

**WELCOME
CENTRES**



2. RUNDE

DER WETTBEWERB „WELCOME CENTRES“ 2008

Ergebnisse der zweiten Runde

THE 2008 WELCOME CENTRES COMPETITION

Results of the second round



Alexander von Humboldt
Stiftung/Foundation

Deutsche Telekom Stiftung



Stifterverband
für die Deutsche Wissenschaft

Impressum / Imprint

Postanschrift/Postal Address:

Alexander von Humboldt-Stiftung

Jean-Paul-Straße 12

53173 Bonn

Bundesrepublik Deutschland/Federal Republic of Germany

Tel.: +49 (0)228 833-0

Fax: +49 (0)228 833-199

E-Mail: info@avh.de

Internet: www.humboldt-foundation.de

Alexander von Humboldt-Stiftung

Bonn-Bad Godesberg 2009

Für den Inhalt verantwortlich/Responsible: Dr. Georg Schütte

Konzeption und Text/Concept and text: Dr. Yvonne Blatt

Redaktion/Editorial work: intentionPR, Bonn

Übersetzung/Translation: Dr. Lynda Lich-Knight

Layout: intention Werbeagentur, Bonn – www.intention.de

Druck/Printing: Druck Partner Moser, Rheinbach

Bildnachweis/Photo Credits: Alexander von Humboldt-Stiftung

(S. 1, S. 7, S. 21), Universität Greifswald/Jan Meßerschmidt (S. 8, S. 11 oben),

TU Braunschweig/Andreas Bormann (S. 8, S. 10 oben), Anna Tredota/Uni

Bochum (S. 12), Michael Meinhard (S. 15), Pressestelle der RUB (S. 16 oben),

jardai/modusphoto.com (S. 16 unten), Dr. Thomas Mauersberg (S. 17 oben),

BISS, Bonn International Scholar Services (S. 17 unten), Peter Müller (S. 18 oben),

Helmut Großmann (S. 18 unten), shutterstock (S. 9, S. 10, S. 11)

EINLEITUNG

Wer zu den Besten in seinem Fach zählt, ist heiß begehrt. Das gilt auch in Wissenschaft und Forschung: Hoch qualifizierte Forscher werden weltweit umworben. Am Wettbewerb um die besten Köpfe nehmen auch die deutschen Universitäten teil. Die Attraktivität des Forschungsstandortes hängt dabei nicht nur vom wissenschaftlichen Umfeld und vom Gehalt ab, sondern zunehmend auch von weichen Standortfaktoren. Deshalb sind Investitionen in den Aufbau adäquater Strukturen unerlässlich.

Um hier neue Impulse zu setzen, riefen die Alexander von Humboldt-Stiftung, die Deutsche Telekom Stiftung und der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft 2006 erstmals den Wettbewerb „Welcome Centres für international mobile Forscher“ aus. Ziel dieses „Best-Practice-Wettbewerbes“ ist es, die persönlichen und administrativen Rahmenbedingungen für Spitzenwissenschaftler so komfortabel wie möglich zu gestalten.

Im Juni 2008 wurde der Wettbewerb zum zweiten Mal ausgeschrieben. Auch dieses Mal wurden Universitäten mit neuen, originellen Ideen gesucht, die dazu beitragen sollten, dass sich internationale Wissenschaftler und ihre Familien in Deutschland willkommen und wohl fühlen. „Es ist eine Exzellenzinitiative für die weichen Standortfaktoren“, so der Generalsekretär der Humboldt-Stiftung. Die Unterstützung internationaler Wissenschaftler gilt im harten Wettbewerb um die besten Köpfe als wirkungsvolles Marketinginstrument einer Universität und ist ein wichtiger Baustein ihrer Internationalisierungsstrategie.

Mittlerweile ist die zweite Wettbewerbsrunde abgeschlossen. Wie zuvor wurden auch in dieser Runde die drei Universitäten mit den besten Konzepten ausgewählt und mit einem Preisgeld von jeweils bis zu 125.000 Euro ausgezeichnet.

INTRODUCTION

If you are regarded as one of the best in your field, you are hot property. This is also true for science and research: highly-qualified researchers are sought all over the world. German universities, too, are taking part in the contest for the best brains. What makes one research location more attractive than another is no longer just a question of academic environment and size of salary. Today, soft location factors are also becoming ever more important; which means that investment in creating suitable structures is absolutely essential.

To drive this forward, in 2006, the Alexander von Humboldt Foundation, the Deutsche Telekom Foundation and the Stifterverband für die deutsche Wissenschaft decided to initiate the “Welcome Centres for international researchers” competition. The goal of this best practice competition is to make the general conditions for top researchers as easy as possible, both in personal and administrative terms.

In June 2008, the competition was announced for the second time. And, once again, the target was to find universities with new and original ideas for helping international researchers and their families feel welcome and at home in Germany. “It’s an excellence initiative for soft location factors,” the Secretary General of the Humboldt Foundation commented. Providing support for international researchers is an effective marketing tool for universities in the hard contest for the best brains and an important building block in their internationalisation strategy.

Now the second round has come to an end. And, just as in the first round, the three universities with the best strategies have been chosen. They each receive prize money of up to 125,000 EUR.

ANSICHTEN



„Für internationale Spitzenwissenschaftler wird es zukünftig neben vielen wissenschaftlichen Argumenten noch einen weiteren Grund geben, ihre Forschung an einer deutschen Universität fortzusetzen: die vorzügliche Unterstützung durch Welcome Centres. Mit diesem Markenzeichen erhöhen die Universitäten ihre Attraktivität und signalisieren im Ausland lebenden Forschern: Kommen Sie zu uns, hier können Sie gut arbeiten und gut mit Ihren Familien leben!“

Prof. Dr. Helmut Schwarz, Präsident der Alexander von Humboldt-Stiftung



„Wie die gestiegene Qualität der Anträge in der zweiten Runde verdeutlicht, entfaltet der Wettbewerb eine Signalwirkung. Die Universitäten haben erkannt, dass sie sich mit den Welcome Centres im internationalen Ringen um die besten Köpfe besser positionieren können. Wir freuen uns, dass sich damit die Wettbewerbsfähigkeit des Wissenschaftsstandorts Deutschland vergrößert.“

Dr. Klaus Kinkel, Vorsitzender der Deutschen Telekom Stiftung



„Wir halten es für außerordentlich wichtig, das Engagement deutscher Universitäten in der Gewinnung internationaler Spitzenwissenschaftler zu unterstützen. Mit der zweiten Runde des Wettbewerbs ‚Welcome Centres‘ zeichnen wir deshalb erneut Best-Practice-Beispiele aus und eröffnen den Universitäten die Möglichkeit, von diesen Vorbildern zu lernen. Exzellente Forschung muss durch eine hervorragende Betreuung der internationalen Gäste ermöglicht und erleichtert werden. Wir dürfen aber die Hochschulen bei dieser Aufgabe nicht allein lassen; sie muss letztlich in einer nationalen Strategie eingebunden werden, die langsam unter dem Stichwort ‚Außenwissenschaftspolitik‘ Konturen gewinnt.“

Dr. Arend Oetker, Präsident des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft

VIEWS

“In the future, there will be yet another reason why top international researchers should come to German universities to continue their research, on top of all the scientific arguments: the excellent support they’ll receive from Welcome Centres. This is a hallmark, heightening the appeal of universities and signalling to researchers living abroad that they should come and join us: This is where you can get on with your work and have a good life for your family, too!”

Prof. Dr. Helmut Schwarz, President of the Alexander von Humboldt Foundation

“You can see that the competition is turning into a beacon by the increased quality of the proposals in the second round. Universities have realised that Welcome Centres are one of the ways they can improve their positioning in the international contest for the best minds. We are delighted that this is increasing Germany’s competitiveness as a research location.”

