

**WELCOME  
CENTRES**



**3. RUNDE**

**DER WETTBEWERB WELCOME CENTRES 2010**

Ergebnisse der dritten Runde

**THE 2010 WELCOME CENTRES COMPETITION**

Results of the third round



Alexander von Humboldt  
Stiftung/Foundation

Deutsche Telekom Stiftung



Stifterverband  
für die Deutsche Wissenschaft

## Impressum/Imprint

Postanschrift/Postal Address:

Alexander von Humboldt-Stiftung/Foundation

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](mailto:info@avh.de)

Internet: [www.humboldt-foundation.de](http://www.humboldt-foundation.de)

### Alexander von Humboldt-Stiftung/Foundation

#### Bonn-Bad Godesberg 2011

Verantwortlich für den Inhalt/Responsible: Dr. Barbara Sheldon

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

Redaktion/Editorial work: intentionPR, Bonn

Übersetzung/Translation: Dr. Lynda Lich-Knight

Gestaltung/Layout: intention Werbeagentur, Bonn – [www.intention.de](http://www.intention.de)

Druck/Printing: JF. Carthaus, Bonn

Bildnachweis/Photo Credits: S. 1: Alexander von Humboldt-Stiftung · S. 4 links oben: Alexander von Humboldt-Stiftung · S. 4 links unten: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft · S. 5 oben: shutterstock/ssguy · S. 5 unten: Deutsche Telekom Stiftung · S. 6 oben, von links nach rechts: Alexander von Humboldt-Stiftung, Uni Greifswald/Jan Meßerschmidt, Universität Köln/Norbert Jaehrling · S. 6 Mitte, von links nach rechts: Michael Meinhard, Ruhr-Universität Bochum/Pressestelle · S. 6 unten, von links nach rechts: Universität Heidelberg – Kommunikation und Marketing, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg · S. 7 oben, von links nach rechts: TU Braunschweig/Andreas Bormann, Andreas Heddergott/TU München, Universität Greifswald/Jan Meßerschmidt · S. 7 Mitte, von links nach rechts: Uni Bielefeld/Pressestelle, Andreas Truxa, Uni Göttingen/Welcome Centre · S. 7 unten, von links nach rechts: Dr. Thomas Mauersberg, Alexander von Humboldt-Stiftung · S. 9: shutterstock/Atlaspix · S. 11: shutterstock/szefei · S. 13: intention

Die Alexander von Humboldt-Stiftung setzt sich für die Chancengleichheit von Frauen und Männern in der Forschung ein. In ihren Veröffentlichungen bemüht sie sich deshalb um geschlechtergerechte Formulierungen. Aus Gründen der Lesbarkeit wird aber auch das generische Maskulinum verwendet. Hiermit sind ausdrücklich Frauen und Männer gemeint.

## Welcome Centres – Gute Beispiele machen Schule

Deutschland ist ein attraktiver Forschungsstandort für Spitzenforscherinnen und -forscher aus aller Welt. Zahlreiche staatliche und private Initiativen tragen dazu bei, die Qualität und internationale Bedeutung deutscher Forschungseinrichtungen kontinuierlich weiterzuentwickeln. Um hoch qualifizierte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem Ausland für Deutschland zu gewinnen, bedarf es dabei nicht nur exzellenter Forschungsmöglichkeiten. Im internationalen Wettbewerb gewinnen auch die „weichen“ Standortfaktoren mehr und mehr an Bedeutung. Dazu zählen vor allem professionelle Strukturen zur Unterstützung ausländischer Forschungsgäste und ihrer Familien in administrativen und organisatorischen Angelegenheiten ihres Aufenthalts. Der Wettbewerb „Welcome Centres“ sollte Anreize zum Aufbau entsprechender Strukturen an Universitäten in Deutschland schaffen. Er wurde im Jahr 2006 gemeinsam von der Alexander von Humboldt-Stiftung, der Deutschen Telekom Stiftung und dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft etabliert, 2008 wiederholt und 2010 mit einer letzten Wettbewerbsrunde abgeschlossen.

