



Dokumentation zum Workshop

FORSCHUNGSKOMMUNIKATION UNTER DEM DRUCK DER PR

am 5. und 6. Oktober 2015 in Hannover

Die kommunikative Verantwortung der Wissenschaft

Jens Rehländer, Leiter Kommunikation, VolkswagenStiftung

Sehr geehrte Gäste,

ich freue mich, dass Sie der Einladung der VolkswagenStiftung zu diesem Workshop gefolgt sind und begrüße Sie nun neun Minuten lang im Tagungszentrum Schloss Herrenhausen, am Saum des sogenannten Großen Gartens aus der Barockzeit Hannovers, der Zeit des lokalen Genies Gottfried Wilhelm Leibniz. Mein Name ist Jens Rehländer. Ich leite die Kommunikation der Stiftung und war bis 2010 mehr als zwei Jahrzehnte beim Magazin GEO in Hamburg.

Herr Dr. Krull, der Generalsekretär der VolkswagenStiftung, hat mir aufgetragen, Ihnen seine herzlichsten Grüße auszurichten. Sehr gern hätte er an diesem Treffen teilgenommen. Nur befindet er sich im Moment in weiter Ferne, auf einer Dienstreise in der Kaukasus-Region, wo die Stiftung seit Jahren mit Capacity-building-Projekten fördernd tätig ist. Trotzdem ist die Stiftung heute noch mit weiteren Personen hier vertreten. Ich begrüße z. B. Dr. Henrike Hartmann, die neue Leiterin der Förderabteilung.

Meine Damen und Herren, die heutige Tagung knüpft an eine andere vom Sommer 2014 an. Deren Titel lautete: „Image statt Inhalt – Warum wir eine bessere Wissenschaftskommunikation brauchen“. Der Zeitpunkt war günstig, die Debatte um Qualitätskriterien in der Wissenschaftskommunikation entbrannt. Unmittelbar vorher hatten der sogenannte Siggener Kreis ein Papier sowie acatech, Leopoldina und Union der Akademien Empfehlungen publiziert, die aus unterschiedlichen Perspektiven die Verfertigung von Wissenschaftskommunikation und die Rollen verschiedener Akteure kritisch reflektierten. Beide Initiativen haben 2014 ihre Befunde auf unserer Tagung vorgestellt.

Seither sind die Aktivitäten nicht abgeflaut. So haben z. B. der Bundesverband Hochschulkommunikation und „Wissenschaft im Dialog“ eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, die, Zitat, „Leitlinien für eine gute Wissenschafts-PR“ entworfen und vergangenen Freitag online gestellt hat. Dieser Entwurf wird nun in verschiedenen Kontexten diskutiert und soll im Frühjahr 2016 in seiner endgültigen Form veröffentlicht werden.

Bei den Akademien wiederum hat eine neue Expertengruppe ihre Arbeit aufgenommen, die sich der Bedeutung, Chancen und Risiken der sozialen Medien in der Wissenschaftskommunikation widmen wird. Zwischenergebnisse sind auch hier für das Frühjahr 2016 angekündigt.

Es ist also nach wie vor viel Bewegung auf dem Spielfeld der Wissenschaftsvermittlung. Und da liegt die Frage nahe: Wo verortet sich die VolkswagenStiftung?

In deren Portfolio gibt es ein eigenes Förderangebot namens „Wissenschaftsvermittlung und Kommunikation“. Es bringt die Überzeugung zum Ausdruck, dass die Verwirklichung des Stiftungszweckes, also die Förderung von Wissenschaft und Technik in Forschung und Lehre, untrennbar mit redlicher Wissenschaftskommunikation verbunden ist.

Die Stiftung ermutigt ihre Geförderten, Öffentlichkeitsarbeit für ihre Projekte durchzuführen und bietet dafür zusätzliche Finanzmittel an. Doch nur sehr wenige Forscherinnen und Forscher machen davon Gebrauch. Zwei Gründe dürften dafür ausschlaggebend sein: Erstens: Wissenschaftsvermittlung zahlt nach wie vor nicht auf das eigene Impact-Factor-Konto ein. Das heißt der Mehraufwand lohnt sich für die Karriere nicht. Punkt zwei: Nur wenige Forscherinnen und Forscher begreifen es als ihre Aufgabe, sich außerhalb der Fachgruppe und der Journals selbst aktiv für die Vermittlung ihrer Erkenntnisse zu engagieren.

