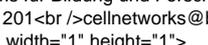




Ruperto Carola für Konzept zum internationalen Forschungsmarketing ausgezeichnet

Ruperto Carola für Konzept zum internationalen Forschungsmarketing ausgezeichnet Marketinginitiative wurde unter Federführung des Exzellenzclusters CellNetworks entwickelt - 75.000 Euro Preisgeld Die Universität Heidelberg ist für ein unter Federführung des Exzellenzclusters CellNetworks entwickeltes Konzept zur Rekrutierung herausragender ausländischer Forscher von der Deutschen Forschungsgemeinschaft ausgezeichnet worden. Sie ist eine von drei Universitäten, die sich erfolgreich an dem DFG-Wettbewerb "Internationales Forschungsmarketing" beteiligt haben. Im Fokus standen dabei Ideen, die die Sichtbarkeit und Attraktivität deutscher Forschung im Ausland steigern und hochqualifizierte Wissenschaftler für Kooperationen oder einen Forschungsaufenthalt in Deutschland gewinnen. Für die Umsetzung der Marketinginitiative "Heidelberg: Top Science Attracts Top Scientists", die die Ruperto Carola mit ihrer hervorragenden Forschungsinfrastruktur als starken Wissenschaftsstandort präsentieren will, steht ein Preisgeld in Höhe von 75.000 Euro zur Verfügung. Der Ansatz des Exzellenzclusters im internationalen Forschungsmarketing ist darauf ausgerichtet, effizient und erfolgreich die besten Forscherinnen und Forscher in den Lebenswissenschaften zu rekrutieren und sie in die Heidelberger Forschungsgemeinschaft einzubinden. Dabei geht es auch darum, das "Arbeitgeberprofil" der Ruperto Carola im Ausland zu schärfen und ihre Stärken offensiv zu kommunizieren. Aufbauend auf den bisherigen Cluster-Aktivitäten sowie einer eigens konzipierten Befragung sollen Informationsveranstaltungen und Werbematerialien angepasst und in den USA erprobt werden. Geplant ist auch die gezielte Einbindung von Heidelberger Alumni, die als Botschafter im Ausland für den Heidelberger Standort aktiv sind. "Unser Konzept zielt auf die Erprobung neuer Maßnahmen, die die internationale Wahrnehmung und Sichtbarkeit der Heidelberger Lebenswissenschaften stärken. Zudem sollen fachspezifische Aspekte einer Arbeitgebermarke entwickelt werden", erläutert Projektleiterin Dr. May-Britt Becker. Die drei prämierten Universitäten konnten mit ihren Ideen ein international besetztes Auswahlgremium von Wissenschaftsmanagern sowie Internationalisierungs-, Kommunikations- und Marketing-Fachleuten überzeugen. Aufbauend auf den entsprechenden Internationalisierungsstrategien berücksichtigen die Konzepte die Besonderheiten und Stärken der jeweiligen Einrichtung. Neben der hohen Qualität der Forschungsmarketingkonzepte waren für die Juryentscheidung außerdem eine zielführende strukturelle Vernetzung verschiedener Akteure sowie die Nachhaltigkeit der Ansätze von Bedeutung. Die Jury verspricht sich von den drei Konzepten auch einen Gewinn für das Standortmarketing Deutschland insgesamt. Die Universität Heidelberg war neben der Universität Erlangen-Nürnberg und der Universität Tübingen in dem DFG-Wettbewerb erfolgreich. Bundesweit hatten sich 21 Hochschulen und Forschungseinrichtungen daran beteiligt. Die drei Preise werden im Rahmen der BMBF-geförderten Kampagne "Research in Germany" aus Sondermitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung finanziert. Kontakt: Dr. May-Britt Becker Exzellenzcluster CellNetworks Telefon (06221) 54-51201 cellnetworks@bioquant.uni-heidelberg.de 

Pressekontakt

Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

69117 Heidelberg

Firmenkontakt

Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

69117 Heidelberg

Seit ihrer Gründung hat die Universität Heidelberg mit Blick auf ihre wissenschaftliche Reputation, ihre intellektuelle Ausstrahlung und ihre Attraktivität für Professoren und Studenten viele Höhen und Tiefen erlebt. Im 16. Jahrhundert entwickelte sich Heidelberg zu einem Zentrum des Humanismus. Martin Luthers Disputation im April 1518 hinterließ nachhaltige Wirkung. In der Folgezeit erwarb sich die Universität ihren besonderen Ruf als Hochburg des Calvinismus. So entstand hier 1563 das bis heute grundlegende Bekenntnisbuch der reformierten Kirche, der "Heidelberger Katechismus". Nach schwierigen, durch Revolutionskriege und finanzielle Miswirtschaft geprägten Jahren wurde die Universität Anfang des 19. Jahrhunderts vom ersten badischen Großherzog Karl Friedrich reorganisiert. Seinen Namen fügte die Universität dem Namen ihres Stifters Ruprecht I. hinzu und nennt sich seither Ruprecht-Karls-Universität.