Dr. Klaus Kinkel, Chairman of the Deutsche Telekom Foundation

“We think it’s extremely important to support German universities’ engagement in trying to recruit top international researchers. This is why we are once again rewarding examples of best practice in the second round of the Welcome Centres competition and giving universities the opportunity to learn from these examples. We have to facilitate excellent research by providing top-class support for our international guests. But we can’t leave it all up to the universities themselves; ultimately, it has to be integrated in a national strategy which is gradually taking shape under the heading of ‘international science policy’.”

Dr. Arend Oetker, President of the Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft



DER WETTBEWERB

Die Alexander von Humboldt-Stiftung hat das Programm „Welcome Centres“ gemeinsam mit ihren Partnern, der Deutschen Telekom Stiftung und dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft ins Leben gerufen, um Modelle zu fördern, die zur Nachahmung anregen. Die Idee des Wettbewerbs ist, das Engagement der Universitäten für international mobile Forscher öffentlichkeitswirksam zu prämiieren.

An dem Wettbewerb konnten alle Universitäten in Deutschland teilnehmen. Nach dem Prinzip „von den Besten lernen“ entwickelten die Bewerber Konzepte, mit denen das Ziel verfolgt wurde, international mobile Forscher effizienter zu betreuen und zu unterstützen. Die eingereichten Vorschläge enthielten auch Ideen, die strukturelle Veränderungen an den Universitäten erfordern. Diese Veränderungen tragen dazu bei, die Rahmenbedingungen für die Forschung in Deutschland nachhaltig und positiv zu beeinflussen.

Alle Anträge wurden einer Auswahljury vorgelegt. Die Mitglieder dieser Jury waren Vertreter der beteiligten Organisationen, Wissenschaftler und Experten im internationalen Wissenschaftlerausaustausch. Sie begutachteten auf der Basis eines Kriterienkataloges folgende Aspekte: Ist das Konzept schlüssig und in eine Gesamtstrategie eingebettet? Ist eine klare Ausrichtung auf die Zielgruppe der Forscherinnen und Forscher erkennbar? Schafft es einen Mehrwert über das Bestehende hinaus? Sieht das Konzept eine Vernetzung mit anderen Akteuren vor? Ist es nachhaltig und eignet es sich als „Best-Practice“? Die drei Konzepte, die hierbei am besten abschnitten, wurden mit einem Preisgeld von jeweils bis zu 125.000 Euro ausgezeichnet.

Schon die erste Wettbewerbsrunde im Jahr 2006 war ein großer Erfolg. Damals hießen die Preisträger-Universitäten: Ruhr-Universität Bochum, Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn und Philipps-Universität Marburg. In der zweiten Runde war die Resonanz ähnlich stark. Viele Teilnehmer der ersten Runde haben sich 2008 erneut beworben. Insgesamt wurden 31 Anträge eingereicht. Etwa die Hälfte stellte zum ersten Mal einen Antrag, 17 waren auch im Rahmen der Exzellenzinitiative* erfolgreich.

Die Universitäten verstehen die Welcome Centres inzwischen als einen bedeutenden Faktor in ihrer strategischen Ausrichtung. Sei es, dass sie ihr Welcome Centre als Teil ihrer Internationalisierungsstrategie sehen oder sei es, dass sie es als „Gütesiegel“ betrachten, um die eigene Attraktivität zu erhöhen. Die Universitäten verdeutlichen in ihren Anträgen, dass ihnen der Marketingvorteil, der aus den Welcome

THE COMPETITION

The Alexander von Humboldt Foundation initiated the Welcome Centres Programme together with its partners, the Deutsche Telekom Foundation and the Stifterverband für die deutsche Wissenschaft to promote models that are worth emulating. The idea behind the competition is to reward the universities' engagement for internationally mobile researchers so that it attracts public attention.

Every university in Germany was eligible to take part in the competition. On the principle of “learning from the best” the participants drew up proposals which aimed at improving the efficiency of their service and support for internationally mobile researchers. The proposals submitted also included ideas which require structural changes on the part of the universities. It is changes of this kind that contribute to sustainable and positive improvements in the general conditions for research in Germany.

All the submissions were considered by a jury composed of representatives of the organisations involved, academics, and experts in the international exchange of researchers. They assessed the following aspects on the basis of a list of criteria: Is the proposal coherent and part of an overall strategy? Does it specifically address the target group researchers? Does it provide added value in comparison with existing measures? Does the proposal envisage networking with other actors? Is it sustainable and does it qualify for best practice? Each of the three proposals which achieved the best results was awarded prize money of up to 125,000 EUR.

The first round of the competition, back in 2006, was already an enormous success. The winning universities were Bochum, Bonn and Marburg. The response to the second round was just as positive, and many of the universities which had participated in the first round had another go in 2008. Altogether, 31 proposals were submitted. About half of them were first-time applications, 17 had already been successful in the context of the Excellence Initiative*.

The universities are now viewing the Welcome Centres as a significant factor in their strategic focus, be it as part of their internationalisation strategy or as a “seal of quality” to enhance their appeal. In their proposals the universities make clear that they are aware of the marketing advantage the Welcome Centres represent and want to exploit it in international competition. This is the reason why many applicants make it one of their top priorities to establish or optimise a Welcome Centre. The fact that many of the ideas generated in the first round

* Nähere Informationen zur Exzellenzinitiative auf www.dfg.de

* Visit www.dfg.de for more information on the Excellence Initiative



Centres resultiert, bewusst ist und sie ihn im internationalen Wettbewerb nutzen wollen. Aus diesem Grund erklären viele Antragsteller die Etablierung bzw. Optimierung eines Welcome Centres zur „Chefsache“. Diese Haltung lässt sich zum einen daran erkennen, dass viele Ideen aus der ersten Wettbewerbsrunde bereits ohne Fördergelder aus dem Programm umgesetzt worden sind. Zum anderen zeigt sich das in der hohen Qualität der Anträge. Von fast allen Bewerbern wurde ein Katalog an „Grund-Serviceleistungen“ wie selbstverständlich als Basisangebot betrachtet. Viele Ideen gehen darüber hinaus. Auch die Bereitschaft der Hochschulleitung, das Welcome Centre nach Ablauf einer möglichen Erstförderung weiter zu finanzieren, das heißt die Nachhaltigkeit zu sichern, ist ein Beleg für das strategische Denken der Universitäten.

Darüber hinaus planen – anders als in der ersten Runde – viele Antragsteller ein Qualitätsmanagement und sehen Evaluationen für ihr Welcome Centre vor. Auch die Herausforderungen von Dual-Career-Couples werden bei den Aufgaben von Welcome Centres berücksichtigt. Einige binden sogar die örtliche IHK in die Struktur mit ein, um die Partner der Gastforscher bei der Jobvermittlung besser unterstützen zu können. Die Pläne für lokale und regionale Kooperationen sind umfangreicher geworden. Der Aspekt des Netzwerkbildens nimmt bei den Anträgen der zweiten Runde einen erheblich höheren Stellenwert ein als vorher.

Schon jetzt lässt sich sagen, dass der Wettbewerb „Welcome Centres“ eine enorme Strahlkraft innerhalb Deutschlands und darüber hinaus entwickelt hat.

have already been put into practice without the benefit of funding from the programme is evidence of this, as is the outstanding quality of the proposals. Nearly all the applicants took it more or less for granted that a portfolio of “basic services” should be offered. And many ideas went well beyond this. Furthermore, the willingness of university managements to continue financing the Welcome Centre once the prospective initial sponsorship has come to an end, i.e. to ensure sustainability, is further indication that the universities are thinking strategically.

