

# Beantragung von Wissenschaftskommunikationsmitteln

## Hinweise zur Planung und Umsetzung von Wissenschaftskommunikationsmaßnahmen

### 1 Unterstützung von Wissenschaftskommunikation in von der VolkswagenStiftung geförderten Forschungs- und Kooperationsprojekten

- Die Stiftung begrüßt es, wenn Forschende im Rahmen ihrer von der Stiftung geförderten Projekte Wissenschaftskommunikation betreiben. Eine Pflicht zur Wissenschaftskommunikation besteht nicht.
- Gefördert werden ausschließlich Formate der Wissenschaftskommunikation, die auf außerwissenschaftliche Zielgruppen ausgerichtet sind (z.B. Ausstellungen, partizipative Formate, Social Media Beiträge, Audio- und Videoformate).
- Mittel für Wissenschaftskommunikation können in der Regel in allen Initiativen beantragt werden. Generell gilt, dass das finanzielle Volumen von Wissenschaftskommunikationsmaßnahmen einen Anteil von **max. 5% der beantragten direkten Projektmittel** (exkl. Gemeinkosten) nicht überschreiten darf (bei einer Gesamtsumme von 120.000 € = max. 6.000 €, bei einer Gesamtsumme von 1.300.000 € = max. 65.000 €).
- Bei Initiativen, mit denen die Stiftung ausschließlich Veranstaltungsformate fördert (derzeit Themenwochen und Scoping Workshops) ist eine Beantragung von Wissenschaftskommunikationsmitteln nicht möglich.
- In einzelnen Förderprogrammen kann eine Abweichung von der hier beschriebenen 5%-Regelung zur Beantragung von Wissenschaftskommunikationsmitteln möglich sein. Entsprechende Ausnahmeregelungen sind, soweit vorhanden, in den Merkblättern der jeweiligen Initiativen aufgeführt.

## 2 Hinweise für Antragstellende zur Planung und Durchführung von Wissenschaftskommunikationsmaßnahmen

Die Beantragung von Mitteln für Wissenschaftskommunikation erfolgt direkt bei der Einreichung eines Antrags für ein Forschungs- oder Kooperationsprojekt. Bitte integrieren Sie daher eine kurze Darstellung der geplanten Wissenschaftskommunikationsaktivitäten in den Forschungsantrag. Die folgenden Hinweise sollen Sie dabei unterstützen, Ihre Maßnahmen möglichst wirkungsvoll zu planen und umzusetzen.

- **Zieldefinition:** Definieren Sie klar, was Sie mit Ihren Maßnahmen erreichen möchten. Überlegen Sie, welchen Nutzen es für die gewählte Zielgruppe hat und welche konkreten Ziele Sie bei Ihrer Zielgruppe erreichen möchten, wie z. B. Information, Dialog, Beteiligung oder Sensibilisierung.
- **Zielgruppe:** Definieren Sie für sich Ihre konkrete Zielgruppe hinsichtlich Soziodemografie, Vorwissen und genutzten Informationskanälen. Überlegen Sie, wie groß die Zielgruppe ist und welche Merkmale sie kennzeichnen.
- **Ressourcenmanagement:** Reflektieren Sie, welche Kapazitäten Sie für das Projekt mitbringen und ob externe Partner:innen beteiligt sein sollten. Listen Sie bei Antragstellung kurz konkrete Kontakte oder Angebote auf, falls vorhanden.
- **Kooperationen:** Zur erfolgreicher Erreichung der Zielgruppen können gezielt Kooperationen mit privaten wie institutionellen Partner:innen aus der Zivilgesellschaft sowie mit professionellen Wissenschaftskommunikator:innen eingegangen werden (z. B. Pressestellen, spezialisierten Agenturen, kulturellen Institutionen, Verbänden, Vereinen, Künstler:innen).
- **Maßnahmen:** Reflektieren Sie, inwiefern die geplanten Formate geeignet sind, um Ihre Ziele und Zielgruppe zu erreichen.
- **Projekt- und Zeitmanagement:** Planen Sie genügend Zeit für die Koordination mit den Projektpartner:innen und die Fertigstellung und Verbreitung der Kommunikationsmaßnahmen ein.
- **Dissemination und Wirkung:** Um Ihre Kommunikationsmaßnahmen möglichst wirkungsorientiert zu gestalten, sollten Sie im Vorhinein eine klare Strategie definieren, mit der Sie den Erfolg Ihrer Maßnahmen prüfen möchten.

## 3 WissKomm-Tipps

Hier finden Sie einige Praxishilfen und Grundlagen für die Planung und Durchführung von WissKomm-Projekten

- [Leitlinien für gute WissKomm \(Wissenschaftskommunikation.de\)](#)
- [1x1 der Wissenschaftskommunikation \(NaWik\)](#)
- [Science communication basic videos \(NaWik\)](#)