Die Wettbewerbsrunden 2006 und 2008 dienten dem Aufbau grundlegender Strukturen zur Unterstützung und Betreuung international mobiler Forscherinnen und Forscher. Zu Beginn der 3. Wettbewerbsrunde, nach nur fünf Jahren Laufzeit, hatte sich die Situation komplett verändert: Zahlreiche Universitäten in Deutschland hatten inzwischen unabhängig von einer Förderung durch den Wettbewerb eigene Service-Strukturen entwickelt – das Konzept des „Anstiftens zum Nachahmen“ war vielerorts aufgegangen.

Die Preisvergabe der dritten und letzten Wettbewerbsrunde würdigt dieses Engagement: Ausgezeichnet werden dieses Mal Universitäten, die aus eigener Kraft wirksame Strukturen für die Unterstützung international mobiler Forscherinnen und Forscher aufgebaut haben und diese nun weiterentwickeln wollen. Dazu erhalten sieben ausgezeichnete Universitäten ein Preisgeld in Höhe von jeweils 10.000 Euro.

## Welcome Centres – good examples setting a trend

Germany is an attractive research destination for top researchers from all over the globe. Many state and private initiatives ensure that the quality and international impact of German research institutions can continue developing without interruption. Attracting highly-qualified scientists and scholars from abroad to conduct research in Germany requires more than just excellent research opportunities: soft location factors are becoming ever more important in this international contest and they include, above all, professional structures to support foreign guest researchers and their families in all the administrative and organisational aspects of their stay. The Welcome Centres Competition seeks to provide incentives for creating these structures at universities in Germany. Established in 2006 by the Alexander von Humboldt Foundation, the Deutsche Telekom Stiftung and the Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, it was held again in 2008, and a final round was announced in 2010.

The main aim of the 2006 and 2008 rounds was to develop basic structures for supporting and mentoring internationally mobile researchers. By the beginning of the third round of the competition, after only five years, the situation had changed completely: numerous universities in Germany had already started developing service structures even without funding – the idea of “inciting imitation” had caught on in many places.

The awards in the third and final round of the competition reflect this engagement: the universities being recognised this time have created effective structures for supporting internationally mobile researchers using their own resources and now want to continue developing them. For this purpose the seven successful universities will each receive an award amount of 10,000 EUR.

## DIE FÖRDERER | THE SPONSORS



„Mit unserer Initiative haben wir zwei wichtige Ziele erreicht: Erstens hat das Modell ‚Welcome Centres‘ Schule gemacht und wird mit neuen Ideen weiterentwickelt, wie die Konzepte der im Wettbewerb erfolgreichen Universitäten beweisen. Zweitens können sich ausländische Wissenschaftler in Deutschland noch willkommener fühlen – diese Botschaft der Welcome Centres ist im Licht der aktuellen Diskussion um Zuwanderung und Integration noch wichtiger und wird im Ausland gehört.“

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

“With this initiative we have achieved two important goals: firstly, as the concepts submitted by the successful universities show, the Welcome Centres model has set a trend and is now profiting from new ideas to develop it further; secondly, foreign researchers can now feel even more at home in Germany – this is the Welcome Centre’s message, and in the light of the current debate on immigration and integration, it is more important than ever and is being heard abroad.”

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

„Die deutschen Hochschulen bemühen sich längst in vorbildlicher Weise um ihre ausländischen Gäste und Studenten. Dennoch gibt es immer noch viele juristische und politische Hürden, die international mobile Forschende behindern. Diese Hürden abzubauen ist nun die Aufgabe von Bund und Ländern. Die Politik muss die rechtlichen Grundlagen schaffen, um Top-Kräften aus dem Ausland ein Leben und Arbeiten in Deutschland zu erleichtern.“

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



“For a long time now, German universities have been exemplary in their efforts for their foreign guests and students. But there are still a lot of legal and political obstacles hindering international researcher mobility. Now it is the turn of the Federal Government and the Länder to remove these obstacles. The politicians must create the legal basis that will make it easier for top researchers from abroad to live and work in Germany.”

