

Wissenschafts- kommunikation

Wie sollen Gesellschaft, Politik
und Wissenschaft interagieren?

Zusammenfassung

Die Corona-Pandemie und der Klimawandel zeigen, wie notwendig Wissenschaft und Forschung zur Bewältigung von Krisensituationen sind und welche Bedeutung der Wissenschaftskommunikation zukommt. Auch andere drängende Herausforderungen, wie Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Molekularmedizin, neue Materialien, Fragen der Kreislaufwirtschaft, der Corporate Social Responsibility und Probleme alternder Gesellschaften, verlangen nach neuen Erkenntnissen – und ihrer Umsetzung. Unsere Zukunft hängt in allen Gesellschaftsfeldern von Wissenschaft und Bildung ab. Wissenschaftskommunikation muss dafür ein Problemverständnis generieren, Kommunikation provozieren und Verstehen erzeugen. Wissenschaftskommunikation muss Teilhabe ermöglichen und eine *closed discussion* unter Wissenschaftsbeteiligten in breitere Diskurse transformieren. Dazu ist ein intensiver Austausch zwischen Wissenschaft und Forschung einerseits und Politik und Gesellschaft andererseits notwendig.¹ Damit er gelingen kann, schlägt das Wissenschaftsnetzwerk der Konrad-Adenauer-Stiftung folgende Orientierungslinien vor:

1. Auf die Zielgruppen achten: Weder Wissenschaft und Forschung noch Gesellschaft und Politik sind homogene Einheiten. Damit Wissenschaftskommunikation erfolgreich ist, bedarf es einer zielgruppenspezifischen Gestaltung. Themen, Adressaten und Kommunikationswege müssen aufeinander abgestimmt werden. Kommunikation ist keine Einbahnstraße: Sie bedeutet Interaktion und Partizipation.
2. Wissenschaftskommunikation zur Profilbildung nutzen: Wissenschaftskommunikation ist essenzieller Bestandteil guter Forschung. In Forschungseinrichtungen sollte daher ihre jeweils organisationsspezifische Schwerpunktsetzung hohe Priorität haben. So trägt Kommunikation zu Reputation und Akzeptanz von Wissenschaft bei.
3. Qualifizierung gestalten: Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler brauchen Angebote für mehr Kommunikationskompetenz, um Menschen außerhalb der *scientific community* zu erreichen. Zur Allgemeinbildung in Wissensgesellschaften gehört ein Grundverständnis für Forschungsabläufe und die Bedeutung von Forschungsergebnissen.
4. Wissenschaftskommunikation benötigt gute Strukturen: Dazu gehören zum Beispiel digitale Plattformen, Medienzentren und -netzwerke. Den öffentlich-rechtlichen Medien mit ihrem besonderen Bildungsauftrag kommt eine Vorbildfunktion zu.
5. Wissenschaft und Forschung stärker in das gesellschaftliche Bewusstsein rücken: Sie brauchen den Rückhalt von Gesellschaft und Politik, um ihre Aufgaben unter Wahrung der Wissenschaftsfreiheit und im Bewusstsein ihrer gesellschaftlichen Verantwortung erfüllen zu können. Sie sind als öffentlich finanzierte Wissenschaft rechenschaftspflichtig.

¹ Unter Wissenschaftskommunikation soll – entsprechend der Begriffsbestimmung des Wissenschaftsrats – „externe Wissenschaftskommunikation“ verstanden werden: „Wie der Technologietransfer werden Wissenschaftskommunikation und Beratung als Handlungsfelder verstanden, für die der Transfer von wissenschaftlichem Wissen aus dem Wissenschaftsbereich in außerwissenschaftliche Bereiche und der Austausch darüber mit der Gesellschaft, Kultur, Wirtschaft und Politik kennzeichnend sind. Der Begriff der Wissenschaftskommunikation bezeichnet demnach ein nach Akteuren und Zielgruppen, Inhalten, Funktionen und Zielen vielfältiges Feld.“ Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 7. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.

Ausgangslage

Die Corona-Pandemie verdeutlicht, wie wichtig Wissenschaft und Forschung sind, um gesellschaftlich relevante Herausforderungen zu lösen. Allerdings schafft sie es nicht allein, sondern nur im Zusammenspiel mit Gesellschaft und Politik. Dafür ist eine gute Wissenschaftskommunikation notwendig – mit nachvollziehbaren Fakten, verständlichen Analysen und umsetzbaren und akzeptablen Handlungsempfehlungen. Wie nie zuvor wurde in der Pandemie deutlich, dass gelingende Kommunikation nicht eindimensional – als reine „Wissensvermittlung“ – verlaufen kann, sondern dass sie interaktiv erfolgen muss – unter aktiver Einbeziehung aller Kommunikationspartner. Dies ist eine neue Qualität, die nicht nur für die Sars-CoV-2-Pandemie, sondern auch für künftige Herausforderungen gilt: Wissenschaft allein kann weder den Klimawandel noch die Energiewende oder den Schutz der Biodiversität, die Sicherung der Ernährung oder die globale Gesundheitsversorgung bewältigen. Dafür ist das Zusammenwirken mit Gesellschaft und Politik notwendig. Dies setzt wiederum eine gelingende Kommunikation der komplexen Sachverhalte voraus.

Deutschland als „High-Tech-Land“ und „Wissensgesellschaft“ braucht gesellschaftlichen Rückhalt, um seine Innovationsfähigkeit zu verbessern. An der mRNA-Technologie lässt sich beispielhaft verdeutlichen, wie wichtig die gesellschaftliche Akzeptanz ist, damit aus einem innovativen Forschungsansatz eine wirtschaftlich und gesundheitlich nutzbare Anwendung (mRNA-Impfstoff) wird. Gute Kommunikation ist Voraussetzung für Verständnis und Akzeptanz. Sie hilft, Vorurteilen und Verschwörungsmythen entgegenzuwirken.

Die gesellschaftliche Wahrnehmung und das Selbstverständnis der Wissenschaft unterliegen einem Wandel. Längst haben große Teile der Wissenschaft den akademischen Elfenbeinturm verlassen. Wissenschaft ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen und muss sich mit unterschiedlichen Erwartungen und Bedürfnissen auseinandersetzen. Anwendungsorientierung und

Nützlichkeit rücken zunehmend in den Fokus, ohne dass die wissensorientierte Grundlagenforschung vernachlässigt werden darf. Ihre Problemlösungskompetenzen sind gefragt.