In addition – and by contrast with the first round – many applicants include quality management and evaluation in their proposals for their Welcome Centres. And they also identify the challenges of dual career couples as one of the tasks of a Welcome Centre. Some even involve the local Chamber of Commerce in order to help guest researchers' partners find employment. Plans for local and regional collaborations have become more comprehensive. The networking aspect plays a considerably more important role in the second round of proposals than it did previously.

So, even at this stage, we can see that the Welcome Centres Competition has become a beacon project, both in Germany and beyond.

PREISTRÄGER 2008

Die Gewinner des Wettbewerbs „Welcome Centres“ sind
(in alphabetischer Reihenfolge des Standorts):

Universität Bayreuth

Technische Universität Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig

Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald

Jede der ausgezeichneten Hochschulen erhält ein Preisgeld von jeweils
bis zu 125.000 Euro.



Universität Bayreuth | Audimax



TU Braunschweig



Universität Greifswald

Mit einer **Belobigung** für ihr Konzept werden gewürdigt:

Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

Universität zu Köln

2008 AWARD WINNERS

The winners of the Welcome Centres Competition are
(in alphabetical order of location):

University of Bayreuth

Technical University Carolo Wilhelmina of Braunschweig

Ernst Moritz Arndt University of Greifswald

Each of the award winning universities is receiving prize money
of up to 125,000 EUR.

The following universities were given a **special commendation**
for their proposals:

Ruprecht Karls University of Heidelberg

University of Cologne

Das Konzept der Universität Bayreuth

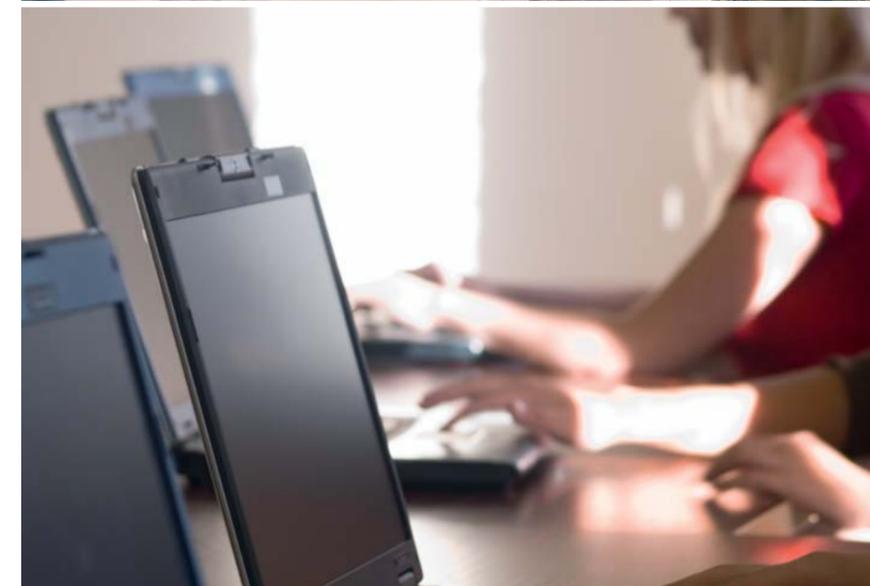
Schon in der ersten Runde des „Best-Practice-Wettbewerbs“ war die Universität Bayreuth erfolgreich und gehörte zu den belobigten Universitäten. Sie konnte ihr Konzept im Vergleich zur ersten Runde optimieren und ist diesmal eine der Gewinner-Universitäten. Ihr Konzept enthält ein ganzes Bündel an Ideen, die anderen Universitäten als Anregung dienen können.

In ihrem Antrag ist das Welcome Centre zentraler Bestandteil der Strategie zur Internationalisierung der Universität Bayreuth. Die Struktur des Welcome Centres steht auf zwei Säulen. Erstens soll das Büro des Welcome Centres eine Service- und Anlaufstelle sein. Das bedeutet, hier werden alle bereits vorhandenen, sehr guten Betreuungsangebote und Informationen gebündelt und koordiniert. Zweitens bietet das Welcome Centre ein virtuelles Portal an. Das Besondere daran ist, dass hierfür eine Datenbank etabliert wird, welche die Anzahl der Gastwissenschaftler und alle wichtigen Informationen zu ihren Projekten und Kooperationspartnern sowie ihren Bedürfnissen erfasst und diese mit einem Meldeverfahren für die Gastinstitute verknüpft. Damit erstellt die Universität Bayreuth eine sichere statistische Grundlage, die vielen Universitäten fehlt. Außerdem optimiert das Welcome Centre die Abstimmungsprozesse und den Informationsaustausch an den Schnittstellen. Synergieeffekte können auf diesem Wege besser realisiert werden. Die Universität will darüber hinaus im Internetportal Webpartnerschaften mit 50 Universitäten im Ausland intensivieren. In der Praxis bedeutet das, dass für jede Partnereinrichtung eine eigene Internetseite erstellt wird. Darauf finden sich Hinweise zu der Partnerschaft sowie Informationen über Forschungs- und Studienmöglichkeiten an der Universität Bayreuth, die inhaltlich auf die an der Partnereinrichtung tätigen Wissenschaftler zugeschnitten sind.

The Bayreuth Proposal

The University of Bayreuth enjoyed considerable success in the first round of the best practice competition, being one of the universities to receive a special commendation. The authors were able to optimise the proposal they had submitted in the first round and, this time, the university is one of the winners. Their strategy comprises a whole bunch of ideas which can inspire other universities.

In the proposal, the Welcome Centre is a central element in the strategy to internationalise Bayreuth University. The structure of the Welcome Centre rests on two pillars. On the one hand, the Welcome Centre office is designed to be a service and contact point where all the really good support measures and information already in existence will be bundled and coordinated. On the other, the Welcome Centre will offer a virtual portal. What is so special about this is that a new database is being established recording the number of guest researchers, important information about their projects and collaborative partners as well as their requirements; and all this is being linked to registration procedures for the host institutes. Bayreuth University is thus creating a reliable statistical base which is missing at many universities. Furthermore, the Welcome Centre will optimise the process of coordination and the exchange of information wherever they intersect. And this is a better way of achieving synergy effects. In addition, the university wants to intensify web partnerships with 50 universities abroad via the Internet portal. This effectively means that a web page will be created for every partner institution. It will contain information about the partnership itself and about research and study opportunities at Bayreuth University tailored to the profile of the academics working at the partner institution.



Das Konzept der Technischen Universität Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig

Auch die Technische Universität Braunschweig gehörte in der ersten Wettbewerbsrunde zu den Belobigten. Viele Ideen aus ihrem ersten Antrag wurden bereits umgesetzt. Jetzt, in der zweiten Runde, gehört Braunschweig zu den Gewinner-Universitäten mit einem beeindruckenden Konzept, das eine Steigerung im Vergleich zur ersten Runde darstellt. Darin wird das Welcome Centre als wichtiger Teil der Internationalisierungsstrategie der Universität gesehen. Das Centre versteht sich als Zentrum, bei dem bestehende Service-Strukturen innerhalb der Einrichtung optimiert und die vielfältigen Angebote koordiniert werden. Zu diesen Angeboten gehören neben den üblichen administrativen und sozialen Leistungen beispielsweise auch eine Karriereberatung für die Gastwissenschaftler oder ein Dual-Career-Service. Mit diesem Service sollen die Partner von Wissenschaftlern aus dem Ausland unterstützt werden, ihre berufliche Tätigkeit auch in Deutschland fortsetzen zu können. Deshalb informiert dieser Service über freie Stellen, bietet Bewerbungstrainings an und berät bei Sprach- und Weiterbildungsangeboten.

