



## Checkliste: Call for Papers (CfP)

# Inhalt

Vorwort .....	3
1. Worauf muss bei der Erstellung des CfP geachtet werden? .....	4
2. Welche Informationen sollte ein CfP enthalten? .....	5
3. Welche Möglichkeiten der Bekanntmachung können Sie nutzen?.....	7
4. Welche Informationen müssen dem Autor zur Einreichung vorliegen?.....	9

# Vorwort

## Checkliste: Call for Papers

Mit dem Call for Papers, auch Call for Abstracts genannt, ist der Aufruf zur Einreichung wissenschaftlicher Arbeiten im Rahmen einer Konferenz gemeint. Absender des Call for Papers ist der Kongresspräsident bzw. die dahinter stehende Institution, Kongressorganisation oder Fachgesellschaft. Empfänger können sämtliche potentielle Interessenten der Konferenz sein. Mit diesem White Paper zum Thema Call for Papers bieten wir Ihnen vier Checklisten, die Ihnen die Planung und Umsetzung erleichtern sollen.

Die erste Checkliste hilft Ihnen, die vor der Erstellung des Call for Papers ablaufenden Gedankenprozesse zu ordnen. Anhand der zweiten Checkliste können Sie die Inhalte des Call for Papers erarbeiten. Mit der dritten Checkliste geben wir Ihnen eine Vorlage möglicher Kanäle zur Bekanntmachung Ihres Aufrufs. Im vierten Abschnitt geht es dann bereits um die Weiterführung des Call for Papers, nämlich um die Informationen und Inhalte, welche die Autoren bei der Einreichung ihrer Beiträge benötigen.

Dabei sind viele Checklistenpunkte nicht nur unter organisatorischen Blickpunkten relevant, sondern beispielsweise auch für die Umsetzung der Beitragseinreichung über eine Konferenzmanagement-Software.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Vorbereitung und Durchführung Ihrer Konferenz!

# 1. Worauf muss bei der Erstellung des CfP geachtet werden?

Die Planung des Call for Papers ist sehr komplex. Anzahl und Umfang der erwarteten Paper sowie Art und Weise der Bewertung sollten Sie genau durchdenken, um im CfP entsprechende Informationen bereitstellen zu können.

## ■ **Wer sind potentielle Gutachter?**

Rekrutieren sich die Gutachter aus dem Kreise des wissenschaftlichen Fachverbandes oder der Fakultät? Werden Koryphäen eines bestimmten Fachgebietes als Gutachter eingeladen? Oder rekrutieren sich die Gutachter eventuell aus dem Kreis der Einreicher?

## ■ **Wie viele Paper soll ein Gutachter maximal zur Bewertung bekommen?**

In erster Linie stellt sich hier die Frage der Zumutbarkeit. Aus welchem Kreis hat man seine Gutachter rekrutiert? Wie viele Gutachter kommen auf wie viele Paper? Was kann jeder Einzelne maximal leisten?

## ■ **Ist das Reviewing einfach oder sehr komplex?**

Einfach, bspw.: allein der Kongresspräsident schaut alle Beiträge durch und entscheidet allein Erfahrungsgemäß ist dies eine sehr zeitschonende Variante, da keine Informationen oder erneute Anforderungen weitergetragen werden müssen. Außerdem sind keine Rückfragen zwischen Gutachtern und Tagungspräsident zu klären.

Kompliziert, bspw.: mehrstufiges Verfahren mit mehreren Gutachtern je Paper

In diesem Fall ist die zeitliche Planung ganz exakt und unbedingt mit zeitlichen Puffern vorzunehmen.

In jedem Falle sollte man von einem wichtigen Termin wie z. B. der Veröffentlichung des Programms oder dem Drucktermin des Programmheftes zurück rechnen.

