

**Information  
zur Antragstellung 119**

**Wissenschaftskommunikation hoch drei  
- Zentren für Wissenschaftskommunikationsforschung**

**Stichtag: 04.09.2020 12:00 Uhr MEZ**

- I. **Zielsetzung**
- II. **Förderangebot**
- III. **Rahmenbedingungen**
- IV. **Antrags- und Auswahlverfahren**
- V. **Hinweise zur Antragstellung**
- VI. **Auskunft**

## I. Zielsetzung

Wissenschaftliche Erkenntnisse verändern die Welt, in der wir leben, und bilden die Grundlagen für Entscheidungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Neue Medien und die Digitalisierung in allen Lebensbereichen beeinflussen auch das Diskursverhalten. Die Frage, wie Wissenschaft in der Gesellschaft gesehen und verhandelt wird, bedarf einer Revision gängiger Modelle und Praktiken der Wissenschaftskommunikation. Der zunehmende Wunsch aus Teilen der Bevölkerung nach Partizipation an wissenschaftlichen Entscheidungsverfahren, Zweifel an der Gemeinwohlorientierung, Verlässlichkeit und Unabhängigkeit wissenschaftlicher Forschung sowie das verstärkte Aufkommen wissenschaftsskeptischer Ansichten und Elitenkritik in den sozialen Medien stellen beispielhafte Herausforderungen für die Wissenschaftskommunikation heute und morgen dar.

Vor diesem Hintergrund wird die Bedeutung von Wissenschaftskommunikation von verschiedenen Akteur(inn)en aus Politik, Wissenschaft und Öffentlichkeit immer wieder betont. Viele Wissenschaftler(innen) und andere Stakeholder sind bereits aktiv in der Wissenschaftskommunikation involviert. Wie aber kann eine wechselseitige Kommunikation zwischen Wissenschaft und Gesellschaft funktionieren? Wie kann das Vertrauen in wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse zu umstrittenen Themen gestärkt werden? Um substanzielle Impulse zur Beantwortung dieser und weiterer gesellschaftlich hochrelevanter Fragen zu erarbeiten, beabsichtigt die VolkswagenStiftung, Freiräume zur Weiterentwicklung der Wissenschaftskommunikation und ihrer Erforschung zu schaffen. Im Rahmen der Ausschreibung „Wissenschaftskommunikation hoch drei<sup>1</sup> – Zentren für Wissenschaftskommunikationsforschung“ sollen (Wissenschafts-) Kommunikationsforscher(innen), Wissenschaftler(innen) verschiedener Fachdisziplinen, außerakademische Praxispartner(innen) und verschiedene Stakeholder und Multiplikatoren der Zivilgesellschaft die Möglichkeit erhalten, über längere Zeiträume nachhaltig zusammenzuarbeiten und konkrete Ideen zu entwickeln und zu erforschen.

In diesen „Zentren“, die als virtuelle Orte, aber auch als konkrete Räume für Zusammenarbeit verstanden werden können, sollen gemeinsames Lernen und die Entwicklung von neuen Ideen durch transdisziplinäre und internationale Forschungsk Kooperationen sowie die Anschlussfähigkeit der Forschungsergebnisse an gesellschaftliche Entwicklungen im Vordergrund stehen. Gleichzeitig soll die Wissenschaftskommunikationsforschung in Deutschland durch neu geschaffene Kapazitäten gestärkt werden und die in dieser Ausschreibung geförderten Vorhaben und deren Ergebnisse in die inner- und außerakademische Diskussion zu Wissenschaft und Gesellschaft mit einfließen.