Einen besonderen Stellenwert im Spektrum der Angebote nimmt die umfassende fachliche und rechtliche Beratung ein. Dazu sieht das Konzept eine fundierte „Betreuung der Betreuer“ vor, da diese befähigt sein müssen, Fragen u. a. zum Arbeitsrecht, Versicherungsrecht, Steuerrecht oder gar Aufenthaltsrecht beantworten zu können.

Bei dieser umfangreichen Betreuungsaufgabe werden auch externe Partner (wie Unternehmen, Behörden, Vereine, Verbände usw.) aktiv eingebunden. Dazu gehört auch die Kooperation mit regionalen Wirtschaftsunternehmen und Großforschungseinrichtungen, die ihrerseits mit international mobilem Personal arbeiten und an einem fachlichen Austausch interessiert sind.

Darüber hinaus sieht das Konzept ein Qualitätsmanagement vor, um das Beratungs- und Serviceniveau konstant hoch halten zu können.



The Braunschweig Proposal

The Technical University Carolo Wilhelmina of Braunschweig was also one of those to receive a special commendation in the first round of the competition. Many of the ideas in the first proposal have already been put into practice. And now, in the second round, Braunschweig is one of the winners, having submitted an impressive proposal that outshines the first. The Welcome Centre is now an important element in the university's internationalisation strategy. It will function as a centre for optimising existing institutional service structures and coordinating the diverse services on offer. Apart from the usual administrative and social elements, these will include, for example, careers advice for guest researchers and a dual careers service. The latter is designed to help enable the partners of researchers from abroad to continue their careers in Germany. Thus the service offers information on job vacancies and provides application training as well as advice on language training and further education opportunities.

One special feature of the service spectrum is the comprehensive provision of advice on subject-related and legal matters. To this end, the proposal includes sound "mentoring of mentors" so that advisers really are able to answer questions on issues such as employment legislation, insurance law, tax law or even residence law.

External partners (such as companies, authorities, associations, clubs etc.) will also be actively integrated in this extensive mentoring task. One scheme will involve cooperation with regional businesses and major research institutions which themselves work with internationally mobile personnel and are thus interested in an exchange of experiences.

Furthermore, the proposal envisages quality management to maintain a permanently high level of mentoring and service.



Das Konzept der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald

Einen ganz anderen Schwerpunkt setzt die Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald in ihrem Antrag. Ihr Konzept sieht vor, dass das Welcome Centre an der Universität nicht nur zum Knotenpunkt aller Betreuungsleistungen, sondern auch aller Internationalisierungsaktivitäten wird. Dabei konzentriert sich das Konzept nicht allein auf die Universität, sondern bindet zum Wohl der Gastwissenschaftler auch alle Forschungseinrichtungen in Greifswald und Mecklenburg-Vorpommern ein.

Dieser Vernetzungsgedanke wird sogar noch dahin gehend erweitert, dass die Universität auf die alten Strukturen der Hansestadt Greifswald zurückgreifen möchte. So sollen die Internationalisierungsaktivitäten durch Partnerschaften mit Universitäten in Skandinavien, dem Baltikum und Osteuropa ausgebaut werden („Osteuropa-Brücke“). Aus ihrer peripheren Lage in Deutschland macht die Universität damit eine Tugend und will das Welcome Centre zu einem „Leuchtturm der Region“ entwickeln, dessen Strahlkraft auch die mobilen Wissenschaftler aus Osteuropa erreicht.

Darüber hinaus sieht auch dieses Konzept vielfältige Service-Leistungen für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem Ausland für die Zeit vor, während und nach ihrem Aufenthalt in Deutschland vor. Ein besonderes Augenmerk bei der Betreuung der Gastwissenschaftler liegt auf der Integration durch Mentoring. Auffallend ist außerdem das Dual-Career-Angebot, das in Zusammenarbeit mit der IHK geplant ist. Das Qualitätsmanagement soll durch jährliche Evaluierungs-Workshops gesichert werden.

The Greifswald Proposal

Ernst Moritz Arndt University of Greifswald chose a completely different focus for its proposal. The university's Welcome Centre is not only supposed to become a hub of support services but of their entire internationalisation activities. And the strategy does not just concentrate on the university itself: it incorporates all the research institutions in Greifswald and Mecklenburg-Vorpommern for the benefit of the guest researchers.

This networking concept has been developed to an even greater extent, examining the possibilities for exploiting the old structures of the Hanseatic city of Greifswald. This includes extending internationalisation activities by partnerships with universities in Scandinavia, the Baltic States and Eastern Europe ("Bridge to Eastern Europe"). The university is thus turning its location on the periphery of Germany to its advantage and developing the Welcome Centres into a "regional beacon", sending out signals to mobile researchers from Eastern Europe, too.

Furthermore, the proposal also comprises diverse services for researchers from abroad covering the period before, during and after their stay in Germany. One particular focus of the support scheme for guest academics is integration by mentoring, and another striking feature is the dual career service planned in cooperation with the Chamber of Commerce. Quality management will be assured on the basis of annual evaluation workshops.





VORBILDICHE IDEEN aus allen Konzepten

In dieser Runde haben 31 Universitäten Anträge eingereicht und viele gute Ideen entwickelt, wie sie ein Welcome Centre gestalten würden. Ein dezidiertes Ziel des Programms besteht in der Schaffung von „Best Practice“ und der Einladung zur Nachahmung. Aus diesem Grund sind im Folgenden Ideen aus allen Anträgen zusammengefasst. Mit dieser Darstellung ergänzen wir die Sammlung von Anregungen aus der ersten Wettbewerbsrunde (veröffentlicht in der Vorgängerbroschüre).

Viele Universitäten haben in ihren Anträgen dokumentiert, wie hoch sie die Bedeutung eines Welcome Centres in ihrem Hause einschätzen. Ein solches Centre wird häufig im Umfeld eines International Office angesiedelt oder der Forschungsabteilung angegliedert. In fast allen Fällen erfährt das Zentrum eine enge Anbindung an die Universitätsleitung.

EXEMPLARY IDEAS from all the proposals

In this round, 31 universities submitted proposals and thought up lots of good ideas for their potential Welcome Centres. One of the overriding objectives of the programme is to create best practice models which invite emulation. That is why we have summarised ideas from all the proposals in the following. In doing so, we are extending the collection of ideas from the first round of the competition (published in the previous brochure).

In their proposals, many universities have demonstrated how important they consider a Welcome Centre to be for their institution. The Centres are often located near the International Office or integrated in the research department. In almost every case the Centre has close links to the university leadership.

Die Aufgaben eines Welcome Centres sind facettenreich.