## ■ **Bis wann sollten die Einreicher informiert sein?**

Viele Einreicher warten ab, ob ihr Beitrag angenommen wurde und fällen erst dann eine Entscheidung zur Teilnahme. Das sollte beachtet werden, insofern es spezielle Buchungszeiträume wie z. B. „Frühbucher“ gibt. Haben die Autoren dann nicht mehr die Möglichkeit auf einen vergünstigten Preis, könnten sie verärgert sein. Alternativ zum Frühbucherpreis können spezielle Tarife für Autoren angeboten werden. Die Konferenz-Management-Software Converia beispielsweise unterstützt dies.

## ■ **Bis wann wird das Feedback der Autoren zu deren Teilnahme an der Konferenz benötigt?**

Erst danach kann die Planung des Konferenzprogrammes vorgenommen werden. Soll eine Drucksache, wie ein detailliertes Programmheft, im Vorfeld, z. B. vier Wochen vor Beginn der Konferenz, verschickt werden, empfiehlt es sich, rückwärts zu planen, d. h. man würde vom anvisierten Versandtag aus berechnen, wie viel Zeit die einzelnen Arbeitsschritte (Druck, Freigabeprozess, Korrekturfahnen, Erstellung, Komplettierung aller Inhalte) benötigen.

Lesen Sie dazu auch in unserem Blog:

[Deadline Management – Die Basis jeder erfolgreichen Konferenzplanung](#)

## 2. Welche Informationen sollte ein CfP enthalten?

Mittels des Call for Papers erfahren potentielle Autoren von der Existenz Ihrer Konferenz. Sie erhalten so die Chance, Ihr Programm mit freien Vorträgen zu bereichern, indem Sie ihre wissenschaftlichen Arbeiten zur Präsentation anbieten. Der Call for Paper dient dabei als „Bekanntmachung“ der Konferenz und muss daher, egal welches Medium (Internet, Drucksache, Fachpresse) genutzt wird, alle für die potentiellen Autoren relevanten Informationen enthalten.

- Aufruf/Vorwort des Kongresspräsidenten  
Es verleiht dem Call for Papers eine persönliche Note, zeigt den potentiellen Autoren Ihre Wertschätzung und ist eine Einladung, das wissenschaftliche Programm zu bereichern.
- Hauptthemen der Konferenz  
Anhand dieser orientieren sich die Autoren hinsichtlich der Relevanz ihrer wissenschaftlichen Arbeit für die Konferenz.
- Themen, zu denen eingereicht werden kann (das sind meist die Hauptthemen)  
Für die Beurteilung der Paper werden oft Spezialisten ihres Fachgebietes als Gutachter eingeladen. Über eine Konferenz-Software können Sie Gutachter und deren Themengebiete importieren und später für den Reviewing-Prozess die Zuordnung der Paper auf die Gutachter automatisch durchführen lassen.
- Angebotene Präsentationsformen (Poster, Vortrag, Workshop, Sessions etc.)  
Hier kann der Autor eine Vorauswahl treffen, wie aktiv, wie praxisbezogen er seinen Beitrag sieht. Für die Programmplanung gibt diese Vorauswahl wichtige Informationen. So können Poster über die gesamte Konferenzzeit auf einer für alle Teilnehmer zugänglichen Fläche ausgestellt werden, während Workshops oft auf eine kleine Teilnehmerzahl beschränkt sind und spezielle Raumanforderungen hinsichtlich Technik und Bestuhlung mit sich bringen.
- Konferenzsprache  
Sie wird je nach nationaler oder internationaler Relevanz gewählt, zumeist ist sie Englisch.
- Link/Homepage zur Einreichung der Beiträge  
Zum einen müssen die Autoren wissen, wo sie ihre Beiträge einreichen können. Zum anderen haben die Organisatoren auf einer Webseite immer die Möglichkeit, aktuelle Meldungen zu veröffentlichen.

## Terminvorgaben

### *Zeitspanne der Einreichung*

Erfahrungsgemäß läuft die Einreichung langsam an und erfährt ihren Höhepunkt kurz vor Erreichen der Frist. Oft gibt es Erweiterungen der Einreichungsfrist. Prüfen Sie rechtzeitig, welcher Spielraum maximal besteht.