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



„Das Modell der Übertragung von Best-Practice hat sich bewährt. Jetzt gibt es in Deutschland eine ganze Reihe von international orientierten Universitäten, die sich nicht nur durch exzellente Forschung und Lehre, sondern auch durch exzellenten Service auszeichnen. Das mit der Auszeichnung verbundene Qualitätssiegel garantiert die Attraktivität der deutschen Hochschulen und macht sie wettbewerbsfähiger.“

Dr. Klaus Kinkel, Vorsitzender der Deutschen Telekom Stiftung



“The model for transferring best practice has proved its worth. Germany now has a whole host of internationally-minded universities that not only distinguish themselves by excellent research and teaching but also by excellent service. The seal of quality associated with the award endorses the attractiveness of German universities and makes them more competitive.”

Dr. Klaus Kinkel, Chairman of the Deutsche Telekom Foundation



## Welcome Centres – Impulse für eine neue Servicekultur

„Wir wissen eigentlich gar nicht, welche Forscherinnen und Forscher aus dem Ausland bei uns tätig sind.“ So lautete die Rückmeldung vieler Universitäten zu Beginn des Wettbewerbs. Eine ernüchternde Erkenntnis. Sie macht deutlich, wie groß der Bedarf war, die Service-Strukturen für Gastwissenschaftler aus dem Ausland zu verbessern. Die Einführung eines Meldesystems zählte bei vielen Universitäten folglich zu den ersten Maßnahmen. Um ihre Gäste schon vor, spätestens aber bei ihrer Ankunft optimal unterstützen zu können, wollte man künftig so früh wie möglich erfahren, welche ausländischen Wissenschaftler die Universität erwartet. Auf den Webseiten der teilnehmenden Universitäten erschienen nun spezielle Informationsangebote für international mobile Forscher. Zentrale Informationen wurden auch in englischer Sprache bereitgestellt. Auf der Verwaltungsebene wurden Wege geebnet und neue Strukturen etabliert, die eine enge Zusammenarbeit zwischen Welcome Centres, Universitätsverwaltung und Instituten ermöglichen.

Die Teilnehmer der zweiten Wettbewerbsrunde konnten auf den Erfahrungen der „Pioniere“ aus dem ersten Durchgang aufbauen. Grundlegende Strukturen und Serviceangebote wurden nun mit erheblich größerer Selbstverständlichkeit integriert als noch in der ersten Runde. Viele Universitäten legten zudem mehr Gewicht auf Aspekte, die über die ursprüngliche Serviceleistung hinausgehen. Dazu zählten beispielsweise die universitätsinterne Werbung für das Welcome Centre, die Einbindung unterschiedlicher Partner innerhalb der Universität sowie die Schulung der beteiligten Akteure. Auch Angebote für Familien wurden nun häufiger integriert, als dies noch in der ersten Runde der Fall war. Generell ließ sich

eine zunehmende strategische Einbindung der Welcome Centres in der Außerdarstellung und im Marketing der beteiligten Hochschulen feststellen.

Die strategische Dimension spielte in den Konzepten der dritten Wettbewerbsrunde eine noch zentralere Rolle. Welcome Centres engagieren sich nun auch bei Berufungsverhandlungen, internationalen Stellenausschreibungen sowie der Anbahnung von Hochschulkooperationen und gelten als wichtige Faktoren im Hochschulmarketing. Viele Universitätsleitungen setzen ihr Welcome Centre gezielt im Rahmen ihrer Strategien zur Internationalisierung ein. Die Konzepte der dritten Wettbewerbsrunde zeigten zudem erneut eine deutliche Steigerung des Leistungsspektrums: Die Serviceleistungen der Welcome Centres sind auf einem hohen Niveau etabliert, die Angebotspalette ist noch umfassender geworden. Die Betreuung „mitreisender“ Familien und spezielle Angebote für Doppelkarrierepaare entwickelten sich zu neuen Schwerpunkten der Welcome Centres.

