



## Dokumentation zum Workshop

### Image statt Inhalt? – Warum wir eine bessere Wissenschaftskommunikation brauchen

am 30. Juni und 1. Juli 2014 in Hannover

Weitere Informationen finden Sie unter [www.volkswagenstiftung.de/wowk14](http://www.volkswagenstiftung.de/wowk14)

#### **Programmteil V: Vorstellung der Arbeitsgruppenergebnisse**

Zu Beginn von Programmteil V wurden zunächst die Ergebnisse aus den vier Arbeitskreisen vorgestellt, bevor in der Abschlussdiskussion Ideen und Anregungen zur gemeinsamen Weiterarbeit aller Akteure der Wissenschaftskommunikation gesammelt wurden.

Moderatorin Lilo Berg fasste kurz die Ausgangslage zusammen und konstatierte für alle beteiligten Gruppen eine große Unsicherheit in Bezug auf verschiedene Aspekte der Wissenschaftskommunikation, die sich während der zweitägigen Veranstaltung gezeigt habe. So werde etwa das kommunikative Engagement von Wissenschaftlern in Institutionen nicht ausreichend gewürdigt, gleichzeitig werde aber beispielsweise durch Förderorganisationen die Intensivierung von Kommunikationsmaßnahmen zunehmend gefordert. Durch den aktuellen Wandel der Medienlandschaft und das Einsparen von Wissenschaftsressorts etwa in Tageszeitungen breche den Wissenschaftskommunikatoren zunehmend die Zielgruppe der qualifizierten Wissenschaftsjournalisten weg. Die Wissenschaftsjournalisten wiederum sähen sich dem Bedeutungsverlust der klassischen Verlage und den Herausforderungen der neuen Medien ausgesetzt. Zusammengefasst habe die VolkswagenStiftung den idealen Zeitpunkt für ihren Workshop und die Auseinandersetzung mit dem Thema Wissenschaftskommunikation gefunden, die bereits begonnen hatte mit dem Engagement des [Siggener Kreises](#) und der [Projektgruppe „Zum Verhältnis zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und Medien“ \(WÖM\)](#) der Nationalen Akademie der Wissenschaften Leopoldina, der Deutschen Akademie der Technikwissenschaften – acatech und der Union der deutschen Akademien der Wissenschaften.

Josef Zens präsentierte die Ergebnisse aus **Arbeitskreis I „Wie Forscher(innen) mit Wissenschaftskommunikation Mehrwert erzielen können“**. Als intrinsische Motivation von Wissenschaftlern, selbst externe Wissenschaftskommunikation zu betreiben, nannte er den Wunsch, die Hoheit über die eigenen Informationen zu behalten. Ein weiterer Mehrwert liege in positiven Erfahrungen bei öffentlichen Veranstaltungen, die neue Anreize für die eigene Lehre und neue Forschungsideen bieten können. Als übergeordnete Ziele, die Wissenschaftler zur Wissenschaftskommunikation motivieren, nannte Zens die Legitimation der eigenen Arbeit und des Systems Wissenschaft. Dies werde in unserer Gesellschaft, die Wissenschaft zunehmend infrage stelle und in der die Wissenschaft politisiert und ideologisiert sei, immer wichtiger. Als Beispiele nannte er in diesem Zusammenhang so umstrittene Themenkomplexe wie Stammzellforschung, Fracking und Kernenergie. Gute Wissenschaftskommunikation könne als Grundlage dafür dienen, dass demokratische Entscheidungen aus der Gesellschaft über Wissenschaft auf informierter Basis gefällt werden. Um die Mehrwertgenerierung durch Wissenschaftskommunikation für Wissenschaftler zu erleichtern, wurde in Arbeitskreis I die Forderung festgehalten, Wissenschaftskommunikation bereits in der studentischen Ausbildung zu verankern. Weiterhin wurde gefordert, dass die Leitungs-

ebene von wissenschaftlichen Einrichtungen ihre Kommunikationsabteilungen stärken muss und dass die abteilungsübergreifende Kooperation zwischen Kommunikatoren und Wissenschaftlern gefördert werden solle. Hierbei können das Sammeln von Best-practice-Beispielen (und negativen Erfahrungen) und die Konzeption von geeigneten Formaten dienen.