Wirtschaftlich tragen die wissensintensiven Branchen wesentlich zu Wachstum und Wohlstand bei, gerade in Ländern ohne große eigene natürliche Rohstoffreserven. Das gilt nicht nur für die Natur- und Technikwissenschaften (Sciences), sondern auch für die Sozial- und Geisteswissenschaften (Humanities), die zum gesellschaftlichen Wandel und zu einer menschenfreundlicheren Zukunft („Fortschritt“) beitragen.

Deskriptiv befinden wir uns in einer „Wissenschaftsgesellschaft“. Normativ gilt es, die Leitidee der „Wissensgesellschaft“ weiterzuentwickeln. Dazu gehört eine enge Verzahnung von Gesellschaft und Wissenschaft, in der nicht nur Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Politikerinnen und Politiker Verantwortung tragen, sondern auch die Zivilgesellschaft in den Wandel einbezogen wird.

Wissenschaftskommunikation als essenzielles Merkmal der Wissensgesellschaft erlebt seit einigen Jahrzehnten grundsätzliche Veränderungen: Galt „Public Understanding of Science and Humanities“² lange Zeit als Leitidee, in der Wissensvermittlung das wesentliche Ziel war, so stehen jetzt Teilhabe und Mitgestaltung im Vordergrund.³ Kommunikation ist keine Einbahnstraße; dass Wissenschaft informiert und Gesellschaft den wissenschaftlichen Rat rezipiert, wird durch Interaktionen, in denen alle Beteiligten einen aktiven, gestaltenden Part übernehmen, ersetzt.

Diese Entwicklung ist kein Automatismus, sondern bedarf der bewussten Förderung; sie ist kein einfaches Unterfangen, sondern setzt Engagement auf allen Seiten voraus. Darüber scheint in der aktuellen Debatte weitgehender Konsens zu herrschen. Und es gibt bereits Initiativen auf wissenschaftlicher und politischer Seite: Der Siggener

Kreis⁴ und die #FactoryWisskomm⁵ des Bildungsministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) sind dafür prominente Beispiele. Darüber hinaus haben sich viele Wissenschaftsorganisationen, Wissenschaftsakademien, Hochschulen und Hochschulverbände zur Wissenschaftskommunikation geäußert und Vorschläge für ihren Ausbau vorgelegt.⁶ Viele Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen engagieren sich bereits seit Langem in der Wissenschaftskommunikation.⁷ Auch Maßnahmen der Politik fördern dieses Anliegen;⁸ Wissenschaftskommunikation ist Bestandteil der Forschungsförderung von Bund und EU. Viele Maßnahmen sind auch hochschulspezifisch; eigene Strategien und Instrumente zu entwickeln, kann auch als strategisches Differenzierungsmerkmal genutzt werden. Es ist nicht sinnvoll, auf *one size fits all* zu setzen und von allen Wissenschaftseinrichtungen dasselbe zu erwarten. Gleichwohl kristallisieren sich Grundlinien aus den aktuellen Vorschlägen, die eine zusammenfassende Würdigung verdienen.

Die nachfolgenden Empfehlungen basieren auf diesen Vorschlägen und rufen aus der großen inhaltlichen Fülle einige grundlegende Weichenstellungen auf, bei denen auch die Politik gefragt ist, um die Akteure handlungsfähig zu machen und zu unterstützen.

- 2 PUSH-Memorandum. <https://www.stifterverband.org/ueber-uns/geschichte-des-stifterverbandes/push-memorandum>.
- 3 Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 9–12. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.
- 4 Siggener Aufruf – Wissenschaftskommunikation gestalten. https://www.wissenschaft-im-dialog.de/fileadmin/user_upload/Ueber_uns/Gut_Siggen/Dokumente/Siggener_Aufruf_und_Leitlinien_2014.pdf.
- 5 #FactoryWisskomm: *Handlungsempfehlungen für die Wissenschaftskommunikation*. https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/factorywisskommpublication.pdf?__blob=publicationFile&v=1.
- 6 Allianz der Wissenschaftsorganisationen: *10-Punkte-Plan zur Wissenschaftskommunikation*. https://static.daad.de/media/daad_de/pdfs_nicht_barrierefrei/der-daad/allianzwisskomm_10_punkte_plan.pdf; Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.
- 7 Am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) beispielsweise ist Wissenschaftskommunikation bereits seit vielen Jahren fester Bestandteil der Zielvereinbarungen mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern.
- 8 Zum Beispiel: Wissenschaftsjahre des BMBF (<https://www.wissenschaftsjahr.de/>) und Futurium (<https://futurium.de/>).

1. Zielgruppenspezifische Kommunikation

Hochschulen und nichtuniversitäre Forschungseinrichtungen haben in der Regel nicht nur eine nationale und internationale Strahlkraft, sondern sie sind auch wichtige regionale Akteure. Als Arbeitgeber, Kooperationspartner und kulturelle Institutionen wirken sie prägend für das unmittelbare gesellschaftliche und wirtschaftliche Umfeld. Wissenschaftskommunikation muss in Form und Inhalt den unterschiedlichen Zielgruppen angepasst sein.

Wissenschaftskommunikation ist identitätsstiftend. Sie trägt zur Legitimation und Akzeptanz von Wissenschaft bei. Sie fördert das Interesse an Wissenschaft und kann Begeisterung für faszinierende Forschungsergebnisse wecken. Sie leistet einen Beitrag zur „informierten Gesellschaft“. Am Beispiel der Corona-Pandemie wird deutlich, dass der Rat aus der Wissenschaft ein rationales Verhalten in Krisenzeit unterstützt, indem er Verständnis für komplizierte Zusammenhänge und Einsichten in das Notwendige vermittelt. Wissenschaftskommunikation macht junge Menschen neugierig auf Wissenschaft und zieht Nachwuchs an.