Drücken sich diese Wissenschaftler um ihre Mitverantwortung? Denn das Bild, das sich die Gesellschaft – inklusive Wissenschaftspolitik und Drittmittelgeber – vom Zustand der Wissenschaft macht, prägen die Forscherinnen und Forscher ganz entscheidend mit.

Eine Stiftung, deren Zweck die Förderung von Wissenschaft und deren Anliegen die Stärkung des Ansehens der Wissenschaft ist, muss natürlich interessieren, wie Forschungsergebnisse heute ihren Weg in die Gesellschaft finden. Und welchen Einfluss die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler selbst darauf nehmen, im positiven wie leider bisweilen auch im negativen Sinne – und das hat gar nichts zu tun mit der aktuellen Leyenplag-Debatte. Der heutige Nachmittag hält kritische Fallbeispiele und Studien parat – gottlob aber auch positive Gegenstrategien.

Meine Damen und Herren, wir finden uns heute als sehr heterogen zusammengesetztes Publikum wieder aus dem ganzen Spektrum des Wissenschaftsbetriebs. Damit hat sich ein selbstgestecktes Ziel erfüllt: Nämlich verschiedene Akteure einzuladen, die einen Sachverhalt aus vielen Blickwinkeln mit ihrer Expertise darstellen und mit dem Plenum oder in den Gesprächskreisen diskutieren. Dieser Workshop ist auf Breite angelegt, nicht auf Spezialistentum. Er soll Sie informieren und inspirieren und ins Gespräch miteinander bringen. Spezialisten streiten gern über die Definition von Begriffen. Die Organisatoren haben versucht, diesem zeitraubenden Tagungsphänomen entgegenzuarbeiten, indem wir den Begriff „Forschungskommunikation“ für diese Veranstaltung definiert haben als die Vermittlung von wissenschaftlicher Erkenntnis durch die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler selbst an Dritte. Was hier in den Mittelpunkt gerückt wird, ist also nur ein einziger Interaktionspfad im komplexen Dickicht der Oberkategorie Wissenschaftskommunikation.

„Forschungskommunikation unter dem Druck der PR“ – dieser Titel hat, kaum war er auf der Welt, Widerspruch ausgelöst. Vor allem aus dem Lager der Wissenschafts-PR. Wir werden heute Hinweise erhalten, dass Forscherinnen und Forscher sehr wohl mit Anforderungen und mit Anreizen unter Druck gesetzt werden, die sie in Einzelfällen zu Verfehlungen in der Forschungskommunikation verleiten. Aber dieser Umstand ist gewiss nicht pauschal der Wissenschafts-PR anzulasten. Sie ist nicht die dunkle Seite der Macht. Im Gegenteil, sie bemüht sich ja gerade, Qualitätskriterien und Leitlinien für eine, im besten Sinne „redliche“ Wissenschaftskommunikation zu verankern, darauf habe ich schon hingewiesen. Und es sei auch nicht verschwiegen, dass ich selbst in verschiedenen Gremien daran mitwirke, eben als Vertreter der Wissenschafts-PR.

Dieses Eingebundensein in den Austausch mit Akteuren der Wissenschaftskommunikation birgt für die Stiftung den Vorteil, neue Impulse in konkretes Förderhandeln umsetzen zu können – sofern es dem Stiftungszweck dient, bestimmte regulatorische Kriterien erfüllt und am

Ende die Zustimmung des Kuratoriums findet. Ein solches Resultat aus vielen Gesprächen ist z. B. die Ausschreibung „Wissenschaft und Datenjournalismus“, zu der letzte Woche die Gutachtersitzung stattgefunden hat. Die Resonanz war mit über 80 Anträgen erfreulich. Und es war im positiven Sinne erstaunlich, wie zahlreich die niemals zuvor erprobte Bildung von Tandems zwischen Wissenschaftlern und Journalisten gelang, die ihre Kompetenzen zusammenwerfen wollen, um im Rahmen der Förderung ein gemeinsames Projekt bis zur Publikationsreife zu entwickeln.