Der Wettbewerb „Welcome Centres“ hat somit eine außerordentlich positive struktur- und profilbildende Wirkung entfaltet. Nach nur fünf Jahren hat sich die Servicelandschaft für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem Ausland an deutschen Universitäten entscheidend verbessert. Das Leistungs- und Angebotsspektrum der Welcome Centres wurde dabei im Verlauf des Wettbewerbs kontinuierlich erweitert. Und ihr Wirkradius reicht vielerorts weit über die jeweilige Universität hinaus. Sie sind zu einer Art „Multifunktionsstool“ im internationalen Wettbewerb um die attraktivsten Forschungsstandorte geworden.



## Welcome Centres – driving a new service culture

“We don’t actually know who all the foreign researchers are who are working here.” This was the response from many universities when the competition was first launched. A sobering realisation. It demonstrates just how important it was to improve the service structures for guest researchers from abroad. As a result, one of the first steps taken by many universities was to introduce a system of registration. In order to be able to provide optimum support for their guests even before they arrived or at the latest as soon as they were there, they wanted to know which foreign researchers the university was expecting at the earliest possible juncture. The universities participating now posted special information for internationally mobile researchers on their websites. Essential information was provided in English, too. At administrative level the bureaucracy was reduced and new structures were established to facilitate close cooperation between Welcome Centres, university administrations and institutes.

Those who participated in the second round of the competition were able to draw on the experience of the “pioneers” from the first round. To a greater extent than in the first round, basic structures and services were included as a matter of course. Many universities also focused more on aspects going beyond the original portfolio of services, such as publicising the Welcome Centre at the university itself, incorporating different partners within the university and providing training for those involved. Integrated offers for families also featured more frequently than in the first round. Generally, it could be observed that the Welcome Centres were increasingly being expected to play a strategic role in the universities’ external image cultivation and marketing.

The strategic dimension was even more central to the concepts submitted in the third round of the competition. Welcome Centres were now becoming involved in appointment procedures, international job advertisements, initiating inter-university cooperation, and were also becoming an important factor in higher education marketing. The leadership of many universities now specifically utilise the Welcome Centre as part of their internationalisation strategy. Furthermore, the concepts in the third round of the competition once again showed a significant extension of the portfolio: the services offered by the Welcome Centres are now firmly established on a high level, and the range of services is even more comprehensive. Mentoring for “accompanying” families and special offers for dual career couples have developed into new focus areas.

Clearly, the Welcome Centres Competition has had extremely positive effects, both structurally and in terms of profile-building. Five years on, the service landscape at German universities for researchers from abroad has improved decisively whilst the portfolio of offers and services at Welcome Centres has been extended continuously in the course of the competition. In many places its impact has gone well beyond the confines of the individual university. Welcome Centres have become something of a multifunctional tool in the international contest for the most attractive research locations.

## DIE PREISTRÄGER 2010

In der dritten Wettbewerbsrunde werden Universitäten ausgezeichnet, die aus eigener Initiative professionelle und nachhaltige Strukturen für die Unterstützung international mobiler Forscherinnen und Forscher geschaffen und originelle Ideen für die weitere Optimierung entwickelt haben.

Zu den Ideen für eine Weiterentwicklung zählen beispielsweise folgende: eine stärkere Fokussierung auf die Belange der Partner und Familien, die Ergänzung der personellen Ausstattung durch die Einstellung eines Sozialversicherungswirtes, die Einbindung der Gastwissenschaftler in Alumni-Aktivitäten sowie eine stärkere Alumni-Betreuung, die Entwicklung von „Rückkehrer“-Kursen zur Integration in den deutschen Arbeitsmarkt und der Aufbau einer elektronischen Datenbank für ein effizienteres Customer-Relationship-Management.