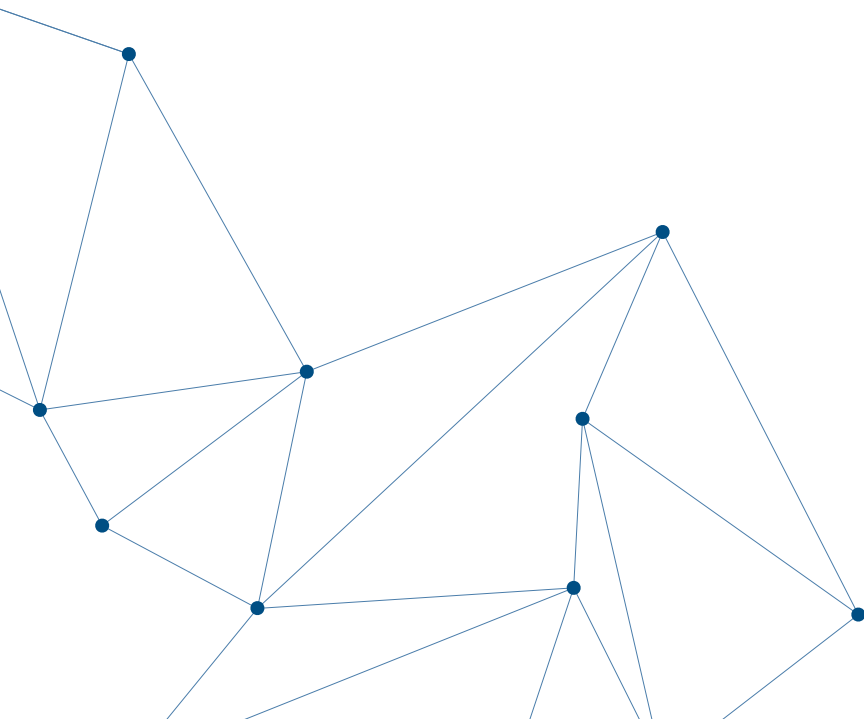
Allerdings sind die Aufmerksamkeitspotenziale der Menschen begrenzt, zumal bei wissenschaftlichen Themen, die voraussetzungsreich sind und das Verständnis komplexer Zusammenhänge erfordern. Nachrichten aus der Wissenschaft konkurrieren im Alltag mit vielen anderen Informationen. Viele Informationen gehen in der alltäglichen Informationsfülle unter. In Umfragen signalisieren viele Befragte Interesse an wissenschaftlichen Themen, nutzen jedoch aktiv keine Informationsquellen über Wissenschaft. Es gibt also eine Diskrepanz zwischen bekundetem und tatsächlich realisiertem Interesse. Hinzukommt, dass aufgrund von Bildungsunterschieden Informationen aus der Wissenschaft sehr unterschiedlich aufgenommen werden. Vorbildung und Vorwissen prägen das Informationsverhalten entscheidend mit. Daher kann nicht erwartet werden, dass alle

gleichermaßen Kommunikationsangebote, die schon heute in großer Fülle und guter Qualität zur Verfügung stehen, wahrnehmen.⁹

- › Angesichts dieser gesellschaftlichen Heterogenität müssen Hochschulen und nichtuniversitäre Forschungseinrichtungen zielgruppenspezifische¹⁰ **Kommunikationsstrategien** erarbeiten. Es braucht niederschwellige, einfach zu verstehende Angebote genauso wie vertiefende Hintergrundinformationen, die für besonders Interessierte zugänglich sind. Um Überlastungen und damit einhergehend ein Scheitern zu vermeiden, braucht es zusätzliche Ressourcen, eine Aufgabenteilung und klare Schwerpunktsetzungen.
- › Forschungseinrichtungen müssen eine sinnvolle **Auswahl der Forschungsinhalte** treffen, die kommuniziert werden sollen. Nicht jedes Ergebnis aus dem Labor eignet sich für die Wissenschaftskommunikation in der Breite. Kommunikationsfachleute weisen außerdem darauf hin, dass Fakten eingeordnet und interpretiert sowie „personalisiert“, das heißt möglichst mit Forscherinnen und Forschern oder lebensnahen Beispielen verbunden werden müssen, damit sie für wissenschaftliche Laien verständlich werden.¹¹
- › Um dies leisten zu können, werden Kommunikationsfachleute mit Medienefahrung benötigt, die die Hochschulen und nichtuniversitären Forschungseinrichtungen kompetent unterstützen. Wir empfehlen daher die Einrichtung beziehungsweise den Ausbau von Stabsstellen zur Wissenschaftskommunikation in den **Hochschulleitungen**¹² und in den **Fakultäten beziehungsweise Fachbereichen**. Dabei kommt es maßgeblich darauf an, die richtige Balance zwischen zentraler, strategischer Governance und dezentralen Aktivitäten zu finden.

- › **Zielgruppenspezifische Informations- und Partizipationsangebote** müssen erweitert werden. Hier bieten insbesondere digitale Medien, die eine breite gesellschaftliche Öffentlichkeit¹³ ebenso wie spezifische Zielgruppen erreichen können, mehr Chancen als bislang genutzt. Auch hier sind Investitionen – sowohl in Technik als auch in entsprechend qualifiziertes Personal – dringend geboten.
- › Wissenschaftskommunikation, die ein großes Publikum erreichen will, muss populär sein, ohne zu popularisieren. Eine effektive Wissenschaftskommunikation versucht nicht, wissenschaftliche Komplexität zu simplifizieren, sondern **über die Darstellungsweise einen leichteren Zugang zu komplexen Themen zu schaffen**.

-
- 9 Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 36. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.
 - 10 Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 8, 42f. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.
 - 11 Ein Beispiel dafür ist die „Forschungsbörse“, die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zu Vorträgen und Diskussionen in Schulen vermittelt: <https://forschungsbörse.de>.
 - 12 Zum Beispiel gehört an der Technischen Universität Darmstadt ein „Chief Communication Officer“ dem Präsidium an.
 - 13 Patientenuniversität der MHH. <https://www.patientenuniversitaet.de/>.



2. Wissenschaftskommunikation als Instrument der Profilbildung

Forschung und Lehre sind die wichtigsten Aufgaben des Wissenschaftssystems, aber Transfer und Wissenschaftskommunikation werden zunehmend in ihrer großen Bedeutung anerkannt.¹⁴ Es findet ein „akademischer Emanzipationsprozess“ statt, in dem die Wechselwirkungen zwischen öffentlich geförderter Forschung einerseits sowie Gesellschaft und Wirtschaft andererseits immer stärker in den Fokus rücken.