Vielleicht gelingen uns in Zukunft noch mehr solche Ausschreibungen zu beiderseitigem Nutzen: für die Wissenschaft, für den Wissenschaftsjournalismus – und darüber hinaus für das öffentliche Ansehen beider.

Meine Damen und Herren, bevor ich Herrn Mäder von der Stuttgarter Zeitung, dem Moderator der ersten Session, gleich die Bühne überlasse, möchte ich Dank sagen für vielfältige Unterstützung: an meine Assistentin Frau Rosengart-Kamburis, an die Kolleginnen aus der Kommunikation und Förderung, die morgen in den Gesprächskreisen Protokoll führen werden. An Frau Kremers und Frau Harwardt-Feye aus dem Veranstaltungsbereich der VolkswagenStiftung.

Dass wir Sie, verehrte Gäste, heute in stattlicher Zahl begrüßen dürfen, ist aber natürlich dem Programm dieser Tagung zu verdanken und all den Mitwirkenden. Ihnen, der Vorbereitungsgruppe, den Referentinnen und Referenten, den Moderatoren, Gesprächskreisleitungen und Inputgebern in den Gesprächskreisen, möchte ich, ausdrücklich auch im Namen von Herrn Dr. Krull, sehr danken: für Ihre freundliche Unterstützung, die investierte Vorbereitungszeit – und ihr Hiersein heute und, teils, auch morgen.

Wir haben uns bemüht, Sie alle frühzeitig und lückenlos mit allen Informationen zu versorgen. Dass die letzte Rundmail versehentlich eine falsche Ziffer in meiner Bürodurchwahl enthielt und einige von Ihnen deshalb nicht mich, sondern pikanterweise einen Datingsservice angerufen haben, gehört zu den kuriosen Malheurs, die passieren.

Damit diese Veranstaltung ohne Malheurs auskommt, hier noch, ganz zum Schluss, drei organisatorische Hinweise:

1. Morgen erwarten Sie fünf spannende Gesprächskreise. Ich freue mich, dass es auch an dieser Stelle gelungen ist, so viele hochkarätige Persönlichkeiten für die Moderationen und die Eingangsimpulse und Statements zu gewinnen. Nutzen Sie bitte die Chance zum Austausch mit diesen ausgewiesenen Expertinnen und Experten. Und nutzen Sie die Chance, gemeinsam Ideen dafür zu entwickeln, welche nächsten Schritte Ihrer Meinung nach dieser Veranstaltung folgen sollten. Für die Stiftung wären dies sicher wertvolle Nachrichten.

Die Gesprächskreise starten um 9:30 Uhr. Bitte begeben Sie sich morgen früh sogleich in die von Ihnen favorisierte Gruppe. Wer wo tagt, steht auf einem Board an der Rezeption im Eingangsbereich.

2. Es gibt im Schloss eine WLAN-Verbindung. Wir laden ausdrücklich dazu ein, zu twittern, Facebook und Blogs zu nutzen, um diese Veranstaltung zu begleiten.
3. Alle Referentinnen und Referenten werden ihre Redezeiten einhalten. Bitte bemühen auch Sie sich bei Fragen und Kommentaren um Prägnanz und Kürze. Für Interaktion und

Dialog haben wir in jeder Session ausreichend Zeit eingeplant. Sollte diese wider Erwarten mal nicht ausgeschöpft werden, hören wir einfach früher auf und gehen in die Pause.

Ansonsten: Bitte sprechen Sie uns an, falls wir etwas für Sie tun können. Wir alle möchten, dass Sie diese Veranstaltung nicht nur intellektuell und lukullisch gesättigt verlassen, sondern mit dem Gefühl, von der VolkswagenStiftung als aufrichtig geschätzte Gäste beachtet worden zu sein. Denn das sind Sie uns: herzlich willkommene Gäste.

Lieber Herr Mäder. Die Bühne gehört Ihnen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.volkswagenstiftung.de/wowk15