**Universität Bielefeld**

**Technische Universität Chemnitz**

**Friedrich-Alexander-Universität  
Erlangen-Nürnberg**

**Georg-August-Universität Göttingen**

**Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg**

**Universität zu Köln**

**Technische Universität München**

## THE 2010 AWARD WINNERS

In the third round of the competition, the awards have gone to universities which have created professional, sustainable structures for supporting internationally mobile researchers on the strength of their own resources and which have developed original ideas for optimisation.

Some of the ideas suggested for further development were: focusing more on the concerns of partners and families; increasing personnel by appointing a social security specialist; involving guest researchers in alumni activities and more intensive alumni support; designing courses for returning academics to integrate them into the German employment market, and developing an electronic database for more efficient customer relationship management.

**Bielefeld University**

**Chemnitz University of Technology**

**Friedrich-Alexander-University of  
Erlangen-Nuremberg**

**University of Göttingen**

**Heidelberg University**

**University of Cologne**

**Technische Universität München**

# AUSGEZEICHNETE WELCOME CENTRES IN DEUTSCHLAND

## WELCOME CENTRE WINNERS IN GERMANY



## Die typischen Merkmale eines Welcome Centres – Eine Checkliste –

Welcome Centres übernehmen wichtige Funktionen an Universitäten in Deutschland, die sich nicht nur auf die Beratung und Betreuung der Gäste aus dem Ausland beschränken. Das Angebots- und Leistungsspektrum der einzelnen Welcome Centres orientiert sich dabei an den tatsächlichen Gegebenheiten und Erfordernissen der jeweiligen Hochschule. Daraus ergibt sich eine Vielfalt von Ausgestaltungen. Bestimmte Leistungs- und Funktionsmerkmale sind aber bei fast allen Welcome Centres zu finden und können daher als typisch gelten:

### Das Welcome Centre als virtuelles Portal der Universität

- Website als elektronische Visitenkarte der Universität
- Bereitstellung von wichtigen Informationen für die verschiedenen Phasen des Aufenthaltes. Besonderes Augenmerk liegt auf Informationen für Gastwissenschaftler zur Vorbereitung ihres Aufenthaltes und der Möglichkeit zur ersten Kontaktaufnahme.
- Online-Meldestelle für Gastwissenschaftler

### Das Welcome Centre als Anlaufstelle vor Ort

- Raum für die Betreuung ausländischer Gäste und den interkulturellen Austausch
- kompetente persönliche Ansprechpartner, Möglichkeit zur Kontaktaufnahme

### Das Welcome Centre als Serviceeinrichtung

- Serviceangebote für verschiedene Zielgruppen, incomings, outgoings, returnings und auch für junge Nachwuchswissenschaftler
- Angebot von Serviceleistungen für den Zeitraum vor, während und nach dem Aufenthalt
- Individuelle Betreuung für jeden einzelnen Gastwissenschaftler einschließlich der „klassischen Angebote“, wie zum Beispiel Wohnraumbeschaffung, Bankkonto, Renten- und Versicherungsfragen
- Beratung auf „Augenhöhe“
- Beratung bei rechtlichen Fragen des Gastaufenthaltes, bspw. in Visa-Angelegenheiten
- Repräsentation und Kommunikation der Interessen der Gastwissenschaftler nach außen
- Vernetzung der Gastwissenschaftler mit den Kollegen vor Ort
- Angebote und Tipps zum Kennenlernen der Region und für den Kontaktaufbau zur Bevölkerung
- Unterstützung bei der sozialen Integration durch Veranstaltungen

## The typical characteristics of a Welcome Centre – a checklist –

Welcome Centres carry out important functions at German universities that go beyond advising and mentoring foreign guests. The portfolio of services and offers provided by individual Welcome Centres reflects the actual situation and requirements of that particular university, so there is no definitive blueprint for organising a Welcome Centre. However, certain services and functions are common to nearly all Welcome Centres and the following may be considered as typical:

### The Welcome Centre as a virtual university portal

- website as the university's electronic business card
- providing important information relating to the various phases of the stay with particular emphasis on information for guest researchers preparing their stay; and the first opportunity to make contact
- online registration point for guest researchers

### The Welcome Centre as a local contact point

- space for mentoring foreign guests and intercultural exchange
- competent personnel providing advice and contact opportunities

### The Welcome Centre as a service point

- providing services for various target groups: incoming, outgoing, returning as well as for young, junior researchers
- providing services covering the period before, during and after the stay
- tailored support for every individual researcher including "classic services" such as finding accommodation, bank accounts, pension and insurance matters etc.
- advice given "on an equal footing"
- advice on legal issues relating to the stay, for example visas
- representing and communicating guest researchers' interests vis-à-vis third parties
- facilitating networking between guest researchers and colleagues at the university
- providing opportunities for and advice on getting to know the region and making contact with local people
- facilitating social integration by organising events
- providing technical capabilities to facilitate networking between researchers
- providing opportunities for further development and advice on general issues such as language courses, job application training etc.
- courses for "returning academics" to facilitate integration into the German employment market



- Angebot zur Realisierung der technischen Vernetzung der Wissenschaftler
- Angebot zur Weiterentwicklung und überfachlichen Beratung, beispielsweise über Sprachkurse, Bewerbungstrainings usw.
- „Rückkehrer“-Kurse zur Integration auf dem deutschen Arbeitsmarkt
- Career-Coaching
- Beratung bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, z. B. durch die Entwicklung universitätsinterner Modelle zur Kinderbetreuung
- Entwicklung und Ausdehnung der Serviceangebote auch für Familienangehörige, beispielsweise Gesprächskreis für Frauen, englischsprachige Sportkurse usw.
- stärkere Serviceorientierung auf Doppelkarrierepaare und deren Belange, wie zum Beispiel Beratung und Vermittlung von Jobangeboten für Partner
- Alumnibetreuung für Gastwissenschaftler, die wieder in ihr Heimatland zurückgekehrt sind

#### Das Welcome Centre als Partner der Fachbereiche und Verwaltung

- Vermittlung zwischen verschiedenen Akteuren innerhalb der Universitätsverwaltung sowie zu den Instituten
- Entlastung der Fachbereiche in der administrativen Betreuung der Gäste

- career coaching
- advice on the compatibility of family and career, e.g. by developing in-house university childcare models
- developing and extending services for family members, for example women's discussion groups, sports courses held in English and so on
- greater focus on services for dual career couples and their requirements, such as advice and assistance in finding jobs for partners
- alumni support for guest researchers who have returned to their own countries

#### The Welcome Centre as a partner for departments and administrations

- mediating between various actors within the university administration and vis-à-vis institutes
- relieving the departments in the administrative support of guests
- courses for advisory personnel to professionalise mentoring, such as intercultural training
- promoting the sharing of statistical data on the number of guest researchers, their countries of origin, disciplines, length and location of stay
- support in translating important administrative forms into English
- continual information sharing on current developments in mentoring guest researchers

- Schulung des Beratungspersonals zur Professionalisierung der Betreuung, wie zum Beispiel interkulturelle Trainings
- Förderung des Austauschs von statistischen Daten über Anzahl, Herkunft, Disziplin, Aufenthaltsdauer und -ort der Gastwissenschaftler
- Unterstützung bei der Übersetzung wichtiger Verwaltungsformulare ins Englische
- kontinuierlicher Informationsaustausch über aktuelle Entwicklungen bei der Betreuung von Gastwissenschaftlern
- Einbindung bei der Einführung effizienterer Verfahren für aufenthaltsrechtliche Fragen („Forscherrichtlinie“)
- Beratung in schwierigen Fällen
- involvement in introducing more efficient procedures with regard to legal issues concerning residence (“Scientific Visa”)
- providing advice in difficult cases