Aus **Arbeitskreis II „Die Uni bin ich! Von Eitelkeiten, Maulkörben und anderen Störfeuern bei der Vermittlung wissenschaftlicher Wahrheit“** berichtete Elisabeth Hoffmann. Sie benannte zunächst Fälle, in denen Wissenschaftskommunikation misslingt. Als Beispiel nannte sie mangelnde Transparenz in der externen Kommunikation von Pressestellen, wenn etwa die Finanzierung bestimmter Forschungsprojekte oder mögliche Interessenkonflikte verschwiegen werden. Kritisiert wurde auch eine übertriebene Imagekommunikation wissenschaftlicher Einrichtungen und die vorherrschende Ankündigungs-PR. Es werde zu wenig über den Prozess wissenschaftlicher Forschung kommuniziert, der auch Fehlschläge und negative Ergebnisse beinhalte, erläuterte Hoffmann. Kritisch beleuchtet wurde in diesem Zusammenhang das Ausklammern von vermeintlich wenig medienwirksamen Themen. Zusammenfassend hielt Hoffmann fest, dass es insgesamt ein Zuviel an nicht relevanter Wissenschaftskommunikation gebe und dass allen beteiligten Akteuren vom Wissenschaftler über die Wissenschaftskommunikatoren bis hin zu den Medien ein „Versagen der Filterfunktion“ konstatiert werden müsse. Um die Wissenschaftskommunikation zu verbessern forderte Hoffmann, dass eine Charta mit Kriterien zu guter Wissenschaftskommunikation, für die der Siggener Kreis und WÖM bereits Vorarbeiten geleistet haben, weiterentwickelt werden müsse. Hoffmann betonte, dass es sehr wichtig sei, eine solche Charta, die als Anleitung für die verschiedenen Akteure und ihr jeweiliges Umfeld dienen solle, auf breiter Basis in den verschiedenen Einrichtungen zu etablieren.

Ergebnisse aus **Arbeitskreis III „Gute Wissenschaftskommunikation im Web 2.0“** präsentierten Volker Stollorz und Julia Wandt. Als Chance guter Wissenschaftskommunikation im Web 2.0 nannte Stollorz den Gewinn an Authentizität in der externen Kommunikation („Flair des Laborkittels“), der sich daraus ergebe, dass einzelne Wissenschaftler sehr große Publika erreichen können. Gute Wissenschaftskommunikation im Web 2.0 zeichne sich darüber hinaus durch ihren dialogischen Charakter aus. Gleichzeitig sei sie stärker symmetrisch als bisherige Formen der Wissenschaftskommunikation und akzeptiere die Selbstorganisation von Communities. Die Teilnehmer des Arbeitskreises schlugen deshalb vor, den etablierten Begriff der Zielgruppe durch den der Interaktionsgruppe zu ersetzen. Eine weitere Chance der Wissenschaftskommunikation im Web 2.0 liegt laut Stollorz darin, dass sie die Fremdbeobachtung von Wissenschaft durch die Selbstdarstellung der Wissenschaft ergänze. So könnten Vertrauen und Transparenz geschaffen werden. Als weiteren Vorteil der Wissenschaftskommunikation im Web 2.0 wurde genannt, dass sie wissenschaftliches Wissen auch überinstitutionell organisieren. Dies behebe einen auf Seiten der Gesellschaft empfundenen Mangel, ergänzte Stollorz. Darüber hinaus erleichtere Wissenschaftskommunikation im Web 2.0 das Sichtbarmachen von Nischenthemen, sodass selbst Wissenschaftler mit „sehr abgelegenen Themen“ eine relativ große Community erreichen können. Forschungsbedarf sahen die Teilnehmer des Arbeitskreises III im Hinblick auf die Frage, wie die Qualität der Wissenschaftskommunikation im Web 2.0 gesichert werden könne. Darüber hinaus sollte sich die Forschung zum Berufsfeld Wissenschaftskommunikation mit der Frage beschäftigen, wie in Ausbildung und Fortbildung die sich dynamisch wandelnden neuen Medien adäquat berücksichtigt werden können. Gefordert wurde in diesem Kontext, aktuelle technologische Entwicklungen stets im Blick zu behalten. Ein Vorschlag für die Wirkungsforschung war, zu untersuchen, wie sich gute oder schlechte Wissenschaftskommunikation auf unterschiedliche Publika auswirke. Eine solche Analyse im Bereich „Science of Science Communication“ sollte als Basis für maßgeschneiderte Kommunikationsstrategien dienen. Als abschließende Empfehlung der Gruppe nannte Julia Wandt, dass eine nachhaltige Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Expertengruppen zur Wissenschaftskommunikation, wie dem Siggener Kreis, WÖM und dem [Bundesverband Hochschulkommunikation](#), angestrebt werden

