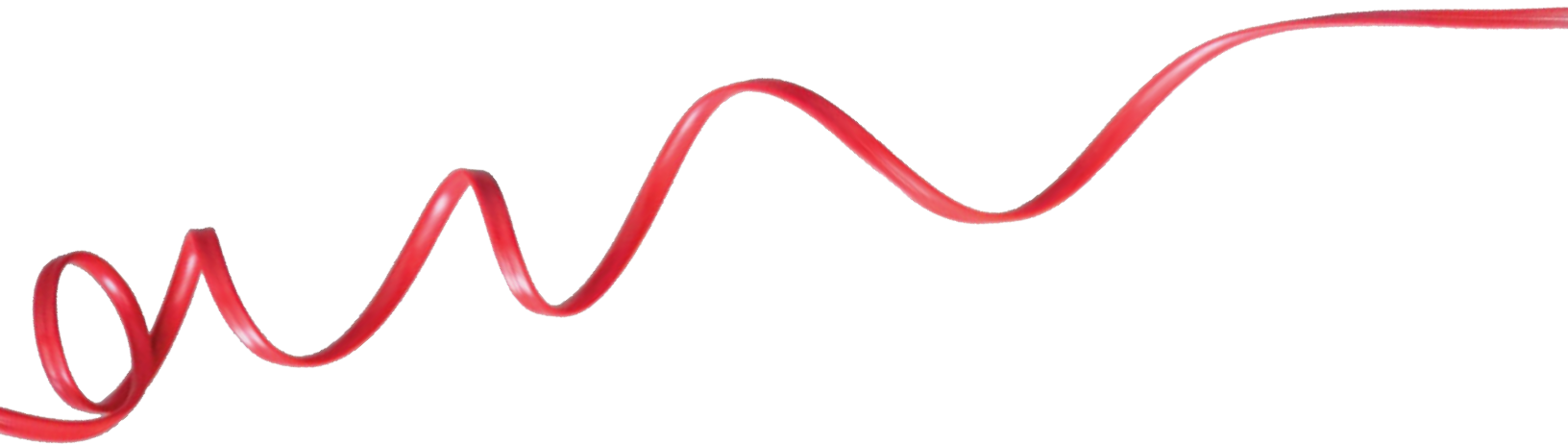


Der rote Faden

für Wissenschaftskommunikation, die ankommt

#1





Quellen

[sciencetainment](#)

[The Royal Society](#)

[gutezitate.com](#)

Bilder

Titelseite: sunnystudio/Shutterstock.com

Seite 3: elliepeek auf Pixabay

Seite 4: nile auf Pixabay

Seite 5: Pexels auf Pixabay, Gerd Altmann auf Pixabay

Seite 6: Alexas_Fotos auf Pixabay

Seite 7: Foto von fauxels von Pexels, Structuro auf Pixabay

Seite 8: Gerd Altmann auf Pixabay

Impressum

Wissenstransferzentrum West • www.wtz-west.at

Redaktion

Abt. Forschungsservice und Technologietransfer der [Paris-Lodron-Universität Salzburg](#)

Karin Mayr-Nestelbacher, Andrea Spannring

Kapitelgasse 6 • 5020 Salzburg • Österreich

Dezember 2020



**PARIS
LODRON
UNIVERSITÄT
SALZBURG**



Inhalt #1



Warum *Wissenschaftskommunikation*?

Und warum diese Broschüre?

Für die sogenannte *Third Mission* von Hochschulen und den Wissenstransfer im Allgemeinen ist die wirksame Kommunikation von Forschungsinhalten- und ergebnissen wichtig. Deshalb möchte das WTZ West Ihnen als Wissenschaftler*in einen *Roten Faden* für Wissenschaftskommunikation in die Hand geben. Dieser erscheint ab sofort **periodisch in Einzelausgaben als PDF** – wobei Sie in diesem Moment die Auftakt-Ausgabe vor sich sehen. Die Reihe beleuchtet **jeweils ein Schwerpunkt-Thema** aus dem weiten Feld der Wissenschaftskommunikation.

So bietet der *Rote Faden* **Checklisten, Tipps und Hintergrundinfos**, um Ihre wissenschaftliche Arbeit, Ihre Erfolge und Erkenntnisse an das gewünschte Publikum zu kommunizieren. Frei nach dem Motto:

Tue Gutes und rede darüber.

Auf den folgenden fünf Seiten dieser #1 widmen wir uns der Grundsatzfrage: *Warum soll ich für Wissenschaftskommunikation Zeit investieren?*

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen – und gutes Gelingen, falls Sie womöglich gleich zur Tat schreiten!