#### The Welcome Centre as a strategic tool in university management

- “seal of quality” and location advantage in the university's strategic marketing
- Welcome Centre as an actor in the internationalisation strategy
- involvement in recruitment and appointment procedures
- involvement in collaboration negotiations between the university and partner institutions abroad
- additional argument to support applications for funding

#### Das Welcome Centre als strategisches Instrument der Hochschulleitung

- „Qualitätssiegel“ und Standortvorteil im strategischen Marketing der Universität
- Welcome Centre als Mitgestalter bei der Internationalisierungsstrategie
- Einbindung in Rekrutierungsverfahren und Berufungen
- Einbindung bei Kooperationsverhandlungen der Universität mit Partnereinrichtungen im Ausland
- zusätzliches Argument bei der Einwerbung von Drittmitteln

#### The Welcome Centre as a tool in developing university structures

- closely linked to university leadership
- local and/or structural location at the International Office
- centre of mentoring structure as well as providing moderation and support in advisory processes
- driver of in-house university optimisation processes
- development of tools to optimise mentoring structures and processes, for example by creating a database
- self-optimisation tool for the university
- sensitising the university to the requirements of guest researchers and their families

#### Das Welcome Centre als Instrument der universitären Struktur-entwicklung

- enge Anbindung an die Universitätsleitung
- lokale und/oder strukturelle Ansiedlung beim International Office
- Zentrum der Betreuungsstruktur sowie Moderation und Unterstützung bei Beratungsprozessen
- Impulsgeber für universitätsinterne Optimierungsprozesse
- Entwicklung von Instrumenten zur Optimierung von Betreuungsstrukturen und -prozessen, beispielsweise durch den Aufbau einer Datenbank
- Selbstoptimierungsinstrument der Universität
- universitätsinterne Sensibilisierung für die Belange der Gastwissenschaftler und ihrer Familien

#### The Welcome Centre as a partner for institutions outside the university

- cooperation with local authorities and institutions
- cooperation with non-university research institutions
- collaborations with business
- additional provision of services for local enterprises
- cross-border cooperation with European and non-European universities

#### Das Welcome Centre als Partner für Einrichtungen außerhalb der Universität

- Zusammenarbeit mit lokalen Behörden und Institutionen
- Zusammenarbeit mit außeruniversitären Forschungseinrichtungen
- Kooperationen mit der Wirtschaft
- Angebot von Serviceleistungen auch für örtliche Industrieunternehmen
- grenzüberschreitende Zusammenarbeit mit europäischen und außer-europäischen Hochschulen



## Welcome Centres – ein Signal deutscher Weltoffenheit

Fünf Jahre nach der ersten Ausschreibung des Wettbewerbs „Welcome Centres“ finden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem Ausland an deutschen Universitäten heute eine neue Service- und Unterstützungskultur vor. Dies ist ein weiterer wichtiger Wettbewerbsvorteil für den Forschungsstandort Deutschland, der von Wissenschaftsmanagern weltweit erkannt wird. Die prämierten Welcome Centres berichten von Delegationen aus dem europäischen und außereuropäischen Ausland, die sich für den Aufbau und die Struktur der Welcome Centres interessieren, um dieses Erfolgsmodell in ihren eigenen Ländern ebenfalls einzuführen. Die bestehenden Welcome Centres strahlen weit über die eigene Universität und die Landesgrenzen hinaus und senden ein weithin vernehmbares Signal deutscher Weltoffenheit.

Der Erfolg des Wettbewerbes ist zugleich Ansporn und Verpflichtung, die Rahmenbedingungen für international mobile Forscherinnen und Forscher weiter zu optimieren. Eine Reihe von Mobilitätshindernissen sind im Laufe des Wettbewerbs erkannt und abgebaut worden. Nach wie vor aber besteht insbesondere bei den Themen Alterssicherung und Doppelkarrierepaare Handlungsbedarf, um Top-Wissenschaftlerinnen und Top-Wissenschaftlern aus dem Ausland die Entscheidung, nach Deutschland zu kommen, noch leichter zu machen.

