



## 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)

#### **Grußwort anlässlich des Workshops Wissenschaftskommunikation** **Wilhelm Krull, Generalsekretär der VolkswagenStiftung**

Liebe Frau Ministerin Heinen-Kljajić,  
meine sehr verehrten Damen und Herren,

Herr Rehländer hat mich heute Mittag bei Ihnen entschuldigt. Ich war auf der Rückreise vom Nobelpreisträgertreffen in Lindau und freue mich nun, Sie sehr herzlich im Tagungszentrum Schloss Herrenhausen zu begrüßen. Und weil der nächste Programmpunkt bereits wartet und die Frau Ministerin uns um 16.30 Uhr leider schon wieder verlassen muss, fasse ich mich kurz: maximal fünfeinhalb Minuten.

„Wissenschaftsvermittlung und -kommunikation“ heißt ein eigenes Förderangebot innerhalb des Portfolios der VolkswagenStiftung. Es bringt unsere Überzeugung zum Ausdruck, dass die Förderung von Wissenschaft und Technik in Forschung und Lehre heutzutage untrennbar mit guter Wissenschaftskommunikation verbunden ist. Wir fördern die professionelle, angemessene, faktengetreue Vermittlung von wissenschaftlicher Erkenntnis an ein breites Publikum, indem wir Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ermutigen, ihre Projekte durch eigene Öffentlichkeitsarbeit bekannt zu machen – in der Regel unterstützt von der zuständigen Pressestelle. Für solches Engagement gewährt die Stiftung sogar zusätzliche Fördermittel. Wissenschaftskommunikation soll nach unserem Verständnis das Ansehen der Wissenschaft stärken.

Weiterhin bieten wir Geförderten Medientrainings an, in denen sie darin unterwiesen werden, ihre persönliche Forschungsarbeit in Pressemitteilungen zu fassen oder Interviewsituationen zu proben. Was wir mit solchen Übungen vermitteln wollen: dass Forscherinnen und Forscher lernen, ihr häufig komplexes Denken und Handeln auch gegenüber Laien verständlich darzulegen. Und wir hoffen, ein Verständnis dafür zu schaffen, auf welche Nachrichtenwerte Pressestellen und Wissenschaftsjournalisten achten, dass also auch Forscher durch uns lernen, wie das Ökosystem Wissenschaftskommunikation funktioniert. Allerdings muss ich gestehen: Wir wünschten uns eine größere Nachfrage nach diesen Angeboten.

Fragt man nach den Gründen, warum unsere Medientrainings nicht immer ausgebucht sind und Fördermittel für Öffentlichkeitsarbeit selten beantragt werden, liegt eine Antwort nahe: Offenbar sehen unsere Geförderten keinen persönlichen Nutzen oder keine konkrete Anwendungsmöglichkeit für diese Offerten, simpel ausgedrückt: Der Mehraufwand scheint sich für sie nicht zu lohnen.

Nun ist nicht jedes Forschungsprojekt, nicht jedes Fach gleichermaßen geeignet, das Interesse von Laien zu wecken. Auch variieren naturgemäß die medialen Sach- und Selbstdarstellungskünste von Experten aus der Wissenschaft. Ferner müssen neue Erkenntnisse mit Rücksicht auf die wissenschaftliche Profilierung nach wie vor zuerst in

Fachjournalen publiziert worden sein, bevor man sie in der Öffentlichkeit gewissermaßen zweitvermarktet.

Doch das sind eher unbedeutende Hemmnisse, gemessen an der Tatsache, dass Kommunikationsaktivitäten in der breiten Öffentlichkeit bislang überhaupt nicht auf das persönliche Impact-factor-Konto einzahlen – im Gegensatz etwa zu Fachpublikationen. Außerdem führt ein Übermaß an medialer Präsenz bisweilen zur Stigmatisierung innerhalb der Scientific Community. Wer sich also keine Karrierenachteile einhandeln will, tut gut daran, nicht allzu viel Zeit in die Popularisierung von Wissenschaft zu investieren. Als Stiftung bedauern wir das.

Seit dem PUSH-Memorandum vor 15 Jahren ist die Wissenschaftskommunikation – präziser: Wissenschafts-PR – bunter, dynamischer und vielfältiger geworden. Die Pressestellen agieren immer professioneller. Doch die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sind nach unserer Einschätzung immer noch unsicher, in welchem Ausmaß und mit welchem Ziel „das System“ von ihnen Öffentlichkeitsarbeit erwartet und wie weit sie gehen dürfen.

Als Organisatoren dieses Workshops hoffen wir, mit Ihrer aller Unterstützung zur Beantwortung solcher Fragen beizutragen. Wir wollen miteinander darüber sprechen, welche Rollen Wissenschaftler und Pressestellen innerhalb der Wissenschafts-PR spielen. Wir wollen Qualitätsstandards definieren, die Orientierung bieten, damit Forscher und Pressestellen Wissenschaftskommunikation faktengetreu, angemessen und zur Beförderung des Ansehens wissenschaftlicher Leistungen betreiben können. Dabei knüpfen wir an aktuelle Vorarbeiten an: etwa den Siggener Aufruf und die Empfehlungen der Akademien. Beide Projekte werden heute noch vorgestellt. Aber wir gehen einen Schritt weiter: Weg vom bloßen Aufruf, von der Empfehlung hin zur Frage: Was resultiert daraus für die Kommunikationspraxis von Wissenschaftlern und Pressestellen innerhalb des deutschen Wissenschaftssystems?

Morgen um diese Zeit werden wir den Ertrag der Diskussionen bilanzieren. Ich bin mir sicher: Wenn wir das übergeordnete Ziel bis dahin nicht aus den Augen verlieren, also Qualitätsstandards und Rahmenbedingungen für gute Wissenschaftskommunikation zu definieren, wird es eine gute Bilanz.

Seitens der Stiftung danke ich Ihnen, dass Sie unserer Einladung so zahlreich gefolgt sind, und wünsche uns allen gutes Gelingen – und bitte nun Frau Lilo Berg, die Moderatorin dieses Programmpunkts, die Regie zu übernehmen.

\*\*\*\*\*