- Zunächst ist das Welcome Centre eine der **ersten Anlaufstellen** für Gastwissenschaftler aus dem Ausland, für deutsche Forscher, die ins Ausland gehen wollen oder für solche, die zurückkehren. Die Kontaktaufnahme kann durch einen persönlichen Besuch in dem Zentrum erfolgen, ist häufig aber auch virtuell möglich. Einige Universitäten bieten darüber hinaus eine 24-Stunden-Notrufnummer auf Englisch oder einen Empfang am Haupteingang des Campusgeländes an, der rund um die Uhr besetzt ist.
- Diese erste Anlaufposition nutzen einige Universitäten als **Melde-stelle**. Die ausländischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler können sich mittels eines Online-Formulars direkt auf der Startseite des Portals anmelden oder über einen Fragebogen, der speziell für das gastgebende Institut entwickelt wurde. Die Anmeldung wird in einer Datenbank erfasst. Die Universität erhält damit einen Überblick über die Anzahl der anwesenden bzw. zu erwartenden Gastforscher sowie deren Kontaktdaten, die sie für Serviceangebote – beispielsweise für Einladungen und Empfänge – nutzen kann. Dem Online-Formular hängt ein Fragenkatalog an, den die Gastwissenschaftler auf freiwilliger Basis beantworten können. Dieser soll dem Team des Welcome Centres helfen, das Serviceangebot optimal auf die Bedürfnisse der Gäste abzustimmen.
- Im **Service-Centre** erhalten die Wissenschaftler wichtige und hilfreiche Informationen und Angebote für die Zeit vor, während und nach ihrem Aufenthalt. Dazu zählen u. a. die Beratung bei rechtlichen Fragestellungen, Beistand bei administrativen oder sozialen Fragen (auch zum Alltagsleben) sowie die Unterstützung für Familienangehörige. Vor allem der Aspekt Dual Careers wird in den Konzepten betont. So sehen viele Universitäten vor, den Forschenden sowie deren Partnern mit Karriereberatung, Bewerbertrainings und bei der Vermittlung persönlicher oder Wissenschafts-Coachings zur Seite zu stehen. Auch an eine Förderberatung (Drittmittelbeantragung, Anschlussfinanzierung) ist gedacht. Diese Serviceleistungen werden durch zahlreiche Angebote ergänzt. Einige Beispiele: Orientierungsvideo, interaktiver Uniplan (Verzeichnis aller wichtigen Einrichtungen) mit Podcasts, Empfangstafel in den Gästehäusern mit Fotos des jeweiligen Gastes, Datenbank mit fremdsprachigen Ärzten, Vermittlung von fremdsprachigen Babysittern, Car-Sharing-Gutscheine, Fahrradpool, Mobiltelefon mit Prepaid-Karte, vergünstigtes Monatsticket, Copycard und vieles mehr.
- Um der Dienstleistungsaufgabe gerecht zu werden, arbeitet das Welcome Centre mit vielen lokalen und regionalen Organisationen und Institutionen zusammen. So gibt es beispielsweise Kooperationen mit

The multifarious tasks of a Welcome Centre

- To begin with, the Welcome Centre is the **contact point** for guest researchers from abroad, for German researchers who want to go abroad and for those who are returning to the country. They can make contact by visiting the Centre personally but they can usually do so online, too. On top of this, some universities provide a 24-hour emergency phone number in English or a desk at the main entrance to the university campus which is manned round the clock.
- Some universities use this initial contact point as a **registration office**. Foreign researchers can fill in an online form on the homepage to register directly or complete the university's own dedicated questionnaire. Registration is recorded in a database. This gives the university an overview of the number of guest researchers present or expected which can be utilised for services like circulating invitations and arranging receptions. A list of questions is attached to the online form which the guest researcher is asked to complete on a voluntary basis. The objective is to help the Welcome Centre team tailor their services to the needs of their guests.
- At the **service centre** researchers are given important and helpful information and offers for the period before, during and after their stay. This covers areas such as advice on legal matters, support in tackling administrative or social issues (including everyday ones) and assistance for members of the family. Many proposals place particular emphasis on the issue of dual careers. Thus many universities propose to offer researchers and their partners careers advice and application training as well as helping them to access personal and academic coaching. They have also included funding advice (third party funding applications, follow-up financing). In addition to services of this kind, there is a whole range of things on offer, such as an orientation video, an interactive plan of the university (listing of all important institutions and facilities) with podcasts, a reception board at guest houses with photos of new guests, a database of doctors who speak foreign languages, a foreign language baby-sitting service, car-sharing vouchers, a bicycle pool, a pre-paid mobile phone, a discounted season ticket, a copycard and much, much more.
- In order to fulfil its service function the Welcome Centre works together with a host of local and regional organisations and institutions. For example, collaboration is foreseen with municipal authorities, bilingual schools, chambers of commerce and so on. All the information and offers from the university as well as from other institutions are channelled through the Welcome Centre where they are pooled and coordinated for researchers. In this way the Welcome Centre turns into an **intersection and coordination point**.

der Stadt, mit bilingualen Schulen, der IHK u.a. Alle Informationen und Angebote sowohl der Universität als auch anderer Einrichtungen laufen im Welcome Centre zusammen, werden gebündelt und für die Wissenschaftler koordiniert. Demzufolge ist das Welcome Centre auch eine **Schnitt- und Koordinierungsstelle**.

- An einigen Universitäten wird das Welcome Centre für die Wissenschaftler auch zu einem **Begegnungszentrum**, wo sie sich mit anderen Gast- oder heimischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern austauschen oder Kontakte zu Akteuren außerhalb der Universität knüpfen können. Dies ist insbesondere dann möglich, wenn Verbindungen zur Wirtschaft und deren Organisationen bestehen. An einigen Universitäten können sich die Wissenschaftler auch auf Internet-Plattformen austauschen.
- Viele Konzepte beschreiben das Welcome Centre als **Netzwerk-instrument**. Einige sehen eine Vernetzung auch mit anderen Universitäten oder Forschungseinrichtungen (z. B. Max-Planck-Institute) vor, z. B. indem sie auch Gastwissenschaftler anderer Institutionen unterstützen oder gemeinsame Veranstaltungen planen. Die Vernetzung kann sich auf eine Stadt oder eine Region beziehen, kann aber auch virtuell in Form von Webpartnerschaften erfolgen und auf diese Weise bestehende Beziehungen festigen.

Von den genannten Aufgaben profitieren die Gastwissenschaftler und ihre Familien. Die Welcome Centres nehmen aber auch Aufgaben wahr, deren Nutzen und Wirkung darüber hinausgehen und gewissermaßen eine übergeordnete Ebene ansprechen. Dadurch ergeben sich auch Vorteile für die Universität selbst.

- Das Welcome Centre soll zu einem **Leuchtturm** mit nationaler und internationaler Ausstrahlungskraft werden und die Universität im Werben um exzellente ausländische Wissenschaftler unterstützen bzw. im Rekrutierungsverfahren mitwirken.
- Die Universitäten nutzen ein hauseigenes Welcome Centre, um Strukturen, Beratungsprozesse und -angebote zu verbessern und zu zentralisieren. Das Welcome Centre wird damit zu einem **Selbstoptimierungsinstrument**.
- Werden all diese Vorhaben bestmöglich umgesetzt, wirkt das Welcome Centre als **Qualitätssiegel** einer Universität.
- Die Universität setzt das Welcome Centre für ihre Außenwirkung ein und nutzt es wie eine Visitenkarte als **Marketinginstrument**.

- At some universities the Welcome Centre becomes a **meeting place** for researchers where they can exchange ideas with other researchers from home or abroad or make contacts with partners outside the university context. This is made easier if there are links to business and business-related organisations. At some universities researchers can communicate via Internet platforms.

- Many proposals describe the Welcome Centre as a **networking tool**; some envisage networking with other universities or research establishments (such as Max Planck Institutes) by supporting guest researchers from other institutions, too, or planning joint events. Networking may apply to a town or region but it may also take the form of virtual web partnerships and consolidate existing contacts in this way.

Guest researchers and their families benefit from these activities directly. But Welcome Centres also pursue activities, the use and effect of which go beyond this and, to a certain extent, address a higher level. This brings about many advantages for the university itself.

- The Welcome Centre should be a **beacon** shining its light nationally and internationally, supporting the university in its campaign to attract excellent researchers from abroad and playing its role in recruitment procedures.
- The universities use Welcome Centres to improve and centralise their structures and the advisory methods and services they have on offer. The Welcome Centre thus becomes a **self-optimising tool**.
- If all these proposals are put into practice in the best possible way the Welcome Centre becomes a **seal of quality** for the university.
- The university exploits the Welcome Centre for its public image and uses it like a visiting card as a **marketing instrument**.