### *Wann werden die Ergebnisse voraussichtlich kommuniziert*

Für die Einreicher ein sehr wichtiger Termin, denn viele Autoren machen ihre Teilnahme davon abhängig, ob ihr Beitrag angenommen wurde.

### *Wann geht das Programm voraussichtlich online*

Nachdem die Autoren im Programm sehen können, wann ihre Vorträge platziert sind, entscheiden sie, ob sie an der kompletten Tagung oder nur tageweise teilnehmen. Sie als Organisator sollten hier auf jeden Fall mit der Bezeichnung „vorläufiges Programm“ arbeiten, denn erfahrungsgemäß gibt es nach der ersten Veröffentlichung des Programmes eine Vielzahl von Verschiebungen, bedingt durch Autoren, die melden, dass ihnen die Präsentation ihres Vortrages nur an bestimmten Tagen möglich ist.

### **Allgemeine Informationen zur Konferenz (URL der Website, Veranstaltungszeitraum, Konferenzstätte)**

Die Autoren, die Beiträge einreichen, tragen sich mit der Intention, auch daran teilzunehmen. Sie benötigen also weiterführende Informationen bzw. den Hinweis auf eine Homepage, wo sie diese finden können.

### **Ggf. spezielle Sonderkonditionen und Zeiträume zur Anmeldung von Autoren**

Autoren freier Beiträge steuern einen hohen Anteil an Inhalten einer Konferenz bei. Mit dem Angebot spezieller Anmeldegebühren und -zeiträume für Autoren können Sie sich als Organisator für die aktive Mitarbeit an der Konferenz bedanken.

### **Falls bereits bekannt: Ist ebenfalls die Einreichung weiterführender Manuskripte oder gar der Präsentationen geplant**

Die Autoren haben damit von Anfang an Kenntnis über weitere zu treffende Vorbereitungen und auch über den Aufwand der Beteiligung an der Konferenz.

### **Angaben zu Poster- und/oder Vortragspreisen, soweit diese vorgesehen sind**

Hiermit können Sie Anreize schaffen, die eine hohe Beteiligung fördern.

## 3. Welche Möglichkeiten der Bekanntmachung können Sie nutzen?

Damit der CfP seine gewünschte Wirkung entfalten kann, muss man im Vorfeld genau überlegen, in welchen Kanälen man die Information streuen möchte bzw. sollte. Aus diesen Überlegungen ergibt sich dann auch eine Mindestanforderung an die Druckauflage.

Folgende Möglichkeiten gibt es:

### ■ **Direktversand an potentielle Konferenzteilnehmer**

Die direkteste Form der Ansprache. Die dafür benötigten Adressdaten können gekauft oder recherchiert werden, siehe z. B. Ärzte für einen Medizinkongress. Denkbar ist auch der Adressaustausch untereinander, insofern es sich um themenverwandte Fachgesellschaften handelt.

### ■ **Beilage in Fachzeitschriften**

Für jede Profession und Fachrichtung gibt es renommierte Publikationen. Um einzuschätzen, ob die Beilage des Call for Papers sinnvoll ist, müssen die Erscheinungstermine genau geprüft werden.

### ■ **Auslage an Hochschulen & wissenschaftlichen Instituten**

Eine kostenschonende Variante gegenüber der teuer zu bezahlenden Beilage in Fachzeitschriften. Natürlich müssen auch hierzu Adressen recherchiert sowie Päckchen gepackt und versendet werden. Ob die Flyer dann ausgelegt werden oder in die Papiertonne wandern, kann nur schwer überprüft werden.

### ■ **Beilage in Kongresstaschen themenverwandter Konferenzen**

Dies ist eine gute Gelegenheit, potenzielle Teilnehmer, die sich bereits in „Konferenzlaune“ befinden, auf ihre Veranstaltung aufmerksam zu machen. Eventuell kann mit dem Ausrichter der Konferenz, auf welcher Sie beilegen möchten, ein Kompensationsgeschäft abgeschlossen werden, d. h. man offeriert im Gegenzug die gleiche Werbemöglichkeit auf der eigenen Veranstaltung.