Forschungseinrichtungen sollten die anstehenden gesellschaftlichen Probleme, zu deren Lösung sie beitragen können, über Fachgrenzen hinweg inter- und multidisziplinär bearbeiten und diese disziplinübergreifenden Aspekte in die Öffentlichkeit kommunizieren. Besonders auch in der wissenschaftlichen Politikberatung als einem der wissenschaftskommunikation verwandten Tätigkeitsfeld ist es notwendig, Daten und Fakten auch mit Interpretationen und Wertungen zu verbinden, ohne die Grenzen zu verwischen.

Wissenschaftskommunikation muss den Möglichkeiten und Kommunikationsanliegen der jeweiligen Einrichtungen entsprechend bedarfsgerecht gestaltet werden, sodass die Wissenschaftskommunikation der Vielfalt unterschiedlicher Forschungs- und Lehrstrategien mit ihren je eigenen Schwerpunkten entspricht. Ähnlich wie es mit guten Gründen unterschiedliche Prioritätensetzungen in Forschung und Lehre gibt, wird auch die Wissenschaftskommunikation unterschiedliche Ausprägungen aufweisen und dadurch die Profilbildung der jeweiligen Forschungseinrichtung unterstützen. Es liegt in der Verantwortung von Hochschulen und nichtuniversitären Forschungseinrichtungen, Anreize für mehr und für bessere Wissenschaftskommunikation zu schaffen. Gute Wissenschaftskommunikation ist allerdings kein Top-Down-Prozess, sondern muss, genauso wie die Lehre, aus der Forschung erwachsen und in der

Verantwortung der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler liegen.

- › Wir unterstützen ein differenziertes Wissenschaftssystem. Dies gilt auch für die Wissenschaftskommunikation. Je **vielfältiger die strategischen Schwerpunktsetzungen**, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass kreative und umfassende Wissenschaftskommunikation insgesamt gelingt und sehr viele Menschen erreicht.
- › Entsprechend dem Aufgabenzuwachs müssen Länder und Bund die notwendigen **Resources** für Wissenschaftskommunikation zur Verfügung stellen. Wir unterstützen die Eigenverantwortung der jeweiligen Forschungseinrichtungen und insbesondere der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler.¹⁵ Landes- und Bundesministerien sollten auf zu enge Vorgaben verzichten. „Zwangsstandards“, zum Beispiel zu Organisationsformen oder Kommunikationsformaten, sind unbedingt zu vermeiden.
- › Entsprechendes gilt für Förderprogramme der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) und anderer Drittmittelgeber: Es ist sinnvoll, Wissenschaftskommunikation als **Bestandteil von Forschungsprojekten** zu fördern. Die Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen sollten jedoch im Ermessen der geförderten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler liegen.
- › Das Engagement von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in der Wissenschaftskommunikation muss stärker als bisher gewürdigt und nicht etwa als persönliche Qualifizierungssucht abgewertet werden. Vielmehr sollte sie auch zur **Reputation** beitragen.¹⁶ Hierzu gibt es bereits Formate wie

Preise, Fellowships oder Beurlaubungen im dienstlichen Interesse, die stärker weiterentwickelt und genutzt werden könnten. Dafür sollten zusätzliche Ressourcen bereitgestellt werden, oder die Politik muss an anderer Stelle die Erwartungen an die Wissenschaftsakteure reduzieren.

-
- 14 Wissenschaftskommunikation „als integraler Bestandteil der Wissenschaft, der Wertschätzung verdient“: Allianz der Wissenschaftsorganisationen: *10-Punkte-Plan zur Wissenschaftskommunikation*, S. 3. https://static.daad.de/media/daad_de/pdfs_nicht_barrierefrei/der-daad/allianzwisskomm_10_punkte_plan.pdf. #FactoryWisskomm: *Handlungsempfehlungen für die Wissenschaftskommunikation*, S. 25–29. https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/factorywisskommpublication.pdf?__blob=publicationFile&v=1.
 - 15 Zu den unterschiedlichen Akteuren der Wissenschaftskommunikation („institutionell“, „individuell“, „außerwissenschaftliche Akteure“): Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 7–8. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.
 - 16 Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 58f. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.

3. Professionalität der Wissenschaftskommunikation

Wissenschaftskommunikation braucht professionelle Kommunikatoren, und zwar sowohl in den Forschungseinrichtungen als auch in den Medien und somit im Wissenschaftsjournalismus.¹⁷ Exzellente Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsjournalismus setzen fundierte Kenntnisse sowohl in Kommunikation als auch in wissenschaftlichen Fachgebieten voraus. Dieses Zusammentreffen ist nur bei wenigen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern vorhanden; denn im Wissenschaftssystem liegt der Fokus zu Recht auf der Exzellenz von Forschung und Lehre. Hinzu kommt der enorme Zeitdruck, unter dem viele Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, insbesondere in der Qualifizierungsphase, stehen und der neben exzellenter Forschung kaum Raum für weitere Aufgaben gibt.

Solchermaßen zweigleisig ausgebildete Kommunikatoren werden sowohl in den Hochschulen und nichtuniversitären Forschungseinrichtungen als auch in den Medien benötigt. In den Forschungseinrichtungen geht es um die Vermittlung von Forschungsergebnissen und ihre Einordnung in einen größeren wissenschaftlichen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Kontext. Die dafür notwendigen Kompetenzen unterscheiden sich deutlich von den Kompetenzen, die für Forschung, Lehre und andere Formen des Transfers benötigt werden.

Aus- und Weiterbildung können helfen, die Kompetenzen in Wissenschaftskommunikation zu stärken. Dennoch ist es weder realistisch noch erstrebenswert, dass alle Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler exzellente Leistungen nicht nur in der Forschung erbringen, sondern genauso in der Wissenschaftskommunikation. Daher ist die Bildung von Teams, in denen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler und Kommunikationsexpertinnen und -experten eng zusammenarbeiten, erfolgversprechender. Hier sollte man der Gründung von Start-ups mit

ihren multidisziplinären Teams als Vorbild folgen: Jedes Teammitglied trägt seine besonderen Kompetenzen zum Erfolg des Unternehmens bei. Arbeitsteilung und Spezialisierung zahlen sich auch hier aus.