## II. Förderangebot

Das Förderangebot richtet sich an Teams, die mindestens jeweils aus (Wissenschafts-)Kommunikationsforscher(inne)n, Fachwissenschaftler(inne)n und Expert(inn)en aus der Praxis bestehen. Im Rahmen der (Weiter-)Entwicklung von Theorien und Methoden im Bereich Wissenschaftskommunikation werden die Kooperationspartner(innen) ermutigt, im Zusammenspiel quantitative und qualitative Untersuchungen zu aktuellen und zukünftigen Fragen der Wissenschaftskommunikation zu entwickeln und umzusetzen. Die Sammlung und Interpretation der dabei entstehenden empirischen Daten wird

---

<sup>1</sup> Da hier Forschungsfragen der Wissenschaftskommunikation aus (mindestens) drei verschiedenen Perspektiven gemeinsam bearbeitet werden, mit dem Ziel, die Qualität von Wissenschaftskommunikation zu „potenzieren“, heißt die Ausschreibung „Wissenschaftskommunikation hoch drei“ oder quasi-mathematisch ausgedrückt:

Wissenschaftskommunikation x Wissenschaftskommunikation x Wissenschaftskommunikation = Wissenschaftskommunikation hoch drei

wertvolles Material für die Wissenschaftskommunikationsforschung liefern und soll als Basis zur Entwicklung von Qualitätstandards und Handlungsvorschlägen für die Wissenschaftskommunikation dienen.

Grundlage dieser Forschung ist ein gemeinsam mit den beteiligten Fachwissenschaften gewähltes, gut begründetes Thema, vor dessen Hintergrund theoretisch und methodisch fundierte Forschungsvorhaben zu Wissenschaftskommunikation in Zusammenarbeit mit Praxispartner(innen) und gesellschaftlichen Akteuren entwickelt und durchgeführt werden.

Die Zentren können in einer ersten Phase 5 Jahre lang mit bis zu 4 Mio. Euro (Gesamtbudget) gefördert werden. In einer zweiten Phase ist - nach erfolgreicher Evaluation - eine weitere, degressiv zu gestaltende Förderung von 3 Jahren mit bis zu 2 Mio. Euro (Gesamtbudget) möglich. Die Fördermittel sind **flexibel** verwendbar.

### **Thematische Ausrichtung**

Für den Start der ersten Förderphase müssen die Kooperationspartner(innen) ein (initiales) Vorhaben skizzieren, bei dem die Partner gemeinsam zu einem selbst gewählten und gut begründeten Thema Wissenschaftskommunikation betreiben und erforschen möchten. Zur Begründung des Themas gehört auch die Beantwortung der Frage, in wie weit das Thema einer gesellschaftlichen Auseinandersetzung bedarf. Während Klimawandel und Gentechnik offensichtliche Beispiele für solche Themen sind, lädt die Stiftung explizit dazu ein, Themen zu adressieren, die derzeit nur wenig Aufmerksamkeit in öffentlichen Debatten erfahren, aber aus Sicht der Antragsteller(innen) perspektivisch eine hohe gesellschaftliche Relevanz beinhalten. Die Wahl dieses Themas soll als Ausgangspunkt verstanden und kann über die Förderdauer von fünf Jahren flexibel gestaltet werden. Wesentlich für das Forschungsvorhaben ist dann die kommunikationswissenschaftliche, begleitende Forschung, die in ständiger Rückkoppelung zu den fachdisziplinär arbeitenden Projektbeteiligten, Partner(inne)n aus der Kommunikationspraxis und ggf. zu Repräsentant(inn)en einer Fachöffentlichkeit bzw. einer breiteren Öffentlichkeit erfolgen soll.

### **Teamzusammensetzung/Zielgruppen**

Die Teamzusammensetzung ist flexibel gestaltbar. Fachwissenschaftler(innen), Praxispartner(innen) und weitere Stakeholder können auch für kürzere Zeiträume innerhalb der ersten Förderphase involviert werden. Die Teamzusammensetzung und die praktische Ausgestaltung des Zentrums sollte sich an dem Thema (vor allem bzgl. der eingebundenen Fachwissenschaftler(innen)) und dem ausgewählten Forschungsvorhaben zur Wissenschaftskommunikation orientieren. Im Sinne des Kapazitätsaufbaus soll auch die Einbindung von Postdoktorand(inn)en, Doktorand(inn)en und Studierenden mitgedacht werden.