müsse. Es gehe darum, einen dialogischen Prozess zu initiieren, der auf die Veränderungen der Wissenschaftskommunikation im Web 2.0. reagiere. Dazu gehöre auch, eine Form der Online-Publikation zu wählen, die den sich schnell selbst überholenden Forschungsergebnissen zum Web 2.0 gerecht werde.

Aus **Arbeitskreis IV „Die Praxis gute Wissenschaftskommunikation richtig fördern“** berichtete Ekkehard Winter. Die Aufgabe von Stiftungen sei es vor allem, Wissenschaftler dabei zu unterstützen, selbst zu kompetenten Akteuren der Wissenschaftskommunikation zu werden. Dementsprechend sollte Wissenschaftskommunikation stärker in der akademischen Ausbildung verankert werden. Ein weiteres Handlungsfeld sei die Lehrerausbildung, damit bereits in Schulen ein Beitrag zur „Scientific Literacy“ geleistet werde. Hier könnten vor allem Bildungsstiftungen aktiv werden. Es sei eine große Herausforderung, passende Formate der Wissenschaftskommunikation für die junge Zielgruppe der Digital Natives zu entwickeln, ergänzte Winter. Als weiteren Bereich, in dem Förderorganisationen verstärkt tätig werden sollten, nannte Winter den Journalismus. In der derzeitigen Situation der Medien, in der Wissenschaftsressorts zunehmend wegbrächen und Wissenschaftsthemen vermehrt von anderen Ressorts übernommen würden, sei es wichtig, auch Journalisten, die nicht auf diese Themen spezialisiert sind, entsprechend zu schulen. So könne ein Beitrag dazu geleistet werden, die Bedeutung wissenschaftlicher Gegenstände als „Querschnittsthemen“ angemessen darzustellen.

