewinnorientierte Einrichtungen bzw. privatwirtschaftliche Akteure ihren Beitrag zu gemeinsamen Aktivitäten dabei selbst finanzieren müssen; sie dürfen nicht durch DFG-Mittel gefördert werden. Kooperationspartner müssen angegeben werden.

b. Teilnahmeberechtigung/ Abstimmung auf der Voting-Plattform

Beschäftigte an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Hochschulen für Angewandte Wissenschaften sowie (außer-)universitären Forschungseinrichtungen, die einen inhaltlichen Bezug zum internationalen Forschungsmarketing haben, sind berechtigt, am Online-Voting des Community Prizes teilzunehmen. Hierzu zählen beispielsweise einschlägige Tätigkeiten im Bereich Wissenschaftsmanagement, Forschung, Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit, Internationalisierung oder Marketing.

Forschungsmarketingakteure, die sich auf der Voting-Plattform des Community Prizes registriert haben, können an der Abstimmung über die besten Wettbewerbsbeiträge teilnehmen. Entscheidungsgrundlage sind hier die Kurzzusammenfassung und der Videopitch. Eine Registrierung auf der Voting-Plattform ist nur mit einer institutionellen Emailadresse möglich.

Im Rahmen der Registrierung werden Detailhinweise zum Online-Voting bereitgestellt.

IV. Leitlinien und Leitfragen

a. Leitlinien zur Konzeptentwicklung und Produktion eines Videopitches

Die folgenden Aspekte sollen Sie bei der Entwicklung Ihres internationalen Forschungsmarketingkonzeptes bzw. der anschließenden Produktion Ihres Videopitches unterstützen:

Forschungsmarketingkonzept

- Idee
Originalität der vorgeschlagenen Aktivitäten: Wir ermutigen Sie, neue Ansätze und Aktivitäten außerhalb der etablierten Praktiken zu erforschen.
- Ziel
Definition eines klaren Ziels, das durch die geplanten Aktivitäten erreicht werden soll und das Ihre Institution in der eigenen Internationalisierungsstrategie unterstützt. Welche Zielgruppen bzw. Zielländer sollen erreicht werden?
- Institutionelle bzw. interne Strukturen
Stärkung von internen Netzwerken beziehungsweise Kooperationen von Akteuren in Forschung und Verwaltung zur Umsetzung von Forschungsmarketingaktivitäten, zum Beispiel Zusammenführung von Forschungsinstituten/-gruppen oder -projekten mit internationaler Ausrichtung, Forschungsförderung sowie International Offices, Kommunikations- und Marketingabteilungen
- Mehrwert
Mehrwert des Projektes für Ihre Forschungseinrichtung oder Region
- Nachhaltigkeit
Erwartete Wirkung sowie Weiterentwicklungspotenzial der vorgeschlagenen Aktivitäten
- Steigerung der internationalen Sichtbarkeit des Forschungsstandorts Deutschland und der Marke "Research in Germany"
Beitrag zur Steigerung des Images von Deutschland als starker, innovativer und zukunftsorientierter Forschungsstandort und zur Erhöhung der internationalen Sichtbarkeit der Marke "Research in Germany"
- Qualitätssicherung

Möglichkeiten zur Bewertung der Qualität der durchgeführten Aktivitäten

Videopitch

Bitte stellen Sie Ihr geplantes Projekt in Form eines maximal drei-minütigen Handyvideos vor. Dieser Videopitch richtet sich an die Personen, die im Rahmen des Online-Votings über die aus ihrer Sicht besten Wettbewerbsbeiträge abstimmen. Überzeugen Sie diese von Ihrem geplanten Vorhaben.

b. Leitfragen zum Online-Voting

Auf der Voting-Plattform werden wir Ihnen Leitfragen zur Verfügung stellen, die Sie bei der Beurteilung der Ideenskizzen und der durch die Videopitches transportierten Inhalte unterstützen sollen. Diese werden spätestens ab dem 15. November 2021 veröffentlicht.

V. Rahmenprogramm - Onboarding Workshops, Lounges und Kickoff-Veranstaltung

Die BMBF-Initiative „Research in Germany“ bietet allen Interessierten ab Ende August 2021 ein Rahmenprogramm mit Workshop-Angeboten und Vertiefungs-Treffen (den sogenannten „Lounges“) an. Die Veranstaltungsreihe im wöchentlichen Takt soll auf die Teilnahme am eigentlichen Wettbewerb vorbereiten und zur Vernetzung und kollegialen Beratung dienen. Die Workshops umfassen neben inhaltlichen Hilfestellungen zur Ideenentwicklung und zur Konkretisierung von Projektideen auch Angebote zu Präsentationstechniken von Pitch-Trainings bis hin zur Produktion eines Handyvideos. Zur Vorbereitung von Wettbewerbsbeiträgen können Forschungsmarketingakteure ihre Konzepte und Ideen mit erfahrenen Expertinnen und Experten besprechen und sich gegenseitig kollegial beraten.