Ihr WTZ West Team

Warum soll ich für

Wissenschafts-

Kommunikation?

Zeit investieren



“

Ein Vakuum, geschaffen durch fehlende Kommunikation, füllt sich in kürzester Zeit mit falscher Darstellung, Gerüchten, Geschwätz und Gift.

“

Cyril Northcote Parkinson

Ein Fall für die PR-Abteilung!?

Vertrauen ist ausschlaggebend in der Wissenschaftskommunikation. Wenn Nicht-Wissenschaftler*innen auf Informationen angewiesen sind, deren Wahrheitsgehalt sie nicht überprüfen können, dann müssen die Quellen für vertrauenswürdig gehalten werden. Der direkte Kontakt zu den Forscher*innen ist hierbei wesentlich. Deswegen möchten politische Entscheidungsträger*innen, Unternehmensmitarbeiter*innen, Investor*innen, aber auch Lehrer*innen und Journalist*innen Fachthemen mit den Expert*innen – **also mit Ihnen als Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern selbst** – besprechen oder von Ihnen persönlich hören oder lesen. Fazit: Eine PR-Abteilung kann Sie dabei unterstützen, Sie aber nicht ersetzen!



Eine Brücke zwischen
Forschung und Gesellschaft

Wissenschaftskommunikation

In aller Kürze

Basics und Hintergrund von
Wissenschaftskommunikation

Vorteile für Forscher*innen,
Hochschule, Gesellschaft
und Sie ganz persönlich

Citizen Science – neue Ideen
von außen

Mögliche **Zielgruppen** für Ihre
Wissenschaftskommunikation



Ein paar Basics vorab

Was ist Wissenschaftskommunikation – kurz *WissKomm* – überhaupt? Es geht dabei vor allem um die **verständliche Kommunikation oder Diskussion** von wissenschaftlichen Themen, Problemen oder Fragestellungen von Forschenden zu bzw. mit unterschiedlichen Zielgruppen.

In unserer technisierten, durch wissenschaftliche Arbeit stark geprägten Welt ist es notwendig geworden, Wissenschaft und Forschung nicht nur voranzutreiben, sondern ihre Anwendbarkeit und gesellschaftliche Konsequenz in die Gemeinschaft hineinzutragen. Nur dann können neue Erkenntnisse ihre **Wirkung für zukunftsweisende Veränderungen** entfalten. Das fordert jedoch auch ein tieferes **Verständnis der Wissenschaftler*innen selbst** für die Bedürfnisse, die Ängste oder die Fragestellungen der Gesellschaft in all ihrer Vielfalt.

Vorteile von *WissKomm* für Sie persönlich

Zugegeben, durchdachte, gut konzipierte und mit Herz geschaffene Wissenschaftskommunikation braucht Zeit und Energie, und das nicht zu knapp. Ressourcen, mit denen man besonnen umgehen sollte – denn auch der wissenschaftliche Tag hat nur 24 Stunden! Darüber hinaus darf man sich davon weder kurzfristige Anerkennung noch wissenschaftlichen Impact wie vergleichsweise durch starke Publikationen erhoffen.



Kommen wir also zum Kern:

Warum sollen Sie trotzdem Zeit für das Thema Wissenschaftskommunikation investieren? Was haben **Sie** davon?

✓ Es erhöht Ihre Chancen auf Bewilligung Ihrer **Forschungsanträge**, die eine professionelle Disseminationsarbeit einfordern.

✓ Nicht jeder Forschende ist der geborene Kommunikator, aber im Sinne von „Learning by Doing“ stärken Sie aktiv diese **Kompetenz**. Das hilft Ihnen **in einer modernen Arbeitsumgebung** flexibel und sicher bestehen zu können.

✓ Eine größere **Sichtbarkeit** in der Öffentlichkeit festigt auch die eigene Position innerhalb der Forschungsinstitution.

✓ Nicht zuletzt kann es großen **Spaß** machen, mit Techniken wie Podcasten zu experimentieren oder bei einer Veranstaltung mit Laien zu diskutieren.

Eine kleine Kulturgeschichte der Wissenschaftskommunikation

Am Anfang der Wissenschaftskommunikation stand der Begriff **Public Understanding of Science**, wobei Laien die Wissenschaft „verstehen“ sollen. Diese Sichtweise ist noch immer sehr beliebt, sagt aber: Hier ist der wissende Forschende, dort ist die eifrig lauschende Gesellschaft. **Moderne Wissenschaftskommunikation ist hingegen keine Einbahnstraße**, sondern soll - wenn möglich - zu einem Dialog führen und im besten Fall zu einem **Engagement** der Öffentlichkeit in der Forschung. Denn das Miteinander und gemeinsame Arbeiten führt zu einer stärkeren **Identifikation** mit dem dahinter liegenden Forschungsgebiet:

Was ich kenne und schätze, **unterstütze** ich eher als das mir Unbekannte, vor dem ich mich im schlimmsten Fall sogar fürchte.