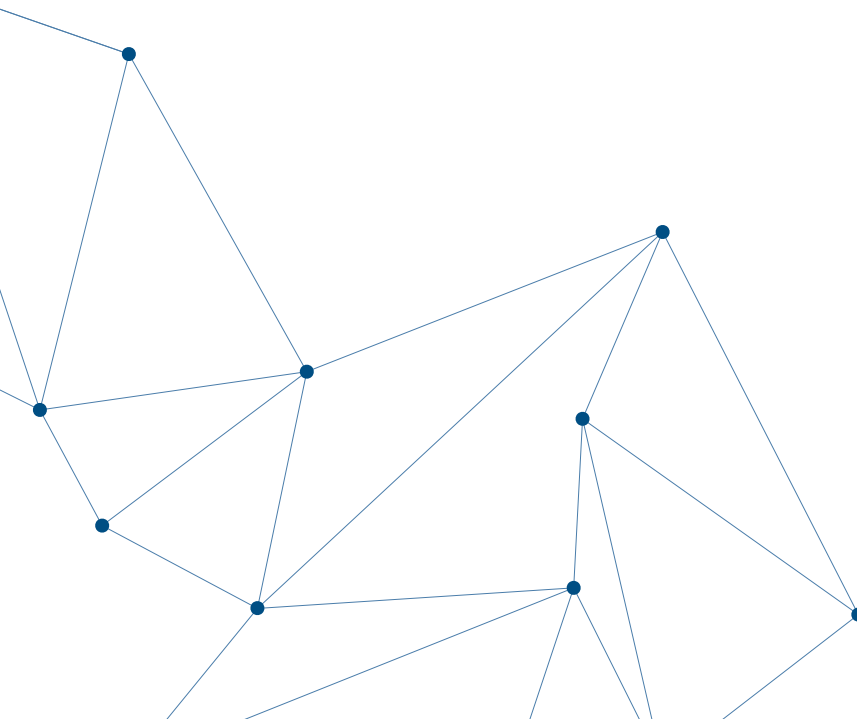
In den Medien haben Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten die verantwortungsvolle Aufgabe, relevante Wissenschaftsthemen zu identifizieren und sie für eine größere nicht wissenschaftlich orientierte Öffentlichkeit aufzuarbeiten. Der Wissenschaftsjournalismus sollte dazu beitragen, gesellschaftliche Herausforderungen mit wissenschaftlich-technischen Grundlagen multidisziplinär aufzuarbeiten und damit die gesellschaftliche Relevanz in ihren unterschiedlichen Facetten zu verdeutlichen.

Insbesondere Social Media setzen klassische Medien unter Druck. Sie erweitern Möglichkeitenräume und Konkurrenz. Gleichzeitig bergen sie aber eine größere Gefahr von Falschinformationen in sich.¹⁸ Das Risiko von Fehlinformationen und Missverständnissen über wichtige Themen nimmt zu. Außerdem sind dort Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler häufig Anfeindungen ausgesetzt, die den Rahmen sachlicher Kontroversen deutlich sprengen.

- › **Wissenschaftskommunikationskurse** für Studierende sollten bereits im Bachelorstudium angeboten werden (Studium generale). Auf dem Masterlevel kann das Thema dann vertieft werden, wie es bereits in vielen Masterstudiengängen zu *science communication* beziehungsweise *science journalism* der Fall ist. Die Curricula in den Didaktikinstituten beziehungsweise anderen entsprechend betrauten Einrichtungen benötigen eine passende Erweiterung.¹⁹

- › **Ausbildungs- und Karriereperspektiven in der Wissenschaftskommunikation** sollten ausgebaut werden. Entsprechende Studienangebote müssen etabliert werden. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sollten dabei lernen, mit der Öffentlichkeit korrekt zu kommunizieren, Missverständnisse und Fehlinterpretationen zu vermeiden. Solche Qualifizierungsangebote müssen nicht an jeder Hochschule vorgehalten werden, sollten aber von jeder Hochschule aus – zum Beispiel über Kooperationsmodelle – zugänglich sein.²⁰
- › Es müssen **unterstützende Strukturen** entstehen, die es Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern erleichtern, über Öffentlichkeitsarbeit bezüglich ihrer spezifischen Forschung nachzudenken, die passenden Formate aus existierenden Beispielmustern zu wählen und sie schließlich mit der Unterstützung von Kommunikationsfachleuten zu realisieren.
- › Durch **Förderprogramme (DFG)²¹, Freisemester und Fellowships (Robert Bosch Stiftung)²²** für Wissenschaftskommunikation könnten die Kommunikationskompetenzen unterstützt werden.
- › Eine attraktive Karriereperspektive für Akademikerinnen und Akademiker liegt im Journalismus. Einschlägige Studiengänge sollten entsprechende Angebote im Themenfeld **Wissenschaftsjournalismus** enthalten. Gerade für naturwissenschaftliche und technikwissenschaftliche Themen muss eine entsprechende Vorbildung bereits in den Journalismus mitgebracht werden, ansonsten sind die Einstiegsbarrieren nachher extrem hoch. Medien sollten verstärkt flexible Praktikums- und Einstiegsangebote für journalistisch interessierte Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler entwickeln und bewerben. Wir sehen hier die öffentlich-rechtlichen Medien in einer besonderen Verantwortung.
- › Leitlinien für gute Wissenschafts-PR²³ einerseits und für guten Wissenschaftsjournalismus andererseits bieten für viele eine Orientierung über aktuelle Anforderungen und Möglichkeiten. Sie müssen deshalb auf dem aktuellen Stand gehalten werden, sodass sie der **Qualitätssicherung** für die Wissenschaftskommunikation wirklich dienen.
- › Für eine gelingende Wissenschaftskommunikation sind **Medienkompetenz und wissenschaftliches Grundwissen** auch auf der Seite der Adressaten notwendig. Die Basis dafür muss bereits in der Schule gelegt werden. Wir sprechen uns daher für eine Stärkung des wissenschaftlichen Verständnisses in den Schulen aus, nicht nur in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft, Technik), sondern in allen schulischen Themenfeldern.