Im Verlauf der **Abschlussdiskussion** wurden von den Teilnehmern des Workshops verschiedene Ideen und Forderungen für den weiteren Dialog in der Wissenschaftskommunikation gesammelt. Für die sehr heterogene Berufsgruppe der Wissenschaftskommunikatoren wurde die Notwendigkeit systematischer Weiterbildungsangebote konstatiert. Angeregt wurde, dass es einen Überblick zum Anforderungsprofil für das Berufsfeld der Wissenschaftskommunikatoren geben müsse. Darüber hinaus wurde die Entwicklung spezieller Evaluationsmaßnahmen für diesen Bereich gefordert. Es sei notwendig, eine Charta zu entwickeln, auf die sich Kommunikatoren z.B. bei Konflikten mit Institutsleitungen berufen können. Der [Siggener Aufruf](#) könne hier als Grundlage dienen, die nun präzisiert und weiterentwickelt werden müsse, erläuterte Elisabeth Hoffmann. Uneinigkeit herrschte in Bezug auf die Forderung, Wissenschaftskommunikation und Marketing strikt voneinander zu trennen. Von einem Großteil der Teilnehmer wurde angezweifelt, dass dies in der Praxis möglich sei. Mit Blick auf Wissenschaftler, die sich in der Wissenschaftskommunikation engagieren, wurde vorgeschlagen, dass es im Sinne einer Wirkungsforschung Untersuchungen zu den Interrelationen zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und Politik geben solle. Die unter den Teilnehmern des Workshops weitverbreitete Ansicht, dass Wissenschaftler die Hauptakteure der Wissenschaftskommunikation seien, führte zu der Forderung nach der systematischen Qualifizierung von Wissenschaftlern zu Kommunikatoren. Vorgeschlagen wurde in diesem Zusammenhang, das „kleine Einmaleins der Wissenschaftskommunikation“ ab Master-Level in der universitären Ausbildung zu etablieren. Als weitere Forderung wurde artikuliert, dass die Verantwortlichkeit für Kommunikation in wissenschaftlichen Einrichtungen geklärt werden müsse, etwa in Hinblick auf die Frage, wer worüber auf welchen Kanälen kommunizieren dürfe und welche Abstimmungserfordernisse notwendig seien. Ein grundlegendes Anliegen war die Verankerung von Standards guter Wissenschaftskommunikation in die Regeln guter wissenschaftlicher Praxis, wie es bereits die [WÖM-Empfehlungen](#) enthalten, um wissenschaftlich unredliche externe Kommunikation zu vermeiden. Der Impulsvortrag von Frank Marcinkowski und Matthias Kohring ([Link: Manuskript, pdf](#)) diene als Anlass für die Forderung nach einer grundlegenden Diskussion zu der Frage, inwiefern Kommunikation eine Voraussetzung für den Wissenschaftlerberuf darstelle. Mit Blick auf den (Wissenschafts-)Journalismus wurde die Einrichtung eines Science Media Centers als journalistisches Infrastrukturprojekt gefordert. Darüber hinaus sollten mögliche Interessenskonflikte bei der wissenschaftsjournalistischen Berichterstattung offengelegt werden (Stichwort: Recherchereisen). Es wurde vorgeschlagen, dass die Forderung nach Qualitätssicherung wissenschaftsjournalistischer Kompetenz etwa durch die Entwicklung neuer Erlösmodelle für den Jour-

nalismus erlangt werden könne. Wissenschaftsfördernde Stiftungen wurden in diesem Zusammenhang als mögliche Unterstützer genannt.

Einig waren sich die Teilnehmer des Workshops darüber, dass ein für den Bereich der Wissenschaftskommunikation tiefgreifender Kulturwandel angeregt werden müsse. So sollte es mehr Wertschätzung für kommunizierende Wissenschaftler geben. Gleichzeitig müsse die professionelle Wissenschaftskommunikation als strategischer Partner der Wissenschaft etabliert werden.

In seinem **Schlusswort** hielt Wilhelm Krull, Generalsekretär der VolkswagenStiftung, fest, dass das Ziel der Veranstaltung erreicht wurde. So sei es gelungen, den Komplex von Wissenschaft und Wissenschaftskommunikation näher zu beleuchten und einen verstärkten Austausch aller Akteure anzuregen. Im weiteren Verlauf des Dialogs zu diesem Themenfeld solle laut Krull insbesondere die Verantwortung der Leitungspersonen stärker in den Blick genommen werden. In Bezug auf den Stellenwert, welcher der Wissenschaftskommunikation in einzelnen Organisationen und Instituten zukommt, gelte es, neue partnerschaftliche Vernetzungen zu etablieren. Krull konstatierte, dass es in der deutschen Wissenschaftsforschung im Vergleich zu anderen Ländern nur wenige Untersuchungen über Wissenschaftskommunikation und Wissenschaft als Prozess gebe. Zu fragen sei, wo in diesem Verhältnis Defizite liegen, und diese aufzugreifen, um für mehr Aufklärung und Klarheit in der Praxis der Wissenschaftskommunikation zu sorgen.