Die wachsenden sozialen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit ändern auch die Anforderungen an die Hochschulen. So tragen sie immer mehr auch die Verantwortung dafür, dass die Erkenntnisse aus der Forschung in Gesellschaft und Wirtschaft aktiv eingebracht werden. Neben der Lehre und der Forschung wird dies als die „**Third Mission**“ bezeichnet.

Citizen Science: Neue Ideen von außen

Die Forschung und ihre Methoden verändern sich. Neue und schnellere Kommunikationstechnologien haben die Möglichkeit geschaffen, dass Laien und Fachleute aus anderen Bereichen besser in die eigene Forschung

Vorteile von *WissKomm* für unsere Hochschulen

- ✓ Ein Austausch von Technologien und Innovationen fördert die **Kooperationen** von Wirtschaft und Forschungsstätte. Ideentransfer, gemeinsames Nutzen von Know-how oder kooperative Patententwicklung machen **beide Partner wettbewerbsfähiger**.
- ✓ Jedes Interview, jede Präsentation oder Podiumsdiskussion ist auch **Werbung für das eigene Forschungsthema**, für den Studiengang, für die Arbeitsgruppe sowie für die Universität oder Fachhochschule. Das **stärkt die Hochschule** in der Öffentlichkeit und kann dadurch mithelfen, Ihren Arbeitsplatz zu sichern.
- ✓ Und ganz wichtig: Eine gute Kommunikation ist immer auch PR nach innen und **stärkt damit die Identität und die Zusammenarbeit innerhalb** des Teams.

integriert werden können. Damit öffnen sie den Weg für Ideen von außen.

Daraus entwickelte sich der Ansatz für **Open Innovation** in der Wirtschaft bzw. **Open Science** in der Forschung. Eine Richtung ist Citizen Science mit berühmten **Beispielen wie Bird-Watching** (siehe rechts oben), **Galaxy Zoo** oder **Foldit**. Für diesen Ansatz gibt es bereits eigene Förderschienen.

Um neue Forschungsprojekte mit Vorgaben für Citizen Science solide ansuchen zu können, bildet ebenfalls gute und durchdachte Wissenschaftskommunikation die Voraussetzung. Zusätzlich schaffen Sie ausreichend Referenzen, die Sie für den Nachweis Ihrer Disseminationsarbeit für Einreichung und Abschlussberichte benötigen.





Nicht jede Forscherin und jeder Wissenschaftler ist der geborene Kommunikator ...

... und muss das auch nicht sein. Denn: Kommunikation kann man lernen. Wissenschaftskommunikation sollte daher eine noch **größere Rolle in der Ausbildung** unseres wissenschaftlichen Nachwuchses spielen.

Vorteile für Sie als Forscher*in

- ✓ *WissKomm* gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihre Begeisterung für die Wissenschaft und Ihre Arbeit zu **teilen**. Denn die Kommunikation für die Öffentlichkeit erzielt im Gegensatz zur klassischen wissenschaftlichen Publikation oftmals eine größere **Reichweite**.
- ✓ Die öffentliche **Anerkennung** der eigenen Leistung ist zudem ein Gewinn für die Forschenden.
- ✓ Wer kommuniziert, hat **Einfluss**. Wissenschaftler*innen liefern Fakten und Erkenntnisse, auf deren Basis auch weitreichende politische Entscheidungen getroffen werden.
- ✓ Gleichmaßen hilft es, **gesellschaftliche Entwicklungen besser zu erfassen** und die Forschungsrichtung entsprechend anzupassen.
- ✓ Wer kommuniziert, baut **Netzwerke** auf. Diese können sehr hilfreich für zukünftige Forschungsaufgaben oder Anträge sein.
- ✓ Transparente, verständliche Kommunikation hilft, das **Vertrauen der Öffentlichkeit** in die Wissenschaft als kompetente Informationsquelle aufzubauen. Dies ist die Grundvoraussetzung, um Fake-News oder **Verschwörungstheorien wirksam zu begegnen**.
- ✓ Jede Vereinfachung von Information und jede Frage eines Laien fordert **Klarheit und Struktur** im Denken; dies ist auch für die eigene Forschungstätigkeit hilfreich. Der Klassiker ist die Frage des Kindes: *Aber warum?*



Mögliche Zielgruppen

für Ihre Wissenschaftskommunikation



Journalist*innen

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler werden als Sprecher für ihr Fachgebiet gesehen und entscheiden so mit, welche Nachrichtenthemen gesetzt werden und wie Forschungsgebiete wahrgenommen werden.

auf politische Entscheidungsträger*innen haben. Damit tragen Forscher*innen bei, dass gesellschaftliche Veränderungen auf fundierter wissenschaftlicher Basis ruhen. „Interessante“ Forschungsgebiete erhalten auch mehr Finanzierungsmöglichkeiten.