-
- 17 WPK – Wissenschaftspressekonferenz: <https://www.wpk.org/>.
- 18 Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 26. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.
- 19 Vgl.: Allianz der Wissenschaftsorganisationen: *10-Punkte-Plan zur Wissenschaftskommunikation. Handlungsempfehlung Nr. 6*. https://static.daad.de/media/daad_de/pdfs_nicht_barrierefrei/der-daad/allianzwisstkomm_10_punkte_plan.pdf; #Factory Wisskomm: Handlungsperspektiven für die Wissenschaftskommunikation, S. 17. https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/factorywisstkommpublication.pdf?__blob=publicationFile&v=1. Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 56f. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.
- 20 Vgl. auch außeruniversitäre Fort- und Weiterbildungsangebote, z. B.: <https://www.nawik.de>; <https://www.wissenschaftskommunikation.de/fortbildungen/>; Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 56f. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.
- 21 Deutsche Forschungsgemeinschaft: *Öffentlichkeitsarbeit und Wissenschaftskommunikation in Sonderforschungsbereichen*. https://www.dfg.de/foerderung/programme/koordinierte_programme/sfb/antragsteller/oeffentlichkeitsarbeit/index.html.
- 22 Robert Bosch Stiftung: *Wissenschaftskommunikation für die Gesellschaft: Corona und darüber hinaus*. <https://www.bosch-stiftung.de/de/projekt/wissenschaftskommunikation-fuer-die-gesellschaft-corona-und-darueber-hinaus/geofoerderte>.
- 23 Bundesverband Hochschulkommunikation, Wissenschaft im Dialog: *Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR*. https://www.wissenschaft-im-dialog.de/fileadmin/user_upload/Trends_und_Themen/Dokumente/Leitlinien-gute-Wissenschafts-PR_final.pdf. Wissenschaftskommunikation.de: Tipps und Leitlinien. <https://www.wissenschaftskommunikation.de/praxis/tippsundleitlinien/>.



4. Strukturelle Förderung der Wissenschaftskommunikation

Sowohl Forschungseinrichtungen als auch Medienhäuser arbeiten eigenverantwortlich und von äußeren Einflüssen unabhängig. Dies ist eine wichtige Voraussetzung von Qualitätsjournalismus und Wissenschaftskommunikation. Gleichwohl gibt es verschiedene Möglichkeiten, den Wissenschaftsjournalismus durch die Stärkung öffentlicher Strukturen zu unterstützen.

Vor dem Hintergrund der Digitalisierung von Forschung und Lehre bieten sich **digitale Plattformen** mit qualitativ hochwertigen Lehr- und Lernmaterialien zur Wissenschaftskommunikation an, auf die alle Hochschulen und nichtuniversitäre Forschungseinrichtungen zugreifen könnten. Dies würde einzelne Forschungseinrichtungen entlasten und gleichzeitig Qualitätsstandards sichern.

- › Wir halten Einrichtungen wie **Medien-Zentren und -netzwerke**²⁴, die Informationen aus der Wissenschaft journalistisch aufarbeiten und danach Redaktionen zur Verfügung stellen, für hilfreich. Insbesondere für kleinere Medienhäuser wird dadurch die Möglichkeit geschaffen, auch ohne eigene Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten kompetent über Wissenschaftsthemen zu berichten.
- › Wir halten es für notwendig, außer den **digitalen Medien auch klassische Medien**, wie Zeitungen und Zeitschriften sowie die Publikumsverlage mit ihrem weiten Angebot an Fach- und Sachbüchern zu unterstützen.
- › Die **öffentlich-rechtlichen Medien** haben einen besonderen Bildungs- und Informationsauftrag.²⁵ Schon jetzt gibt es gute Sendeformate, die Inhalte aus der Wissenschaft vermitteln. Diese Formate müssen weiter ausgebaut und diversifiziert werden, sodass sie stärker als bisher den unterschiedlichen Bedürfnissen in der Gesellschaft entsprechen. Wissenschaft sollte nicht nur

Thema von Magazinsendungen und Reportagen sein, sondern – nach dem Vorbild von Wirtschafts- oder Sportthemen – auch in die Hauptnachrichten einfließen. Die Öffentlichkeit hat nicht nur ein Recht, über herausragende Forschungsergebnisse informiert zu werden, sondern auch über Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die das Wissenschaftssystem an maßgeblicher Stelle mitgestalten. Wir regen an, dass die öffentlich-rechtlichen Medien ihrem Bildungs- und Informationsauftrag im Bereich der Wissenschaftsvermittlung in besonderem Maße nachkommen und dadurch Vorbildfunktion für andere Medien übernehmen. Dies sollte im Rahmen der ohnehin anstehenden Reformen von der Politik staatsvertraglich bestätigt werden.²⁶

24 Informationsdienst Wissenschaft: <https://idw-online.de/de/>.
Science Media Center: <https://www.sciencemediacenter.de/>;
<https://www.rnd.de/themen/wissenschaft/>.

25 Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*.
Kiel 2021, S. 26. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=5.

26 Allianz der Wissenschaftsorganisationen: *10-Punkte-Plan zur Wissenschaftskommunikation. Handlungsempfehlung Nr. 4*.
Vgl. https://static.daad.de/media/daad_de/pdfs_nicht_barrierefrei/der-daad/allianzwisskomm_10_punkte_plan.pdf.

5. Gesellschaftliche Debatte über Wissenschaft

Wissenschaft ist seit langem Gegenstand gesellschaftlicher Debatten. Die Verzahnung von Wissenschaft mit anderen gesellschaftlichen Bereichen führt immer wieder zu Diskussionen über Folgen und Verantwortlichkeiten. Seit langem stehen die „Chancen und Risiken“ im Mittelpunkt. Leitplanken und Grenzen, die die Wissenschaft alleine nicht definieren kann, sind notwendig, um die Chancenwissenschaftlicher Erkenntnis zu optimieren und gleichzeitig mögliche Risiken einzudämmen. Damit im Zusammenhang stehen Kontroversen über Ziele und Wege der Wissenschaft sowie die Verantwortlichkeiten von Wissenschaft einerseits und Gesellschaft und Politik andererseits. Diese Aspekte stellen gesellschaftliche Daueraufgaben dar, die immer wieder Nachjustierungen und Neuorientierungen erfordern.

