Bekanntmachung des BMBF zur Förderung von Projekten im Rahmen der Forschungsmarketingkampagne „The Future of Work“ in den Zielländern Frankreich, Japan und USA

https://www.bmbf.de/foerderungen/bekanntmachung-1980.html

Stichtag: 15.10.2018 | Programmausschreibungen

Bekanntmachung im Rahmen der Strategie der Bundesregierung zur Internationalisierung von Wissenschaft und Forschung – Richtlinie zur Förderung von Projekten im Rahmen der Forschungsmarketingkampagne „The Future of Work“ in den Zielländern Frankreich, Japan und USA zur Werbung für den deutschen Forschungs- und Innovationsstandort unter dem Dach der Marke „Research in Germany“ vom 20. August 2018 (Bundesanzeiger vom 31.08.2018)

Die Forschungsmarketingkampagne „The Future of Work“ greift das Thema „Innovative Arbeitswelt“ auf und trägt es auf die internationale Ebene. Als internationale Fortführung des nationalen Wissenschaftsjahres „Arbeitswelten der Zukunft“ bietet sie über eine Dauer von 18 Monaten bis zu zehn exzellenten Forschungsnetzwerken eine Plattform, ihre innovativen Projekte für die Zukunft der Arbeit im Ausland zu präsentieren und um internationale Partner zu werben. Begleitet werden die Projektaktivitäten durch eine vom DLR-Projektträger koordinierte Dachkampagne mit zentralen Kommunikationsmaßnahmen unter dem Dach von „Research in Germany“ sowie Veranstaltungen und Messebeteiligungen in den drei Zielländern und in Deutschland.

In Anlehnung an das nationale Wissenschaftsjahr orientiert sich die Forschungsmarketingkampagne „The Future of Work“ thematisch an folgenden Themenfeldern:

- Themenfeld 1: Bildung und BigData
  Welche Anforderungen stellt die Arbeit der Zukunft an den Menschen? Wie kann der Mensch sich weiterbilden, um diesen Anforderungen – insbesondere im Hinblick auf den Umgang mit Daten – gerecht zu werden?
- Themenfeld 2: Industrie und Vernetzung
  Welche Chancen bieten Digitalisierung, künstliche Intelligenz und Industrie 4.0 für die Zukunft der Arbeit? Wie können Mensch-Technik-Schnittstellen für die Interaktion in veränderten digitalisierten Arbeitsprozessen gestaltet werden?
- Themenfeld 3: Technologie und Organisation
  Wie verändern neue Technologien die Arbeit? Welche sozialen und organisatorischen Auswirkungen gehen damit einher und wie können wir damit umgehen?
- Themenfeld 4: Arbeitsplatz und Gesellschaft
  Wie können neue Arbeitsmodelle umgesetzt werden? Wie werden dabei gesellschaftliche Trends und individuelle Lebenskonzepte berücksichtigt?

Als Zielregionen wurden im Rahmen einer Bedarfsanalyse die Länder Frankreich, Japan und USA festgelegt. Die Antragsteller reichen Projekte zu einem Themenfeld und einer Zielregion ein.

Zur Erreichung der oben genannten Ziele werden innovative, zielgruppen-, zielland- und themenspezifische Marketingmaßnahmen gefördert. Diese sollten unter Berücksichtigung der Aspekte Image und Bekanntheit auf die Werbung für den deutschen Forschungs- und Innovationsstandort ausgerichtet sein. Dem Aspekt der Professionalisierung und Qualifizierung wird durch eine verpflichtende Teilnahme der geförderten Forschungsnetzwerke an vier Marketing-Workshops im Rahmen der Dachkampagne Rechnung getragen. Zudem ist gewünscht, dass insbesondere deutsche Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler mit der Netzwerkkoordination betraut werden.

Die zu fördernden Marketing-Aktivitäten zur Präsentation des Netzwerks im Zielland sollten möglichst aus den folgenden drei Bausteinen je eine Maßnahme beinhalten:

- Baustein 1: Print und Pressearbeit
  z. B. Entwicklung eines Flyers oder einer Broschüre, Veröffentlichung von Pressemitteilungen, Publikation von Fachartikeln etc.
- Baustein 2: Online & Social Media
  z. B. Veröffentlichung einer Website, Launch einer Facebookseite oder eines Twitterkanals, Durchführung von Webinaren, Versand eines Newsletters etc.
- Baustein 3: Veranstaltungen
  z. B. Durchführung von Roadshows, Delegationsreisen, Konferenzen, Workshops und weiteren innovativen Formaten wie Pitch Duelle, Science Slams, Ideenwettbewerbe etc.

Alle zu fördernden Maßnahmen sind auf ein Zielland und ein Themenfeld ausgerichtet, werden vom Antragsteller zu einem strategischen Konzept gebündelt und in die Marketing-Gesamtkonzeption des Netzwerks eingebettet. Dieses wird im Rahmen der Kampagnendauer von 18 Monaten umgesetzt. Die Antragsteller sind zudem angehalten, im ersten Quartal der Projektförderung eine eigene Wort-Bild-Marke des Netzwerks zu entwickeln, die das Projektakronym aufgreift und in die Marketing-Gesamtkonzeption eingebettet wird.

Mit der Abwicklung der Fördermaßnahme hat das BMBF den DLR-Projektträger, Europäische und internationale Zusammenarbeit beauftragt. In der ersten Verfahrensstufe sind dem Projektträger bis spätestens 15. Oktober 2018 zunächst Projektskizzen vorzulegen.

Quelle: Bundesministerium für Bildung und Forschung

Redaktion: 04.09.2018 von Tim Mörsch, VDI Technologiezentrum GmbH

Länder / Organisationen: Frankreich, Japan, USA

Themen: Berufs- und Weiterbildung, Wirtschaft, Märkte, Information u. Kommunikation, Ethik, Recht, Gesellschaft, Förderung, Dienstleistungsforschung

Zurück

Weitere Informationen