Antragsberechtigt sind Professor(inn)en und promovierte Wissenschaftler(innen) aller Fachdisziplinen. Promovierte Wissenschaftler(innen) können mit diesem Vorhaben ihre eigene Stelle einwerben, müssen jedoch spätestens bei Förderbeginn an der antragstellenden wissenschaftlichen Institution angestellt sein. Die Hauptantragstellung muss durch eine wissenschaftliche Institution in Deutschland erfolgen. Überregionale Konsortien innerhalb Deutschlands sind möglich, das Zentrum muss allerdings an einer der involvierten Forschungseinrichtungen institutionell verortet sein. Darüber hinaus ist es möglich und explizit willkommen, für den Aufbau des Zentrums (Wissenschafts-) Kommunikationsforscher(innen) aus dem Ausland (z.B. Postdoktorand(inn)en) an die jeweilige antragstellende Institution nach Deutschland zu holen bzw. Kooperationen mit Wissenschaftler(inne)n im Ausland einzugehen.

Praxispartner(innen) und andere Stakeholder im Sinne dieses Angebots sind **nicht** an Universitäten und Forschungseinrichtungen angestellte Expert(inn)en und Institutionen, die an einer Kommunikation wissenschaftlicher Inhalte und der gemeinsamen Durchführung und Erprobung von Experimenten und Kommunikationsformaten interessiert sind. Dies können beispielsweise Journalist(inn)en, Vertreter(innen) von NGOs, Mitarbeiter(innen) von Museen und Science Centers o.ä. sein. Bei allen Praxispartner(inne)n muss gewährleistet sein, dass ihre Beteiligung unter Berücksichtigung ihrer professionellen Verpflichtungen stattfindet (Einhaltung von Pressekodex, Beachtung ethischer Grundsätze etc.).

Eine Zusammenarbeit dieser Zentren mit der institutseigenen PR-Abteilung ist begrüßenswert, jedoch müssen die Zentren als nicht primär interessengeleitete Forschungs- und Kooperationszentren dauerhaft unabhängig von der institutseigenen PR bleiben und sollen keine Aufgaben der PR-Abteilung übernehmen. PR-Abteilungen können daher nicht als Mittragsteller fungieren.

### **Beantragbare Kosten**

Für die interne Prüfung und die Begutachtung ist ein gegliederter und im Einzelnen begründeter Kostenplan erforderlich. Bitte beachten Sie, dass die VolkswagenStiftung keine Overhead-Kosten übernimmt. Jedoch können alle projekt- bzw. vorhabenrelevanten Kosten übernommen werden. **Beispielhaft** werden folgende Kostenpositionen genannt:

- **Wissenschaftliches Personal:**

Darunter fallen beispielsweise:

- Startfinanzierung von neuen Professuren oder Junior-Professuren in der Wissenschaftskommunikationsforschung (tenure track)
- Lehrfreistellung, Freisemester oder dgl. für die Projektleitung und maßgeblich beteiligte Professor(inn)en, i. d. R. in Form einer temporären (Teilzeit-)Stelle für eine entsprechend qualifizierte Vertretung
- Mitarbeiterstellen zur Durchführung und zur Projektkoordination, z. B. für Postdoktorand(inn)en
- Stellen für Doktorand(inn)en (z.B. im Rahmen von Doktorand(inn)enprogrammen)
- studentische und wissenschaftliche Hilfskräfte
- Gästemittel für temporär angestellte Wissenschaftler(innen) oder Fellows (bei einer Ausgestaltung mit Stipendien bitte Berechnungsgrundlage der Höhe erläutern).