### ■ **Auslage auf themenverwandten Kongressen**

Als Alternative zum vorangehenden Punkt. Sollte das Beilegen in die Konferenztasche nicht möglich oder zu kostspielig sein, besteht evtl. diese Möglichkeit.

### ■ **Versand an Fachgesellschaften zur Beilage in deren Mitgliedermailings**

Eine Variante, die oft von Fachgesellschaften genutzt wird, die sich gegenseitig unterstützen – also als Kompensationsgeschäft. Diese Variante kann allerdings nur genutzt werden, wenn hinsichtlich des Konferenzthemas keine Konkurrenz besteht. Ein Beispiel: Die Mitgliederadressen des Verbandes aller Hausärzte sind sicherlich interessant für den Jahreskongress der Deutschen Hochdruckliga, denn Hausärzte beschäftigen sich oft mit dem Thema „Bluthochdruck“.

### ■ **Verlinkung des Call for Papers auf den Webseiten themenverwandter Fachgesellschaften/Institute**

Die Möglichkeit, Mitgliederadressen nutzen zu können, besteht nicht oft. Diese Maßnahme könnte alternativ angefragt werden.

**Einbindung des Call for Papers bzw. des Konferenztermins in den Veranstaltungskalendern themenverwandter Fachgesellschaften/Institute**

Die Möglichkeit, Mitgliederadressen nutzen zu können, besteht nicht oft. Diese Maßnahme könnte alternativ angefragt werden.

**Mailversand eines Flyer-PDFs**

Ausreichend, wenn es sich um ein sehr spezielles Konferenzthema handelt und sich die Akteure kennen. Die Verbreitung der Information würde dann durch das „familiäre Umfeld“ unterstützt.

**Bekanntmachung über Social-Media-Kanäle, wie etwa Twitter, Facebook oder Google+**

Unterschätzen Sie nicht die Bedeutung der neuen Medien. So lassen sich News zur Veröffentlichung des Programms innerhalb einer XING- oder Facebook-Gruppe sehr schnell verbreiten.

**Freie Verteilung**

Die freie Verteilung hat eher Relevanz für Publikums-/Laienveranstaltungen, also öffentliche Veranstaltungen, deren Zuhörer aus der Bevölkerung kommen. Für Fachtagungen empfehlen sich eher die o. g. Maßnahmen.



## 4. Welche Informationen müssen dem Autor zur Einreichung vorliegen?

Sobald die Autoren beginnen, ihre Beiträge einzureichen, sollte ihnen die genutzte Software folgende Informationen liefern:

### ■ **Generelle Hinweise zum Ablauf der Paper Submission**

Sie können viele Rückfragen vermeiden, indem Sie hier bereits darüber informieren, wann mit den Bewertungsergebnissen und der Veröffentlichung des Programms gerechnet werden kann.

### ■ **Form der Einreichung: reiner Text, HTML-Formular, Datei-Upload oder evtl. eine Kombination aus reinem Text und Upload**

Maßgeblich hierfür ist wohl das wissenschaftliche Feld der Konferenz. So kommt eine Psychologen-Konferenz sicher ohne Formeln aus, eine Physiker-Konferenz jedoch sicherlich nicht.

### ■ **Falls es bestimmte Formatvorgaben gibt, sollte eine entsprechende Vorlage zum Download bereit stehen**

Entscheiden Sie, ob Sie den Autoren alle Freiheiten zum Format geben oder die Paper in einer bestimmten Gliederung (Einleitung, Hauptteil, Ergebnis) benötigen. Soll zur Konferenz ein Tagungsband veröffentlicht werden, empfiehlt sich eine Formatvorlage in jedem Falle, da dann alle Paper einheitlich aufbereitet vorliegen.

### ■ **Angaben zu einer maximalen Zeichenanzahl oder der maximalen Dateigröße**

Auch hier empfiehlt sich die Orientierung an den geplanten Drucksachen: Wie viele Zeichen Fließtext passen bspw. auf eine DIN-A4-Seite.