Die Sars-CoV-2-Pandemie ist ein prägnantes Beispiel, wie Wissenschaft und Gesellschaft zusammenwirken. Es zeigt eindrucksvoll, wie notwendig und nützlich die Kooperation ist; sie zeigt aber auch, wie schwierig sie sein kann. Klimawandel, Energiewende, Biodiversität, gesellschaftliche Vielfalt und soziale Gerechtigkeit sind weitere Beispiele für Herausforderungen, zu deren Lösung wissenschaftliches Wissen beitragen kann.

Vor diesem Hintergrund wird die große Bedeutung der Wissenschaftskommunikation verständlich.

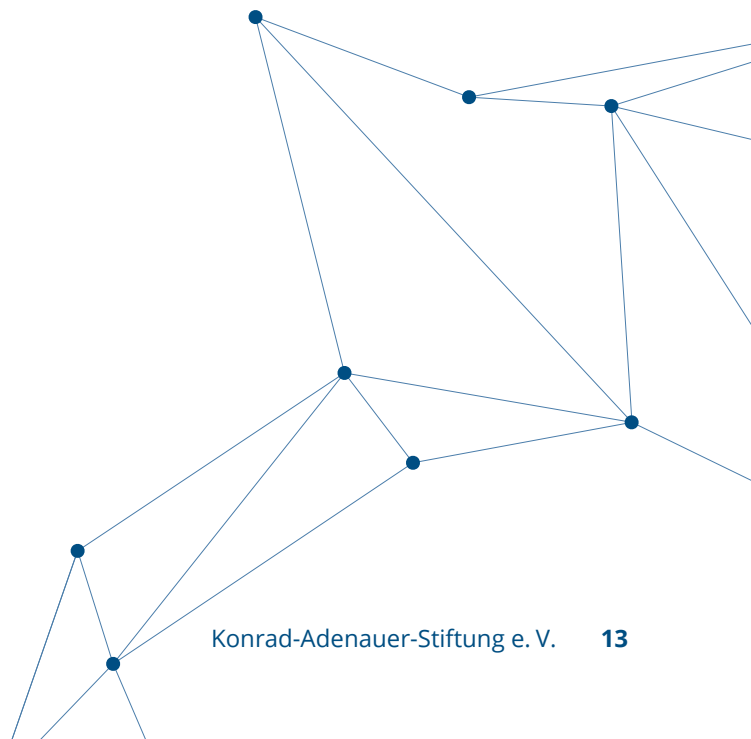
- › Wir befürworten, dass Wissenschaftskommunikation nicht nur Wissensvermittlung sein sollte, sondern die gesellschaftliche **Teilhabe** an und die **Mitgestaltung** von Wissenschaft einschließt, wo immer es möglich und sinnvoll ist.²⁷ Wissenschaftliches Wissen und Erfahrungswissen sind unterschiedliche Wissensformen. Sie können sich bis zu einem gewissen Grad gegenseitig befruchten. Daher setzen wir uns für einen engen Austausch ein, ohne die grundsätzlichen Unterschiede
- › zwischen wissenschaftlichem Wissen und Erfahrungswissen zu verkennen.²⁸
- › *Citizen science* ist in vielen Bereichen, etwa von der Erinnerungskultur bis hin zu Umwelt- und Naturschutzthemen förderungswürdig. Auch der Meinungsaustausch zwischen gesellschaftlichen Interessenverbänden und wissenschaftlichen Einrichtungen kann dem Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft dienen, sofern die Freiheit der Wissenschaft gesichert bleibt. Und nicht zuletzt ermöglichen Social Media die Einbeziehung weiterer gesellschaftlicher Gruppen in wissenschaftliche Debatten. Formate der politischen Bildung sollten zu Dialogformaten mit Wissenschaft weiter ausgebaut werden, um möglichst vielen Interessierten das Gespräch mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zu ermöglichen.
- › Die **Zivilgesellschaft** sollte dort, wo sie einen sinnvollen Beitrag leisten kann, einbezogen werden. Entsprechende Formen des Einbezugs sollten erprobt und wissenschaftlich ausgewertet werden. Dabei ist darauf zu achten, dass keine Partikularinteressen die Wissenschaft einschränken. Die grundgesetzlich verankerte Wissenschaftsfreiheit, die die freie Wahl von Forschungsthemen und -methoden einschließt und essenzielle Voraussetzung für wissenschaftliche Qualität ist, darf nicht gefährdet werden.
- › In der Corona-Pandemie wurde die große Bedeutung der **Wissenschaftskommunikation** und verwandter Aufgabenfelder – **Gesellschafts- und Politikberatung** – offenkundig. Diese drei Bereiche sollten in ihren Wechselbeziehungen gefördert werden. Im Hinblick auf künftige Entwicklungen empfehlen wir, die notwendigen Strukturen in Hochschulen,

nichtuniversitären Forschungseinrichtungen, Wissenschaftsorganisationen und -akademien den jeweiligen Profilen der Einrichtungen entsprechend weiter auszubauen. Die Politik ist hier zur gemeinsamen Gestaltung und Ressourcenbereitstellung gefordert.

- › Wissenschaft ist ein gesellschaftliches Subsystem mit speziellen Regeln und Funktionsweisen, die unbedingt geachtet werden müssen, um die Leistungsfähigkeit zu erhalten. Wir setzen uns für die **Wissenschaftsfreiheit** ein.²⁹ Anforderungen der Wissenschaftskommunikation dürfen sie nicht begrenzen, sondern sollen ihr helfen, diese Freiheit immer wieder neu zu begründen – mit dem Wohl der Gesellschaft.

-
- 27 Bürgerwissenschaft – die Citizen Science-Plattform. <https://www.buergerschaftenwissen.de/>. #FactoryWisSkomm: *Handlungsperspektiven für die Wissenschaftskommunikation*, S. 58–62.
 - 28 „Eine solche Beteiligung setzt eine adäquate Bildung voraus.“ Wissenschaftsrat: *Wissenschaftskommunikation*. Kiel 2021, S. 8. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?_blob=publicationFile&v=5.
 - 29 Wissenschaftsnetzwerk der Konrad-Adenauer-Stiftung: *Wissenschaftsfreiheit. Argumente für mehr Rücksicht auf ein gefährdetes Grundrecht*. Berlin 2017. https://www.kas.de/documents/252038/253252/7_dokument_dok_pdf_49661_1.pdf/32beb922-fa32-b0bd-d3c8-5121392b9b2e?version=1.0&t=1539648801852.

