

Initiative „Research in Germany“: Neue Bausteine für den Aufbau einer Strategie im internationalen Forschungsmarketing

24.06.2019 | Internationalisierung Deutschlands, Bi-/Multilaterales

<https://www.research-in-germany.org/deutsche-institutionen/marketing-know-how/umfragen-hintergrundwissen>

Drei Studien bieten Orientierung für die Internationalisierung von Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Die publizierten Ergebnisse der Umfragen, die von „Research in Germany“ in Auftrag gegeben wurden, bilden eine fundierte Basis für die 2019 angelaufene vierte Förderphase der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) finanzierten Initiative zum internationalen Forschungsmarketing.

Im Rahmen der Initiative „Research in Germany“ werden seit dem Jahr 2006 verschiedene Maßnahmen zur internationalen Vermarktung des Forschungs- und Innovationsstandortes Deutschland durch den Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD), die Alexander von Humboldt-Stiftung, die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) und die Fraunhofer-Gesellschaft umgesetzt. Zudem führt das Internationale Büro des Bundesministeriums für Bildung und Forschung Aktivitäten im Rahmen der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) finanzierten Initiative durch. Die Maßnahmen der Initiative adressieren einerseits internationale (Nachwuchs-)Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler im Ausland, andererseits richten sie sich auch an Akteure der deutschen Forschungslandschaft, um diese im Internationalisierungsprozess zu unterstützen.

Wie ist das internationale Forschungsmarketing in Deutschland aufgestellt? Welche Unterstützungsangebote benötigen Forschungsmarketing-Akteure? Diesen Fragen geht die Veröffentlichung „[Internationales Forschungsmarketing an Forschungsinstitutionen in Deutschland](#)“ nach. Mit den vorliegenden Befragungsergebnissen wurde eine Bestandsaufnahme über Verbreitung, Verortung und strategische Ausrichtung sowie die Professionalisierung des internationalen Forschungsmarketings an Forschungseinrichtungen in Deutschland vorgenommen. Zudem diente die Befragung der Bedarfsermittlung, um die Angebote der Initiative „Research in Germany“ gegebenenfalls (noch) stärker auf die Interessenlage der relevanten Akteure zuschneiden zu können und damit das internationale Forschungsmarketing deutscher Forschungseinrichtungen noch besser zu unterstützen.

In der Umfrage mit dem Titel „[Informations- und Mobilitätsverhalten. Eine weltweite Befragung internationaler Nachwuchswissenschaftler](#)“ wurden mehr als 8.400 internationale Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zu ihrem Informations- und Mobilitätsverhalten befragt. Die Befragung fand weltweit statt, hatte aber einen Fokus auf den Ländern: Großbritannien, Indien, Israel, Mexiko, Polen, Republik Korea (Südkorea), Südafrika und den USA. Die Ergebnisse der Befragung unterstützen Hochschulen und andere Forschungsinstitutionen dabei, internationale Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler zielgruppenorientiert anzusprechen. Neben den übergreifenden Umfrageergebnissen wurden für die acht Länder mit den meisten Teilnehmenden einzelne Auswertungen erstellt.

„[KMU & internationaler Forschungsaustausch](#)“ – so lautet der Titel einer Befragung, die das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) im Auftrag von „Research in Germany“ im Jahr 2018 durchführte. Kleine und mittlere Unternehmen wirken zusammen mit dem Bereich Forschung und Entwicklung als Innovations- und Technologiemitoren. Um diesen Erfolg zu sichern und auszubauen, ist die Kooperation mit der Wissenschaft ein wesentlicher Faktor.

Quelle: Research in Germany, DAAD Marketing-News, DFG-Informationen für die Wissenschaft

Redaktion: 24.06.2019 von Miguel Krux, VDI Technologiezentrum GmbH

Länder / Organisationen: Deutschland, Global

Themen: Bildung und Hochschulen, Förderung, Netzwerke, Strategie und Rahmenbedingungen

[Zurück](#)

Weitere Informationen

Research in Germany



Land of Ideas