### ■ **Angaben zur Verwendung von Sonderzeichen, Formeln, Bildern etc.**

Wichtigste Frage hierzu ist sicherlich die korrekte Darstellung der Daten nach Einreichung. Hierfür würde sich dann in jedem Falle der Upload eines PDFs empfehlen.

### ■ **Ggf. Zustimmung zu Veröffentlichungsbedingungen und/oder den AGBs**

Beachten Sie bitte von Beginn der Konferenz an, welche rechtlichen Voraussetzungen vorliegen müssen. So sollte bspw. klar kommuniziert werden, dass mit Einreichung eines Beitrages ebenfalls das Recht zu dessen Veröffentlichung gegeben wird.

### ■ **Im Veröffentlichungshinweis sollten die Autoren sehen, welche Publikationen, z. B. ein Tagungsband, geplant sind**

Als Veranstalter sichern Sie sich mittels eines Veröffentlichungshinweises von Beginn an ab, was die Nutzung der eingereichten Paper betrifft.

### ■ **Falls begrenzt, die Anzahl maximal einreichbarer Paper und falls vorgesehen, die entsprechenden Informationen zur Anwendung von Paid Presentations**

Immer mehr Veranstalter ergänzen ihre Teilnahmegebühr um einen Aufschlag für Referenten, die mehr

als einen Vortrag bei der Konferenz halten möchten und decken somit die Mehrkosten (Raummiete, Technik, Material), die dadurch entstehen.

**Besteht neben der Möglichkeit, einzelne Beiträge einzureichen, auch die Möglichkeit, komplette Sessions einzureichen?**

Bei einigen Konferenzen können sich die Teilnehmer noch aktiver, als nur mit eingereichten Beiträgen beteiligen. Sie können ganze Sessions zur Aufnahme ins Programm anbieten. Hierfür benötigen Sie als Veranstalter eine Konferenz-Management-Software, die das abbilden kann.

**Auflistung der von Autor und Co-Autoren benötigten Daten**

Falls Sie bspw. die Veröffentlichung eines Tagungsbandes planen, können Sie die Einreicher bereits hier darauf hinweisen, ggf. auf die Angabe der Reihenfolge der Co-Autoren zu achten. Denn an dieser Stelle wird oft keine alphabetische Reihenfolge gewünscht, sondern eine Darstellung nach Wichtigkeit/Mitarbeit am Paper.



## Über die Autorin

Kati Fischer ist Projekt-Managerin für Converia. Seit mehr als 15 Jahren organisiert sie Kongresse, daher kennt sie die Wünsche und Bedürfnisse der Veranstalter. Bei Converia ist sie verantwortlich für die Betreuung der Kunden und deren Konferenzen.

E-Mail: [kati.fischer@converia.de](mailto:kati.fischer@converia.de)



## Über Converia

Converia ist die Konferenz-Management-Software für die Organisation wissenschaftlicher Tagungen. Mit Funktionen wie Teilnehmerregistrierung, Kreditkartenzahlung, Rechnungswesen, Abstract Submission und Reviewing, dem grafischen Konferenzplaner oder dem Check-In-Modul unterstützt Sie Veranstalter bei allen Prozessen der Konferenzorganisation. Bedeutende europäische Universitäten und Forschungseinrichtungen verlassen sich bei Ihren Konferenzen auf die Funktionen und den Service von Converia.

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

## Impressum

**Converia GmbH**

Kaufstraße 2-4  
99423 Weimar

Telefon: +49 3643/811 807 70

Telefax: +49 3643/811 807 99

[info@converia.de](mailto:info@converia.de)

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

Geschäftsführende Gesellschafter:

Dipl.-Ing. Christian Burger

Rainer Kretzer

Umsatzsteueridentifikationsnummer gemäß § 27 a Umsatzsteuergesetz:

USt-IdNr. DE272037292

Amtsgericht Jena

HRB 505418