ERFOLGSMODELLE AUS DEM JAHR 2006 Gewinner der ersten Runde arbeiten Hand in Hand

SUCCESS MODELS OF 2006 First-round winners work hand in hand

Zurzeit arbeiten die Repräsentantinnen der drei Gewinner-Universitäten aus der ersten Runde – Bochum, Bonn und Marburg – gemeinsam an einem Handbuch. Es richtet sich an ausländische Wissenschaftler sowie an die Fachbereiche und Institute der drei Universitäten. Neben allgemeinen Hinweisen zu Formalitäten und zum Alltagsleben in Deutschland wird es auch Raum lassen für individuelle Besonderheiten der jeweiligen Universität. Die Veröffentlichung ist für das Jahr 2009 geplant. Das Handbuch soll auch als Anregung für andere Hochschulen dienen.

Currently, representatives of the three universities that won the first round – Bochum, Bonn and Marburg – are cooperating to produce a reference book. It targets both the foreign researchers themselves as well as the departments and institutes at the three universities. Apart from general information on formalities and everyday life in Germany it will include space for special information relating to each individual university. It is due to be published in 2009. The guide will provide stimulating reading for other universities, too.





Ruhr-Universität Bochum

„Wenn wir heute in die elegante Lounge für ausländische Wissenschaftler mitten auf dem Campus der Uni Bochum gehen und dort Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus unterschiedlichsten Ländern treffen, die Cappuccino trinken und miteinander ins Gespräch kommen, dann sind wir stolz, so weit gekommen zu sein. Demnächst können Gastwissenschaftler auch ihre Kinder dorthin mitbringen, da eine kleine Kinderecke zum Spielen einlädt. Dank unserer neuen Datenbank wissen wir nun auch endlich, welche internationalen Gäste an welchem Institut forschen oder lehren. Die hauptamtlichen Ansprechpartner für unsere internationalen Gäste wie auch die studentischen Tutoren des Welcome Centres haben durch gezielte Schulungen und durch interkulturelle Trainings noch mehr Kompetenz gewonnen, um unsere Gäste insbesondere direkt bei der Anreise, aber auch in späteren Phasen ihres Aufenthaltes optimal zu unterstützen.“

Monika Sprung,
Leiterin des International Office, Ruhr-Universität Bochum

Ruhr University of Bochum

“Whenever we go into the elegant foreign researchers’ lounge right in the middle of the Bochum uni campus and meet the researchers from so many different countries drinking cappuccino and chatting to each other, we’re really proud of what we’ve achieved. Soon, guest researchers will be able to bring along their children, too, as we’re setting up a play area. Thanks to our new database we now at last know which of our international guests is researching or teaching at which institute. Both the permanent staff and the student tutors at the Welcome Centre have taken part in special courses and intercultural training sessions which have made them even more competent to support our guests, particularly when they first arrive, but also later on during their stay.”

Monika Sprung,
Head of the International Office, Ruhr University of Bochum



Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

„An prominenter Stelle in Bonn angesiedelt, haben wir eine Anlaufstelle geschaffen, durch die wir nicht nur Wissenschaftler aus dem Ausland unterstützen, sondern auch deren wissenschaftliche Betreuer in den Instituten. Darüber hinaus schulen wir deren Sekretariate und stehen ihnen hilfreich zur Seite. Unser Welcome Centre ist sowohl innerhalb der Universität als auch mit Partnereinrichtungen in Bonn inzwischen gut vernetzt und die Zusammenarbeit erfolgreich etabliert: So organisierten wir zum Beispiel mit dem Ausländeramt und lokalen Forschungseinrichtungen eine Veranstaltung zur neuen Forscherrichtlinie und gemeinsam mit der Deutschen Rentenversicherung eine Informationsveranstaltung und Beratungstage für ausländische Wissenschaftler zum Thema Rentenversicherung.“

Tina Odenthal, Bonn International Scholar Services

Rheinische Friedrich Wilhelms University of Bonn

“We have located our contact point in a prominent location in Bonn where we not only support researchers from abroad but their academic mentors at the institutes, too. We also run courses for the institutes’ administrative staff and help them out wherever necessary. Our Welcome Centre is now well networked both within the university and with partner institutions in Bonn and we are working together successfully: we organised an event on the new Researcher Directive together with the Immigration Office and local research institutions, for example, and we also ran an information event and advisory days for foreign researchers on the topic of pension schemes together with the German Pension Fund.”

Tina Odenthal, Bonn International Scholar Services



Philipps-Universität Marburg

„Durch die Einrichtung des Welcome Centres haben wir unser Konzept einer standardisierten und dennoch persönlichen Betreuung umgesetzt – vor allem auch durch und in Zusammenarbeit mit den einzelnen zuständigen Behörden der Stadt und des Landkreises Marburg. Unser Netzwerk von Emeriti, die uns bei der sozialen Einbindung der Wissenschaftler aus dem Ausland unterstützen, trifft sich inzwischen regelmäßig. Die Zusammenarbeit mit den anderen Welcome Centres ist eng: Wir treffen uns mehrmals im Jahr und tauschen uns über unsere Erfahrungen aus. Auch aus dem Ausland erhalten wir inzwischen Besuch von Hochschulvertretern, die sich das Erfolgsmodell ‚Welcome Centres‘ aus der Nähe anschauen möchten.“

Petra Kienle, Leiterin des Referats für Internationale Beziehungen

Philipps University of Marburg

“By setting up a Welcome Centre we have managed to fulfil our aim of providing support which is standardised, yet still personal – particularly by collaborating with the various municipal and regional authorities involved in Marburg and vicinity. Our emeritus network, which helps researchers from abroad to integrate on a social level, now meets regularly. There is close cooperation with other Welcome Centres: we get together several times a year and discuss our experiences. We are even starting to get visits from representatives of foreign universities who want to take a closer look at the success model: Welcome Centre.”

Petra Kienle, Head of the International Relations Department

AUSGEWÄHLTE PRESSESTIMMEN

Hotel Alma Mater

„Spitzenforscher sind weltweit begehrt. Sie erwarten nicht nur gute Arbeitsbedingungen, sondern auch Service. Welcome Centres nach US-Vorbild helfen nun auch hier bei Visaanträgen und Wohnungssuche [...] In anderen Ländern werden gute Wissenschaftler von professionellen Headhuntern und großen Abteilungen in den Hochschulen umworben. ‚Hier muss Deutschland aufholen.‘“

Von Carina Kamps, Financial Times Deutschland, 5. November 2008

Finanzielle Belohnung für gute Betreuungsideen

„Gute Betreuungsideen des Akademischen Auslandsamtes der Universität Bayreuth werden in den kommenden 18 Monaten mit bis zu 125.000 Euro belohnt. [...] ‚Das ist eine Riesenauszeichnung für unsere international agierende, forschungsorientierte und weltoffene Universität‘, sagte Dr. Heinz Pöhlmann, der Leiter des Akademischen Auslandsamtes. Man sei schon in der ersten Runde belobigt worden und auch durch das gute Alexander von Humboldt-Ranking angespornt worden, mit dem Team von Professoren, Studenten und Mitarbeitern des Auslandsamtes nochmals einen Antrag zu stellen.“

Nordbayerischer Kurier, 28. Oktober 2008

Offen für die Welt der Wissenschaft

„Braunschweig ist offensichtlich ein gutes Pflaster für ausländische Forscher. Das finden zumindest Vertreter der Humboldt-Stiftung, der Deutschen Telekom Stiftung und des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft. Die Jury kürte die TU Braunschweig im Wettbewerb um weltoffene Universitäten neben Greifswald und Bayreuth zu den drei Besten in Deutschland.“