Die Kickoff-Veranstaltung am 6. Oktober 2021 markiert den Übergang in die Wettbewerbsphase mit Projektvorstellungen und Abstimmung. Ideenskizzen und Videopitches können ab diesem Zeitpunkt auf unserer Voting-Plattform hochgeladen werden.

Die Teilnahme am Rahmenprogramm dient der gezielten Vorbereitung zur Einreichung eines Wettbewerbsbeitrags. Es können aber auch Wettbewerbsbeiträge eingereicht werden, ohne dass eine Teilnahme am Rahmenprogramm vorher erfolgt ist.

Alle auf der Voting-Plattform registrierten Forschungsmarketingakteure können vom 15. bis zum 26. November 2021 online über die besten Forschungsmarketingkonzepte abstimmen.

VI. Ausschlusskriterien

a. Teilnahme am Wettbewerb/ Wettbewerbsbeitrag

Aktivitäten, die bereits durch andere Programme oder Initiativen gefördert werden, sind nicht förderfähig. Einreichungen, die auf Zielgruppen außerhalb des akademischen Bereichs fokussieren, z.B. auf privatwirtschaftliche Akteure oder gewinnorientierte Einrichtungen, sind ebenfalls von der Teilnahme am Community Prize ausgeschlossen.

Pro Universität, Fachhochschule, Hochschule für Angewandte Wissenschaften bzw. (außer-)universitäre Forschungseinrichtung kann nur ein Wettbewerbsbeitrag als Hauptantragsteller eingereicht werden. Gleichwohl kann sich jede Hochschule/ Forschungseinrichtung als Kooperationspartner an weiteren Wettbewerbsbeiträgen beteiligen. Bei kooperativen Anträgen wird nur der Hauptantragsteller bzw. die Hauptantragstellerin Preisträgerinstitution und verwaltet die Mittel.

b. Teilnahme am Wettbewerb/ Online-Voting

Von der Teilnahme an der Online-Abstimmung sind Personen ausgeschlossen, die nicht an einer deutschen Universität, Fachhochschule, Hochschule für Angewandte Wissenschaften oder (außer-)universitären Forschungseinrichtung beschäftigt sind.

Ferner sind Studierende sowie privatwirtschaftliche Akteure von der Online-Abstimmung ausgeschlossen.

Eine Abstimmung für die eigene Forschungseinrichtung ist nicht möglich.

Mehrfachregistrierungen unter verschiedenen Emailadressen sind nicht zulässig.

VII. Wettbewerbsbeitrag/ Antrag

a. Einzureichende Unterlagen

	Inhalt	Voting-Plattform	DFG-Portal für die elektronische Antragstellung "elan"	Länge/ Format
1	Allgemeine Daten zum Projekt und zur Institution Elektronisch zu erfassen	x	x	
2	Videopitch	x		Handyvideo, maximal 3 Minuten, mögliche Formate: .avi, .mov, .mp4, .mpeg4, .flv
3	Prägnante Zusammenfassung Ihres Projektes auf Deutsch (in elan auch auf Englisch (Kurzversion))	x	x	Je maximal 3.000 Zeichen inklusive Leerzeichen
4	Ideenskizze Beschreibung Ihres Projektes (Langversion)		x	Maximal 2 Seiten
5	Kurze Darstellung der Forschungsmarketingtätigkeiten/ Bezug zu Internationalisierungsaktivitäten an der hauptantragstellenden Hochschule/ Forschungseinrichtung		x	Maximal 1 Seite
6	Zeit- und Kostenplan		x	Maximal 2 Seiten
7	Ggf. Liste der Kooperationspartner		x	
8	Zustimmung Teilnahmebedingungen	x	x	

EINE INITIATIVE VOM



9	Quittungsdokument		x	
---	-------------------	--	---	--

Hinweise:

- Sprache
Mit Ausnahme der englischen Zusammenfassung sind alle Dokumente für eine Wettbewerbsbeteiligung in deutscher Sprache zu verfassen (Projektbeschreibung, Videopitch etc.) und entsprechend auf der Voting-Plattform bzw. im DFG-Portal elan einzureichen.
- Schriftgröße/ Format von Dokumenten (betrifft Nummern 3-7 der Tabelle)
Bitte verfassen Sie die Texte in Arial 11 pt mit einem Zeilenabstand von 1,15.
- Liste der Kooperationspartner (betrifft Nr. 7 der Tabelle)
Bitte geben Sie den Namen, Institution und Abteilung der Person(en) an und kennzeichnen Sie, ob es sich um einen internen oder externen Kooperationspartner handelt bzw. ob diese Person bzgl. der geplanten Aktivitäten bereits kontaktiert wurde (ggf. auch ob eine Kooperation bereits zugesichert wurde).

b. Einreichungsprozess in zwei Schritten:

1. Registrierung und Einreichung auf der Voting-Plattform

Deadline für die Registrierung auf der Voting-Plattform ist der **13. Oktober 2021**. Die Einreichung von Wettbewerbsbeiträgen ist bis zum **26. Oktober 2021** möglich.