Personalstellen sind sowohl für (Wissenschafts-)Kommunikationsforscher(innen) als auch für Fachwissenschaftler(innen) anderer Disziplinen möglich. Fachwissenschaftler(innen) anderer Disziplinen können allerdings nur bis zu maximal 50% VZÄ finanziert werden. Es zählt nur der Anteil ihrer Forschungszeit, der unmittelbar in das Zentrum einfließt, die (nicht kommunikationswissenschaftliche) fachwissenschaftliche Forschung selbst wird nicht gefördert. Eine Vergabe von Stipendien ist im Rahmen von Gastwissenschaftler(innen)programmen oder für Praxispartner(innen) möglich, die für eine bestimmte Zeit an der antragstellenden Forschungsinstitution tätig sein möchten (z.B. „journalists in residence“).

Personalmittel für Mitarbeiter(innen) aus der PR-Abteilung können nicht beantragt werden. Die Einbindung von Praxispartner(inne)n und anderen Stakeholdern kann auf unterschiedliche Art und Weise, beispielsweise auch im Rahmen von Werkverträgen gestaltet werden (siehe laufende Sachmittel).

- **Laufende Sachmittel:**

Bitte gliedern Sie regelmäßig anfallende Sachkosten in Reisemittel einerseits und sonstige laufende Sachmittel andererseits. Vortragshonorare für Veranstaltungen können nur für freiberuflich tätige Teilnehmer(innen) berücksichtigt werden. Beispielsweise werden hier genannt:

- Reisekosten für vom Zentrum organisierte Veranstaltungen, z. B. wissenschaftliche Symposien, Workshops mit Stakeholdern und Partner(inne)n, Sommerschulen, ggf. Vergabe von Travel Grants oder Durchführung von Ideenwettbewerben
- Reisekosten für Projektleitung und Projektmitarbeiter(innen), z. B. Teilnahme an Tagungen, Besuche zur internationalen Vernetzung, Einladung von Gastwissenschaftler(inne)n
- Verbrauchsmittel für Organisation und Durchführung von Graduierten- und/oder Doktorand(inn)enprogrammen, Labs, Sommerschulen, Entwicklung von Lehrformaten, Erfahrungsaustausch für die Entwicklung von best-practice Beispielen
- Verbrauchsmittel für die Durchführung von Vorhaben im Bereich Wissenschaftskommunikation wie Citizen-Science-Maßnahmen, Videos, Austausch mit der Öffentlichkeit etc.
- Softwarelizenzen, Nutzungsgebühren (z. B. lab fees)
- Werkverträge mit Mehrwertsteuer, u. a. zur Einbindung von Praxispartner(inne)n, für Evaluationen

- **Einmalige Sachmittel:**

Bitte gliedern Sie einmal anfallende Sachkosten in Publikationsmittel einerseits und sonstige einmalige Sachmittel andererseits. Beispiele sind:

- Publikationskosten für die innerakademische Publikation von Ergebnissen der Wissenschaftskommunikationsforschung (z.B. in peer-reviewed journals, open-access Formaten) sowie Kosten für Kommunikationsmaßnahmen, die an ein breiteres Publikum gerichtet sind
- Geräte
- Datenarchivierung in geeigneten Repositorien, Literaturbeschaffung etc.

### **III. Rahmenbedingungen**

#### **Unterstützung durch die Leitung der Forschungseinrichtung/wissenschaftlichen Einrichtung**

Die Stiftung erwartet bei einer Antragstellung grundsätzlich eine Eigenbeteiligung der antragstellenden Institution bzw. Institutionen. Diese kann aus einer finanziellen Unterstützung des Zentrums über eigene Mittel bzw. über nichtfiskalische Maßnahmen (wie z.B. Räume, Geräte, Sekretariatsstelle etc.) bestehen. Für die Beantragung einer zweiten Förderphase erwartet die Stiftung eine Übernahmeverpflichtung für hauptantragstellende promovierte Wissenschaftler(innen), die sich mit dem Vorhaben ihre eigene Stelle einwerben. Soll mit dieser Förderung u.a. eine Professorenstelle eingerichtet werden, so erwartet die Stiftung von Beginn an eine Ko-Finanzierung (*matching funds*) seitens

der beantragenden Forschungseinrichtung. Im begleitenden Schreiben der Leitung der jeweiligen antragstellenden Forschungseinrichtung sollen folgende Punkte dargelegt werden:

- die Unterstützung des Antrags
- die geplante institutionelle Einbindung des Zentrums
- die nachhaltige Perspektive der Zentren über die Projektlaufzeit hinaus
- der (finanzielle) Eigenanteil der Universität/Forschungseinrichtung

Die Zentren dienen als eigenständige interdisziplinäre Forschungszentren vor allem der Stärkung einer wissenschaftlich reflektierten Wissenschaftskommunikation in Deutschland. Es wird erwartet, dass die Zentren nach ihrer Etablierung weitere Drittmittel einwerben.

#### **IV. Antrags- und Auswahlverfahren**

Die **zweistufige** Begutachtung der Anträge erfolgt durch ein interdisziplinär und international besetztes Gutachtergremium. Die Projektteams mit den erfolgversprechendsten Anträgen werden im Laufe des Auswahlverfahrens gebeten, ihre Konzepte vor dem Gutachtergremium zu präsentieren. Eine Förderung der zur Bewilligung vorgeschlagenen Konzepte erfolgt frühestens ab Mitte 2021.

Das Gutachtergremium wird die eingegangenen Anträge anhand **folgender Anforderungen und Kriterien** beurteilen:

- Realistische Beschreibung der Organisation des Zentrums, der Zusammenarbeit der involvierten Partner(innen), internationale Kooperationen sowie der Integration in die beantragende Institution
- Schlüssige Darstellung der gesellschaftlichen Relevanz des ausgewählten Themas
- Überzeugendes Vorhaben aus der Wissenschaftskommunikationsforschung
- Überzeugende Darstellung der geplanten Maßnahmen zum Kapazitätsaufbau im Bereich Wissenschaftskommunikationsforschung
- Überzeugendes Konzept zur inner- und außerakademischen Kommunikation der Inhalte der beantragten Vorhaben
- Glaubwürdige Zukunftsperspektive inklusive potentieller zukünftiger Themen und Kooperationen, die im Rahmen der Zentren stattfinden können
- Klare Aussagen zur Unterstützung und Verstetigung durch die Universitätsleitung
- Realistischer Zeit- und Kostenplan
- Qualität des Projektteams sowie geeignete Auswahl der wissenschaftlichen und außerwissenschaftlichen Akteure.

#### **V. Hinweise zur Antragstellung**

Die **Anträge** für die Zentren sollen zum Stichtag über das Portal der VolkswagenStiftung eingereicht werden. Alle Unterlagen müssen in englischer Sprache und in Arial 11, 1,5 zeilig verfasst sein. Folgende Unterlagen werden für die Begutachtung der Vollarträge benötigt:

- Anschreiben (Antragsteller(innen), Titel, Laufzeit, Gesamtantragssumme)

- Zusammenfassung in Deutsch und Englisch (jeweils max. eine Seite)
- Antragsdarstellung: inhaltliches und strukturelles Gesamtkonzept für das Zentrum (max. 20 Seiten) inkl.:

**Inhaltliches Konzept:**

- Forschungsvorhaben aus der Wissenschaftskommunikationsforschung (inkl. State-of-the-art)
- Darstellung des Themas (inkl. Begründung der Auswahl)
- Wissenschaftskommunikationsformate, die in der ersten Phase genutzt und beforscht werden sollen
- Ausblick inkl. zukünftiger Forschungsfragen, Themen, Kollaborationen, Wissenschaftskommunikations- und Transfermaßnahmen, die in einer zweiten Förderperiode bzw. nach Ende der Förderung bearbeitet werden können