Letzter Aufruf für alle genannten Internetquellen:
28.2.2022.



Autorinnen und Autoren

Die vorliegenden Empfehlungen wurden vom „Wissenschaftsnetzwerk“, einer unabhängigen wissenschaftspolitischen Expertengruppe erstellt, die von der Konrad-Adenauer-Stiftung einberufen wurde.

An den Empfehlungen haben mitgewirkt und geben ihre Zustimmung

Dr. Norbert Arnold

Analyse und Beratung, Konrad-Adenauer-Stiftung

Dr. Josef Lange

Staatssekretär a. D.

Prof. Dr. Verena Blechinger-Talcott

Vizepräsidentin der Freien Universität Berlin

Dr. Volker Meyer-Guckel

Generalsekretär des Stifterverbandes

Prof. Dr. Gregor Bucher

Department of Evolutionary Developmental Genetics, Universität Göttingen

Prof. Dr. Cornelis Menke

Professor für Philosophie und Geschichte der Wissenschaften, Leiter Studium generale, Universität Mainz

Dr. Dietmar Ertmann

Kanzler der Universität Karlsruhe (2000–2008)

Prof. Dr. Detlef Müller-Böling

Rektor der Universität Dortmund (1990–1994), Leiter des Centrums für Hochschulentwicklung (1994–2008)

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Peter Frankenberg

Minister a. D.

Prof. Dr. Volker M. Haug

Professur für Öffentliches Recht, Hochschule für öffentliche Verwaltung und Finanzen Ludwigsburg

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Ernst Th. Rietschel

Präsident der Leibniz-Gemeinschaft (2005–2010) und Vorstandsvorsitzender des Berlin Institute of Health (2013–2015)

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Wolfgang Holzgreve, MBA

Ärztlicher Direktor und Vorstandsvorsitzender des Universitätsklinikums Bonn

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Ulrich Rüdiger

Rektor der RWTH Aachen

Prof. Dr. Oliver Jahraus

Vizepräsident der LMU München

Prof. Dr. Brigitte Schlegelberger

Direktorin des Instituts für Humangenetik der Medizinischen Hochschule Hannover

Prof. Dr. Beate Jochimsen

Professur für allg. Volkswirtschaftslehre, insb. Finanzwissenschaft, Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin; Mitglied im Sachverständigenrat zur Begutachtung der Entwicklung im Gesundheitswesen

Dr. Susanna Schmidt

Leiterin Begabtenförderung und Kultur, Konrad-Adenauer-Stiftung

Prof. Dr. Michael Klein

Vorstandsvorsitzender DAM – Deutsche Allianz Meeresforschung e. V.

Prof. Dr. Charlotte Schubert

Historisches Seminar, Universität Leipzig

Prof. Dr. Björn Schumacher

Direktor des Instituts für Genomstabilität in Alterung und Erkrankung, Universität zu Köln

Prof. Dr. Michael Sommer

Institut für Geschichte, Universität Oldenburg;
Vorsitzender des Philosophischen Fakultätentages

Dr. Michael Stückradt

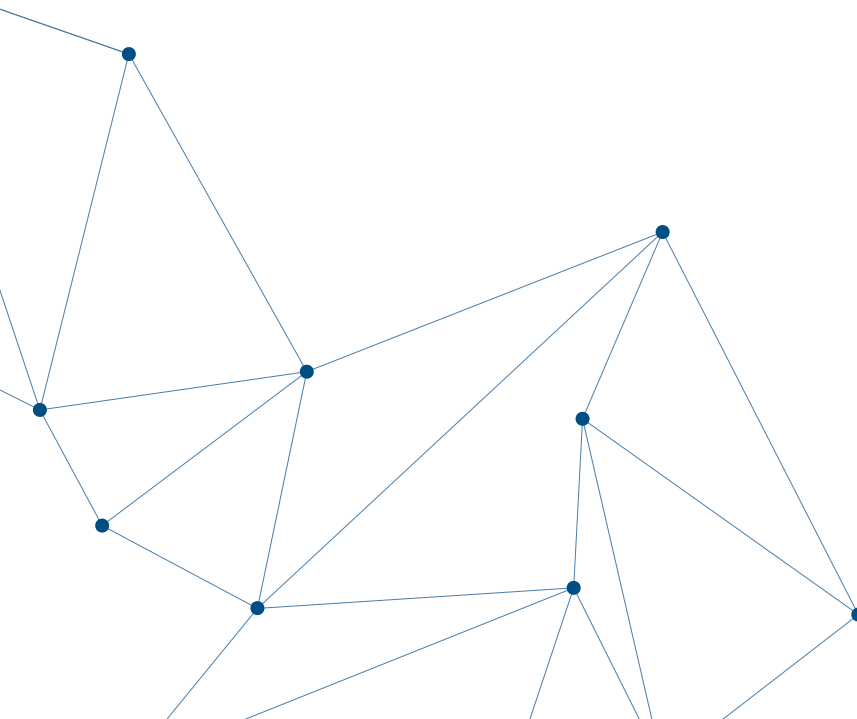
Kanzler der Universität zu Köln

Prof. Dr. Birgitta Wolff

Ministerin a. D., Mitglied des Vorstandes
der Konrad-Adenauer-Stiftung,
Präsidentin der Universität Frankfurt (2015–2020)

Prof. Dr. Andreas Zaby

Präsident der Hochschule für Wirtschaft
und Recht Berlin



Impressum

Ansprechpartner:

Dr. Norbert Arnold
T +49 30 / 269 96-3504
norbert.arnold@kas.de
Post: Konrad-Adenauer-Stiftung,
10907 Berlin

Herausgeberin:

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. 2022, Berlin

Gestaltung und Satz: yellow too Pasiak Horntrich GbR
Hergestellt mit finanzieller Unterstützung der Bundesrepublik
Deutschland.



Diese Publikation ist lizenziert unter den Bedingungen von
„Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen
Bedingungen 4.0 international“, CC BY-SA 4.0 (abrufbar unter:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>)

ISBN 978-3-98574-058-1

www.kas.de