Diese Schritte beinhalten die elektronische Erfassung und Freigabe Ihres Nutzerprofils, die Erfassung allgemeiner Informationen zu Ihrem Projekt sowie das Hochladen Ihres Videopitches bzw. der Beschreibung Ihres geplanten Vorhabens (Kurz- und Langversion; bitte beachten Sie hierzu die Hinweise zu Formatvorgaben unter VII. a).

2. Registrierung und Einreichen auf dem Online-portal elan der DFG

Eine Registrierung im Online-Portal elan zur Anlegung Ihres institutionellen Profils und der Prüfung der Teilnahmeberechtigung Ihrer Institution ist ebenfalls notwendig. Deadline für die Registrierung ist der **13. Oktober 2021**.

Sollten Sie sich bereits im Online-Portal elan registriert haben, entfällt dieser Schritt.

Deadline für das Einreichen der Bewerbungsunterlagen ist der **26. Oktober 2021**. Hierzu benötigte Unterlagen finden Sie in der Tabelle unter VII. a.; bitte beachten Sie die Hinweise zu Formatvorgaben und reichen Sie die Unterlagen in einem PDF-Dokument zusammengefasst ein.

Nach Abschluss der Antragstellung über elan wird ein „Quittungsdokument“ generiert, das von einer zeichnungsberechtigten Person auf Leitungsebene der Hochschule/ (außer-)universitären Forschungseinrichtung unterschrieben werden muss. Dieses Dokument ist elektronisch und postalisch bis zum **12. November 2021** einzureichen. Außerdem müssen Sie den Teilnahmebedingungen zustimmen.

Weitere Informationen zum elan-Registrierungsverfahren und zur Antragstellung finden Sie auf unserer Website [DFG - Deutsche Forschungsgemeinschaft - Community Prize](#).

VIII. Online-Voting und Auswahl der Preisträgerinstitutionen

Die Auswahl erfolgt durch die Abstimmung auf der Voting-Plattform vom **15. November 2021 bis zum 26. November 2021**. Der Link zur Voting-Plattform wird rechtzeitig im November auf der „Research in Germany“-Webseite und DFG-Webseite veröffentlicht.

Um am Online-Voting teilzunehmen, können sich Interessierte während der gesamten Voting-Phase auf der Voting-Plattform registrieren. Sie erhalten dann Zugang zur Videopitch-Galerie und können direkt abstimmen.

Die Konzepte mit der höchsten Stimmenzahl erhalten auf der Basis des zugrundeliegenden Antrags ein Preisgeld in Höhe von jeweils € 20.000 zur Projektumsetzung. Insgesamt können bis zu zehn Forschungsmarketingkonzepte prämiert werden.

Dabei prüft die DFG die Anträge/ Wettbewerbsbeiträge in formaler Hinsicht. Eine gesonderte Begutachtung vor der Preisentscheidung wird nicht durchgeführt. Eine Ex-Post-Sichtung der eingereichten Anträge zur Evaluation und Weiterentwicklung des Community Prize-Formats ist vorgesehen.

Weitere Informationen zur Stimmabgabe im Rahmen des Online-Votings finden Sie spätestens zu Beginn der Voting-Phase ab 15. November 2021 auf der Website [DFG - Deutsche Forschungsgemeinschaft - Community Prize](#) bzw. der Voting-Plattform.

IX. Verpflichtungen der Preisträgerinstitutionen

Im Falle der Prämierung des Wettbewerbsbeitrags und der Annahme des Preisgeldes sichert die antragstellende Institution zu, die folgenden Verpflichtungen zu erfüllen:

- Der Hauptantragsteller bzw. die Hauptantragstellerin stellt sicher, dass die im Antrag vorgeschlagenen internationalen Forschungsmarketingaktivitäten der Einrichtung nicht bereits aus anderen Quellen finanziert werden oder das Preisgeld zur Weiterführung eines bereits angestoßenen Projektes dient (Doppelfinanzierung).
- Die Hauptantragsteller bzw. die Hauptantragstellerin erkennt an, dass das aus Sondermitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung geförderte Preisgeld zweckgebunden ist und nur für den im bewilligten Antrag genannten und dargestellten Zweck verwendet werden darf. Die DFG behält sich vor, Mittel, die nicht zweckentsprechend verwendet wurden, zurückzufordern.
- Der Hauptantragsteller bzw. die Hauptantragstellerin erkennt an, dass der Förderentscheid endgültig und der Rechtsweg ausgeschlossen ist.