**Struktur:**

- Ausführliche Beschreibung der Kooperation zwischen den involvierten Parteien des Zentrums (inkl. tragfähige Nachhaltigkeit des Konzepts)
  - Konzept zum Kapazitätsaufbau
  - Kommunikations-/Transferkonzepte (inner- und außerakademisch)
  - Beschreibung des fiskalischen bzw. nicht-fiskalischen Beitrags der Universitätsleitungen zur Verstetigung, Unabhängigkeit und Nachhaltigkeit der Zentren
  - Verdeutlichung der Rolle der institutseigenen PR, wenn diese involviert ist
- 
- Bibliographie (max. 3 Seiten)
  - Zeit- und Arbeitsplan (max. 2 Seiten)
  - CVs der beteiligten (Wissenschafts-)Kommunikationsforscher(innen), Fachwissenschaftler(innen) und Praxispartner(innen) inkl. Veröffentlichungen (max. 2 Seiten pro Partner)
  - Institutionelle Stellungnahmen und Unterstützungsschreiben aller beteiligten Institutionen
  - Gesamtkostenplan (aufgeteilt nach Personalmitteln, Sachmitteln, einmalige Anschaffungen)
  - Kostenplaneläuterungen bezüglich der einzelnen Positionen
  - Zusagen von Praxispartner(inne)n bezüglich der Zusammenarbeit im Rahmen des initialen Themas inkl. kurzer Erklärung zur Einhaltung von ethischen Grundsätzen und professioneller Kodices
  - Sollten mehrere Forschungsinstitutionen im Verbund beteiligt sein: eine genaue Beschreibung der Aufgaben und Beiträge sowie eine Festlegung auf eine Institution als Hauptsitz des beantragten Zentrums (max. 2 Seiten)

**VI. Auskunft**

Im Vorfeld des Stichtages findet am 12. Mai 2020 eine Informations- und Netzwerkveranstaltung für potenzielle Antragsteller(innen) in Berlin statt. Im Rahmen dieser Veranstaltung besteht die Möglichkeit, Fragen zu der Ausschreibung mit Vertreter(inne)n der VolkswagenStiftung zu erörtern. Eine Teilnahme an dieser Veranstaltung ist keine Voraussetzung für die Antragstellung im Rahmen der

Ausschreibung „Wissenschaftskommunikation hoch drei“. Bitte entnehmen Sie weitere Informationen zu dieser Veranstaltung und den Teilnahmebedingungen unserer Webseite unter „[Zentren für Wissenschaftskommunikationsforschung – Netzwerkveranstaltung](#)“.

Sollten Sie Fragen zu den Antragsbedingungen haben, können Sie diese gerne per Email an die unten angegebenen Kontaktpersonen richten.

Dr. Cora Schaffert-Ziegenbalg

Email: [schaffert-ziegenbalg@volkswagenstiftung.de](mailto:schaffert-ziegenbalg@volkswagenstiftung.de)

Dr. Selahattin Danisman

Email: [danisman@volkswagenstiftung.de](mailto:danisman@volkswagenstiftung.de)

Bei administrativen und organisatorischen Fragen sowie für den Fall, dass ein Termin für ein telefonisches Beratungsgespräch gewünscht wird, wenden Sie sich bitte an:

Ronja Kinas

Telefon: +49 511 8381 385

Email: [kinas@volkswagenstiftung.de](mailto:kinas@volkswagenstiftung.de)

VolkswagenStiftung

Kastanienallee 35

30519 Hannover

[www.volkswagenstiftung.de](http://www.volkswagenstiftung.de)

### **Weitere Informationen**

- [Elektronische Antragstellung leicht gemacht – Anleitung und Tipps](#)
- [Durchschnittssätze wissenschaftliches Personal](#)
- [Antrags- und Berichtsportal](#)