Von Frank Joung, Braunschweiger Zeitung, 24. Oktober 2008

Stiftungen finanzieren „Welcome Centre“ an Uni

„Mit einem ‚Welcome Centre‘ wollen die Universität und Forschungseinrichtungen in Greifswald Wissenschaftler aus dem Ausland bei der Vorbereitung eines Forschungsaufenthaltes in der Hansestadt helfen. [...] Ziel sei es, die Internationalisierungsbemühungen zu stärken und die Mobilität von Wissenschaftlern zu fördern.“

Ostsee-Zeitung, 23. Oktober 2008

Wissenschaft auf Reisen | Bochum, Bonn und Marburg gewinnen Wettbewerb für weltoffene Universitäten

„Während die Betreuung ausländischer Studenten straffer organisiert ist, läuft der Service bei Gastwissenschaftlern wenig koordiniert. Meist ist er einzelnen Instituten überlassen und es ist für den Forscher Glückssache, ob und wie gut man sich seiner annimmt. Das soll anders werden. Marburg will emeritierte Professoren als Paten gewinnen. In Bochum will die Universität nicht nur bei der Suche nach Wohnung oder Schule helfen, sondern die Gäste stärker für Begegnungen mit Studenten gewinnen. [...] In Bonn wird eine Stelle für das ‚Welcome Centre‘ geschaffen, geplant ist eine Kooperation mit dem Max-Planck-Institut für Mathematik.“

Von Tanjev Schultz, Süddeutsche Zeitung, 25. Oktober 2006

SELECTED PRESS COVERAGE

Hotel Alma Mater

“Cutting-edge researchers are hot property. They not only expect good working conditions but service as well. Welcome Centres on the US model are now helping with visa applications and finding accommodation here, too. [...] In other countries good researchers are headhunted by professional companies and huge departments at universities. ‘Germany has a lot of catching up to do.’”

Carina Kamps, Financial Times Deutschland, 5 November 2008

Financial reward for good ideas

“The Foreign Students’ Office at Bayreuth University has had good ideas about how to support researchers and will receive up to 125,000 EUR in the next 18 months to do so. [...] ‘This is an enormous honour for our internationally active, research-oriented, cosmopolitan university,’ the head of the Foreign Students’ Office, Dr. Heinz Pöhlmann, commented. The university received a special commendation in the first round and was also encouraged by the high place it achieved in the Alexander von Humboldt Foundation’s rankings to activate its team of professors, students and staff at the Foreign Students’ Office to submit another application.”

Nordbayerischer Kurier, 28 October 2008

Open to the world of research

“Braunschweig is obviously a good place for foreign researchers. At least, that is the conclusion the representatives of the Humboldt Foundation, the Deutsche Telekom Foundation and the Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft came to. In the competition for cosmopolitan universities the jury chose the Technical University of Braunschweig along with Greifswald and Bayreuth as the best in Germany.”

Frank Joung, Braunschweiger Zeitung, 24 October 2008

Foundations finance Welcome Centre at uni

“The university and other research institutions in Greifswald want to help researchers from abroad to prepare their research stay in the Hanseatic city by establishing a Welcome Centre. [...] The aim is to consolidate internationalisation measures and promote the mobility of researchers.”

Ostsee-Zeitung, 23 October 2008

Science on the road | Bochum, Bonn and Marburg win the competition for cosmopolitan universities

“While support for foreign students is fairly structured, services for guest researchers tend to be less coordinated. It is usually left up to the individual institutes, and then it is just a matter of luck whether anyone bothers with the researcher or not. This is all supposed to change. Marburg wants to turn professors emeriti into mentors. In Bochum the university is not only going to help find accommodation and schools but encourages their guests to have more contact with students as well. [...] In Bonn a special place is being created for the Welcome Centre, probably in cooperation with the Max Planck Institute for Mathematics.”

Tanjev Schultz, Süddeutsche Zeitung, 25 October 2006

DIE RESONANZ AUF DEN WETTBEWERB oder „Es gibt nur Gewinner“

Als einen „Segen“ bezeichneten viele Universitäten den Wettbewerb – selbst wenn ihre Konzepte nicht prämiert wurden. Viele berichteten, dass die Aussicht auf einen möglichen Gewinn in Höhe von bis zu 125.000 Euro für den Aufbau oder die Weiterentwicklung eines Welcome Centres eine impulsgebende Wirkung hatte. Für manche war es der erste Anstoß, sich mit diesem Thema auseinander zu setzen. Anderen half der Wettbewerb, die Diskussionen innerhalb der Universität voranzubringen und auf Defizite aufmerksam zu machen. Vor allem erforderte das enge Zeitfenster ein schnelles und effizientes Zusammenarbeiten, um die mit dem Wettbewerb verbundenen Chancen zu nutzen. Für viele Universitäten war er deshalb eine willkommene Gelegenheit, ein Konzept zu entwickeln, das universitäre Strukturen optimiert, Betreuungsangebote bündelt und die Internationalität steigert.

Aus dem Best-Practice-Gedanken resultiert eine Konkurrenz, die von den teilnehmenden Universitäten als positiv empfunden wurde. Mit der Motivation „besser sein zu wollen“ schaffe sich jede Universität letztlich einen eigenen Vorteil im internationalen Wettbewerb. Die auch mit Best-Practice verbundene Idee, von den Besten zu lernen, hat sich ebenfalls bestätigt: Mehr als 100 Vertreterinnen und Vertreter von Hochschulen in Deutschland nahmen an den Veranstaltungen teil, bei denen die Gewinner der ersten Runde über ihre Erfahrungen berichteten. Vergleichbare Kontexte für die Weitergabe von Erfahrungen soll es auch für die zweite Runde geben.

Das wettbewerbliche Prinzip des „Sich-Miteinander-Messens“ sei außerdem ein gutes Beschleunigungsinstrument, um Veränderungen zu erreichen. So berichten viele Universitäten, dass der Wettbewerb das Denken der Hochschulleitungen beeinflusst habe. Trotz der Enttäuschung, nicht gewonnen zu haben, wollen viele Universitäten ihr Konzept nun auch ohne eine Förderung umsetzen – wenngleich nicht alle Vorhaben und auch nicht in der ursprünglich angedachten Tiefe verwirklicht werden können. Dennoch halte man an der Idee fest, die Rahmenbedingungen für internationale Gastwissenschaftler zu verbessern. Das Wissen um die Bedeutung weicher Standortfaktoren als wichtiges Erfolgskriterium im internationalen Wettbewerb der Hochschulen setzt demnach auch einen Paradigmenwechsel an den Universitäten in Gang.

Die erfreuliche Resonanz kommt aber nicht nur von den teilnehmenden Universitäten. Auch die eigentlichen Nutznießer – nämlich die Gastwissenschaftlerinnen und Gastwissenschaftler der bereits etablierten

RESPONSES TO THE COMPETITION or “Everyone’s a winner”

Many universities described the competition as a “blessing” – even if their proposals were not chosen. Many reported that the prospect of winning as much as 125,000 EUR to establish or develop a Welcome Centre had proved inspirational. In some cases, it was what had made them start thinking about the topic in the first place. Others claimed the competition had helped them drive forward discussions within the university and draw attention to deficits. Above all, the tight time-limit had made it essential to work together quickly and efficiently in order to make use of the opportunities presented by the competition. Thus, for many universities, it was a welcome chance to develop a strategy to optimise university structures, pool support services and enhance internationality.

The concept of best practice resulted into a competition which the universities that participated considered to be a good idea. The motivation of “wanting to be better” meant that in the final analysis every university created a competitive edge for itself in the international contest. The idea of learning from the best, that is linked with the idea of best practice, also proved its worth: more than 100 representatives of universities in Germany took part in the events at which the winners of the first round reported on their experiences. There will be similar opportunities to share experiences in the second round, too.