Projektdurchführung und Abschlussbericht:

- Die bewilligten Projektmaßnahmen müssen von den Preisträgerinstitutionen bis zum **30. Oktober 2022** umgesetzt werden. Bitte beachten Sie, dass ein Abschlussbericht über die Verwendung des Preisgeldes inklusive eines einfachen Verwendungsnachweises bis zum **30. November 2022** eingereicht werden muss.
- Das Preisgeld muss in einer Summe zwischen dem **01. Januar 2022** und **28. Februar 2022** abgerufen werden.
- Die durchgeführten Aktivitäten müssen sichtbar mit der Marke "Research in Germany" in Verbindung gebracht werden und das Markenlogo in allen Veröffentlichungen, Werbematerialien, PowerPoint-Präsentationen, Bannern usw. verwendet werden.

- Der Hauptantragsteller bzw. die Hauptantragstellerin erklärt sich damit einverstanden, dass im Falle einer Preisverleihung der Inhalt des Antrags und des Abschlussberichts von der DFG veröffentlicht, redaktionell bearbeitet und an Dritte weitergegeben werden kann (zusammen mit den Kontaktdaten der Projektleitungen: Name, Emailadresse und Website).
- Der Einsatz des Preisgeldes unterliegt den Verwendungsrichtlinien. Das Preisgeld kann nur für direkte Projektkosten und Personalkosten verwendet werden. Weitere Bedingungen für den Einsatz der Mittel finden Sie in den Besonderen Verwendungsrichtlinien für den Ideenwettbewerb „Internationales Forschungsmarketing“ und den „Community Prize“ ([DFG-Vordruck 2.34 - 02/20](#)).

X. Zeitleiste

Rahmenprogramm		
Online-Workshops und Lounges	26. August 2021 9.30 - 12.30Uhr	Online-Workshop Konzepterstellung (Teil 1): Ideenentwicklung und erste Umsetzungsschritte
	02. September 2021 17 - 17.45Uhr	Lounge zum Online-Workshop Konzepterstellung (Teil 1)
	10. September 2021 9.30 - 12.30Uhr	Online-Workshop Konzepterstellung (Teil 2): Konkretisierung der Projektideen
	16. September 2021 17 - 17.45Uhr	Lounge zum Online-Workshop Konzepterstellung (Teil 2)
	23. September 2021 10 - 12.30Uhr	Online-Workshop - Videoproduktion
	30. September 2021 17 - 17.45Uhr	Lounge zum Online-Workshop Videoproduktion
Kickoff-Veranstaltung	06. Oktober 2021	

Antragseinreichung	
Deadline für die elan-Registrierung	13. Oktober 2021
Upload Antragsdokumente auf elan	06. - 26. Oktober 2021
Deadline für die Registrierung auf der Voting-Plattform	13. Oktober 2021
Deadline Upload Unterlagen & Dokumente auf der Voting-Plattform	26. Oktober 2021
Teilnahme am Online-Voting	
Eröffnung Voting	15. November 2021
Deadline Voting	26. November 2021
Bekanntgabe der Preisträgerinstitutionen	Dezember 2021
Projektumsetzung	
Umsetzung des Projektes	01. Januar 2022 bis 30. Oktober 2022
Mittelabruf	01. Januar 2022 bis 28. Februar 2022
Deadline für den Abschlussbericht	30. November 2022

XI. Kontakt

Bei Fragen zum Wettbewerb und zur Teilnahmeberechtigung kontaktieren Sie uns bitte.

Dr. Veronika Schilling

Tel. +49 228 885-2937

Aminata Estelle Diouf

Tel. +49 228 885-2096

Jasmin Eitner

Tel. +49 228 885-3125

forschungsmarketing@dfg.de

[Was ist der Community Prize? - Research in Germany \(research-in-germany.org\)](http://research-in-germany.org)

www.dfg.de/communityprize-forschungsmarketing

Der Community Prize ist Teil der Initiative „Research in Germany“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Sie stellt den attraktiven Forschungs- und Innovationsstandort Deutschland weltweit vor und schafft ein Forum für internationalen Austausch und Kooperation.

„Research in Germany“ wurde 2006 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) ins Leben gerufen. Unter dieser Marke setzen deutsche Forschungs- und Förderorganisationen wie die Deutsche Forschungsgemeinschaft, der Deutsche Akademische Austauschdienst, die Fraunhofer-Gesellschaft sowie das Internationale Büro des BMBF weltweit diverse Forschungsmarketing-, Kommunikationsmaßnahmen und Veranstaltungen um.