Politiker*innen

In der Regierungs- und Wissenschaftspolitik kann die Präsenz der Forschenden und die Präsenz ihrer Arbeitsgebiete Einfluss

Kunst und Künstler*innen

Die Interaktion mit Künstler*innen und Kunstinstitutionen hilft mit, neue Denkweisen anzuregen und auch den Diskurs

kritischer Arbeitsgebiete in der Gesellschaft anzustoßen.

Science Festivals

Hier kann die Forschung ihre Arbeit einem breiten und oftmals neuen Laienpublikum präsentieren und trifft auf viele Zielgruppen gleichzeitig: von anderen Forschungsgruppen über Politiker*innen bis zu Kindern und Senioren*innen.

Schulen und Jugendliche

Forscher*innen können mit guter Wissenschaftsbildung die nächste Generation von Forschern inspirieren und Studieninteressierte für ihren Forschungsbereich gewinnen. Mehr Student*innen bedeutet auch eine höhere Basisfinanzierung für die Hochschulen.

Patient*innen-Gruppen

Eine Zusammenarbeit mit von ihrer Forschung betroffenen Personen kann für die Forschungsgruppe motivierend sein. Gleichzeitig können Patient*innen als Betroffene Spezialist*innen mit ganz besonderem und hilfreichen Know-how sein und damit die wissenschaftliche Tätigkeit bereichern.

Neue Medien / Soziale Medien

Damit können Forscher*innen ein großes und oftmals junges Publikum durch den Einsatz von Instagram, Facebook, TikTok und Co erreichen.

Vorteile von *WissKomm* für unsere Gesellschaft

- ✓ Mit einem reflektierten wissenschaftlichen Hintergrundwissen können Entscheidungsträger*innen, Manager*innen und Regierungen **bessere Entscheidungen** treffen – nicht erst seit der Corona-Krise.
- ✓ Der Wissenstransfer hilft jedem Menschen ganz persönlich, in seinem Leben bessere und fundierte Entscheidungen über seinen Lebensstil zu treffen und **Risiken besser einzuschätzen**.
- ✓ Gute Wissenschaftskommunikation ermöglicht und fördert den **öffentlichen Diskurs**.

Zum Weiterlesen

[Klärt uns auf! Zeit.de](https://www.zeit.de/2019/04/wissenschaft-kommunikation)

[The Royal Society Report "Public Understanding of Science"](https://royalsocietypublishing.org/journal/rsos/6/1/190001)

[Scientists-increasingly-speak-out. Scientific American](https://www.scientificamerican.com/article/scientists-increasingly-speak-out/)

Championing Science: Communicating Your Ideas to Decision Makers. Roger D. Aines and Amy L. Aines, University of California Press, 2019

Escape from the Ivory Tower. A Guide to Making Your Science Matter. Nancy Baron, Island Press, 2010

Das **Wissenstransferzentrum West** ist das größte Kompetenzzentrum für akademischen Wissens- und Technologietransfer Westösterreichs. Unter dem Dach des **WTZ West** arbeiten sechs Universitäten und fünf Fachhochschulen aus Oberösterreich, Salzburg, Tirol und Vorarlberg gemeinsam daran, neue Wissenshorizonte zu schaffen, Potentiale zu bündeln und das Thema Forschung verstärkt in den Vordergrund zu stellen:

Universität Innsbruck

Medizinische Universität Innsbruck

Paris-Lodron-Universität Salzburg

Universität Mozarteum Salzburg

Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz

Johannes Kepler Universität Linz

Fachhochschule Vorarlberg

Management Center Innsbruck

Fachhochschule Kufstein

Fachhochschule Salzburg

Fachhochschule Oberösterreich

“ But our most direct and urgent message must be to the scientists themselves:
Learn to communicate with the public,
be willing to do so and consider it your duty to do so. ”



Gefördert ist das WTZ West durch die aws, aus Mitteln der Nationalstiftung für
Forschung, Technologie und Entwicklung (Österreich-Fonds).

austria
wirtschafts
service



FTE NATIONALSTIFTUNG
FORSCHUNG | TECHNOLOGIE | ENTWICKLUNG