The competitive principle of “pitting yourself against others” was also a good way of speeding up the process of introducing change. Thus many universities report that the competition had influenced thinking at the level of university leadership. In spite of their disappointment at not having won, a lot of universities want to put their proposals into practice even without funding – although they will not necessarily be able to realise all the projects or go into as much depth as they had originally intended. But they are all holding fast to the idea of improving the general conditions for international guest researchers. This goes to show that their awareness of the importance of soft location factors as a criterion for success in international academic competition is bringing about a paradigm shift at universities.

However, it was not only the universities that responded so positively. The real beneficiaries – namely the guest researchers who have benefited from the Welcome Centres set up in 2006 – have not been slow to express their satisfaction with the service provided by the Welcome Centres either. They were pleased with the support that they and their



Welcome Centres von 2006 – dokumentieren in vielen schriftlichen und mündlichen Äußerungen, wie zufrieden sie mit der Betreuung durch die Welcome Centres sind. Die Unterstützung, die sie und ihre Familien erfahren haben, empfanden sie als sehr angenehm; sie habe ihnen den Aufenthalt und das Alltagsleben in einem fremden Land und in einer fremden Stadt erleichtert. Somit konnten sie sich frei von Belastungen auf ihre Forschungsarbeit konzentrieren. Diese positive Einschätzung beginnt sich langsam herumzusprechen. Wie von den Welcome Centres der ersten Wettbewerbsrunde zu hören ist, gibt es zunehmend Anfragen von Universitäten auch aus anderen Teilen der Welt, die sich an den Erfolgsmodellen orientieren wollen.

Angesichts dieser erfreulichen Entwicklung darf man den Welcome Centres, die gerade eingerichtet werden, gratulieren und sowohl ihnen als auch allen anderen weiterhin viel Erfolg wünschen.

Es ist also kein Wunder, wenn die Hochschulen sehr motiviert sind und an der Fortsetzung des Programms großes Interesse haben. Eine der meist gestellten Fragen, ob es eine dritte Runde geben wird, kann derzeit noch nicht beantwortet werden. Tatsache ist aber, dass nach wie vor ein Bedarf besteht, die Rahmenbedingungen des Forschungsstandortes Deutschland zu optimieren – die Welcome Centres sind ein Baustein.

families received; it had made their stay in a foreign country and their everyday life there much easier. As such, they had been able to forget about everything else and concentrate on their research. Word is beginning to get round about such a positive assessment. The Welcome Centres from the first round have reported that they are receiving ever more enquiries – also from universities in other parts of the world – interested in emulating their success models.

Against the backdrop of these gratifying developments we should like to congratulate the Welcome Centres which are just being established and wish them and all the others every success in the future.

It is hardly surprising that the universities are highly motivated and, indeed, very interested in the continuation of the programme. One of the most frequently asked questions is whether there will be a third round, and this is one we cannot answer at present. It is, however, certain there is still a genuine need to optimise the general conditions of Germany as a research location. The Welcome Centres are certainly one of the ways of doing so.



Alexander von Humboldt
Stiftung/Foundation

Die Alexander von Humboldt-Stiftung

Die Alexander von Humboldt-Stiftung ist eine gemeinnützige Stiftung zur Förderung der internationalen Forschungskooperation, errichtet von der Bundesrepublik Deutschland. Sie ermöglicht hoch qualifizierten ausländischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern langfristige Forschungsaufenthalte in Deutschland und unterstützt die sich daraus ergebenden wissenschaftlichen und kulturellen Verbindungen. Die Alexander von Humboldt-Stiftung fördert ein aktives Netzwerk von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern weltweit. Individuelle Betreuung während des Deutschlandaufenthalts sowie dauerhafter Kontakt zu den Gastwissenschaftlern sind seit 1953 Markenzeichen der Humboldt-Stiftung.

Mehr Informationen: www.humboldt-foundation.de

The Alexander von Humboldt Foundation

The Alexander von Humboldt Foundation is a non-profit foundation, constituted by the Federal Republic of Germany, to promote international research cooperation. It enables highly qualified foreign scientists and scholars to spend extended periods working on research in Germany and supports the academic and cultural ties resulting from these stays. The Alexander von Humboldt Foundation sponsors an active network of researchers throughout the world. Support for the individual during the stay in Germany and long-term contact to its guest researchers have been one of the hallmarks of the Humboldt Foundation since 1953.

Visit www.humboldt-foundation.de for more information

Deutsche Telekom Stiftung



Die Deutsche Telekom Stiftung

Die Deutsche Telekom Stiftung engagiert sich für eine Verbesserung der Bildung in den Bereichen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik. Sie setzt sich dabei gleichermaßen für die Basis- wie für die Spitzenförderung ein und arbeitet entlang der Bildungskette in vier Themenschwerpunkten: Im Bereich Frühe Bildung kooperiert sie unter dem Motto „Früh übt sich...“ mit Kindertageseinrichtungen und Grundschulen. „Begeisterung macht Schule“ ist die Überschrift für die Stiftungsprojekte an weiterführenden Schulen. Gemeinsam mit ausgewählten Hochschulen will die Stiftung „Bildung auf die Spitze treiben“. Wie spannend Wissenschaft sein kann oder wie wichtig Innovationen für die Zukunft sind, zeigt die Stiftung in ihrem vierten Programmbereich „Innovation“. Unter der Überschrift „Neues wagen“ will sie dazu beitragen, öffentliches Bewusstsein und Interesse für diese Themen zu wecken, Vorbehalte abzubauen und den Dialog mit Politik und Öffentlichkeit zu fördern.

Mehr Informationen: www.telekom-stiftung.de

The Deutsche Telekom Foundation

The Deutsche Telekom Foundation campaigns for improvements in education in the fields of mathematics, informatics, natural science and technology. It is equally committed to grass-root and cutting-edge funding and works along the educational chain in four focus areas: In early learning it cooperates with day-care facilities and primary schools (“Start young!”) and runs motivational programmes under the heading “Enthusiasm is catching on” at secondary level. In “Advancing advanced education” the foundation promotes academic education in collaboration with selected universities. And the fourth focus area “From start to finish” investigates how exciting science can be and how important innovations are for the future. Under the heading “Explore new paths” the foundation also contributes to awakening public awareness and interest in these topics, breaking down reservations and promoting dialogue between politics and the public.

Visit www.telekom-stiftung.de for more information

Stifterverband
für die Deutsche Wissenschaft

Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft entwickelt Förderprogramme und unterstützt Initiativen, die exemplarisch zur Lösung von strukturellen Problemen in Hochschule und Wissenschaft beitragen. Der Stifterverband versteht sich als unkonventionelle Ideenschmiede in einem überbürokratisierten Wissenschaftssystem. Er vereint rund 3.000 Unternehmen, Unternehmensverbände und Privatpersonen. Für seine Programme stehen dem Stifterverband im Jahr rund 30 Millionen Euro an gemeinnützigen Spenden zur Verfügung. Als Treuhänder betreut er eine stetig wachsende Zahl privater Stiftungen, derzeit rund 360 mit einem Stiftungskapital von 1,7 Milliarden Euro und einer jährlichen Fördersumme von über 100 Millionen Euro.

Mehr Informationen: www.stifterverband.de

The Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

The Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft develops funding programmes and supports exemplary initiatives which contribute to solving the structural problems of universities and academia. The Stifterverband sees its role as an unconventional think tank in an over bureaucratized science system. It amalgamates some 3,000 companies, business associations and private individuals. For this purpose it receives approx. 30 million EUR per annum in the form of donations. It acts as trustee for a continually growing number of private foundations, currently some 360, with endowment funds of 1.7 billion EUR and an annual funding amount of more than 100 million EUR.

Visit www.stifterverband.de for more information