## Welcome Centres – signalling Germany's openness to the world

Five years after the Welcome Centres Competition was announced for the first time, scientists and scholars coming from abroad now find a new service and support culture at German universities. This is another important competitive advantage for Germany as a research location which has been recognised by science managers throughout the world. The winning Welcome Centres report on receiving delegations from Europe and overseas interested in learning about the development and structure of Welcome Centres with a view to introducing this successful model in their own countries. The Welcome Centres already in existence have an impact that goes well beyond their own universities and regional borders and send a signal about Germany's openness to the world that is being received far and wide.

The success of the competition is at once an incentive and an obligation to continue optimising the general conditions for internationally mobile researchers. A number of obstacles to mobility have been identified and ameliorated in the course of the competition. However, particularly with regard to pensions and dual career couples there is still a lot to be done to make it even easier for top researchers from abroad to make the decision to come to Germany.



**Alexander von Humboldt**  
Stiftung/Foundation

## Die Alexander von Humboldt-Stiftung

Die Alexander von Humboldt-Stiftung fördert Wissenschaftskooperationen zwischen exzellenten ausländischen und deutschen Forscherinnen und Forschern. Sie vergibt Forschungsstipendien und Forschungspreise, mit denen Wissenschaftler aus dem Ausland nach Deutschland kommen, um ein selbst gewähltes Forschungsprojekt mit einem Gastgeber und Kooperationspartner durchzuführen. Wissenschaftler aus Deutschland können als Stipendiat der Stiftung ein Forschungsprojekt als Gast bei einem von weltweit über 24.000 Humboldtianern, den Alumni der Stiftung, verwirklichen. Dem Netzwerk der Humboldt-Stiftung gehören Wissenschaftler aus über 130 Ländern an – unter ihnen 44 Nobelpreisträger.

Mehr Informationen: [www.humboldt-foundation.de](http://www.humboldt-foundation.de)

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 Bildung, Wissenschaft und Innovationen am Standort Deutschland sein können, zeigt die Stiftung in ihrem vierten Programmbereich „Innovation“. Unter der Überschrift „Gemeinsam 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](http://www.telekom-stiftung.de)

**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 460 mit einem Stiftungskapital von 2,2 Milliarden Euro und einer jährlichen Fördersumme von rund 110 Millionen Euro.

Mehr Informationen: [www.stifterverband.de](http://www.stifterverband.de)

WELCOME  
CENTRES

Der Wettbewerb „Welcome Centres“ 2010 · The 2010 Welcome Centres Competition

---

## The Alexander von Humboldt Foundation

---

The Alexander von Humboldt Foundation promotes academic cooperation between excellent foreign and German researchers. It grants research fellowships and research awards which enable scientists and scholars from abroad to come to Germany to conduct a research project of their own choosing together with a host and collaborative partner. Academics from Germany are also eligible to become fellows of the Foundation and undertake a research project as the guest of an Humboldtian, one of the well over 24,000 alumni of the Foundation across the globe. The Humboldt Foundation's network embraces researchers from more than 130 countries – including 44 Nobel Prize Winners.

Visit [www.humboldt-foundation.de](http://www.humboldt-foundation.de) for more information

---

## 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. The fourth focus area “From start to finish” demonstrates how exciting education, science and innovation in Germany can be. Under the heading “Explore new paths together” the foundation also contributes to sparking public awareness and interest in these issues, breaking down reservations and promoting dialogue between politics and the public.

Visit [www.telekom-stiftung.de](http://www.telekom-stiftung.de) for more information

---

## 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 besetting universities and academia. The Stifterverband sees its role as an unconventional think tank in an over bureaucratized science system. It unites some 3,000 companies, business associations and private individuals. For its programmes it receives approximately 30 million EUR per annum in the form of donations. It acts as trustee for a continually growing number of private foundations, currently some 460, with endowment funds of 2.2 billion EUR and an annual funding amount of more than 110 million EUR.

Visit [www.stifterverband.de](http://www.stifterverband.de) for more information

