



Ausschussdrucksache 18(18)129 e

12.10.2015

**Prof. Dr. Antje Boetius,
Vorsitzende des Lenkungsausschusses Wissenschaft im Dialog,
Universität Bremen**

Stellungnahme

Öffentliches Fachgespräch

zum Thema

„Stand und Perspektiven der Wissenschaftskommunikation“

am Mittwoch, 14. Oktober 2015

Stellungnahme von Prof. Dr. Antje Boetius (MARUM Zentrum für Marine Umweltwissenschaften, Universität Bremen; Vorsitzende des Lenkungsausschusses Wissenschaft im Dialog; Email: antje.boetius@awi.de) und Markus Weißkopf (Geschäftsführer Wissenschaft im Dialog; email: markus.weisskopf@w-i-d.de)

Wissenschaftskommunikation – Stand und Perspektiven

Der Begriff „Wissenschaftskommunikation“ steht für weit mehr als die Mitteilung von Wissen und dem Austausch von Informationen zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. Sie umfasst ein breites Feld von Aktivitäten, Akteuren und Zielgruppen. Bei fortschreitender Spezialisierung wissenschaftlicher Ausbildung, Berufe und Disziplinen ist die Wissenschaftskommunikation ein wesentliches Werkzeug für die Weiterentwicklung der Wissenschaft selbst. Der Begriff „Wissenschaftskommunikation“ steht für eine Vielzahl von Aktivitäten im Transfer von Wissen aus der Wissenschaft in andere gesellschaftlichen Bereiche wie Öffentlichkeit, Politik und Wirtschaft. Der Begriff Wissenschaftskommunikation umfasst ebenso das Management der internen und externen öffentlichen Kommunikation von Wissenschaftseinrichtungen - im Sinne von „Public Relations“.

Wissenschaft im Dialog (WiD) ist eine Initiative der deutschen Wissenschaft, in Form einer gemeinnützigen GmbH, 1999 gegründet auf Anregung des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft. Die deutschen Wissenschaftsorganisationen sind Gesellschafter, die Hochschulen sind über die Hochschulrektorenkonferenz beteiligt, viele Projekte werden vom Bundesministerium für Bildung und Forschung oder verschiedenen Stiftungen unterstützt. Wissenschaft im Dialog organisiert Dialogveranstaltungen, Ausstellungen und Wettbewerbe. Dabei setzen wir auf bewährte Großformate wie die MS Wissenschaft, entwickeln aber auch neue Konzepte wie Open Science, Citizen Science Labore und Crowdfunding. Weitere Ziele sind die Entwicklung von Leitlinien für die Qualitätssicherung von Wissenstransfer, sowie Beiträge zu Ausbildung, Lehre und berufliche Qualifikation. In letzter Zeit stehen besonders Formate für Bürgerbeteiligung und für Kontroversen zwischen Teilen der Wissenschaft und der Öffentlichkeit im Vordergrund, wie auch Fragen zur Veränderung der Rolle der Wissenschaftskommunikation und ihrer Akteure und Zielgruppen.

Zu den Perspektiven der Wissenschaftskommunikation gehört, sie als eine wesentliche Leistung der Wissenschaft neben Forschung und Lehre zu begreifen und sich ebenso wie in den beiden anderen Dimensionen der Ziele, Werte, Akteure, Aufgabenteilung, Strategien und Rahmenbedingungen bewusst zu werden, sowie gute und nachhaltige Förderkonzepte zu entwickeln. Gerade weil die Wissenschaftskommunikation Schnittstellen zu den unterschiedlichen Teilbereichen der Gesellschaft erzeugt, ist sie bei dem erklärten Mehrbedarf an Bürgerbeteiligung und Information als besondere gesellschaftliche Aufgabe in den Blick zu nehmen und auszugestalten. Dabei ist nicht die Wissenschaft alleine für diese Weiterentwicklung zuständig. Die Politik kann Rahmenbedingungen verbessern durch die Förderung und Anerkennung von Leistungen in der Wissenschaftskommunikation durch Schulen und Hochschulen, Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit.

Bedarfe in der Weiterentwicklung von Wissenschaftskommunikation:

Strategiefähigkeit:

- Übergreifendes strategisches Bewusstsein für Ziele und Werte der Wissenschaftskommunikation in der Wissensvermittlung und als Dialog- und Beteiligungsformat
- Indikatoren für gute Wissenschaftskommunikation und langfristigen Impact (weiter-)entwickeln und erforschen
- Kompetenzzentren der Wissenschaftskommunikation an wissenschaftlichen Einrichtungen und als unabhängige Einrichtungen

Qualitätssicherung

- Etablierung der Leitlinien guter Wissenschaftskommunikation, wie von WiD, dem Bundesverband Hochschulkommunikation und den Akademien entwickelt
- Expertendatenbanken entwickeln (z.B. Akademien; Science Media Center)
- Monitoring, Evaluation und Dokumentation von Wissenschaftskommunikation
- Entwicklung von Zielen, Anreizen und Indikatoren für die Qualität, Relevanz und Steuerung von Aktivitäten der Wissenschaftskommunikation

Anerkennung

- Anerkennung der Wissenschaftskommunikation als wissenschaftliche Leistung (neben Forschung und Lehre), die besondere Kompetenzen und personelle, infrastrukturelle und finanzielle Ressourcen braucht
- Unterstützung von unabhängigem Wissenschaftsjournalismus (z.B. durch Preise, Weiterbildungsangebote, Open Science, Informationsinfrastrukturen)

Förderung

- Förderung der Wissenschaftskommunikation im Rahmen von Forschungsprojekten (z. B. durch anteilige Mittelbereitstellung, siehe DFG)
- Förderung der Anerkennung von Wissenschaftskommunikation durch Preise und Wettbewerbe (z.B. Jugend präsentiert, Communicator Preis)
- Langfristige Unterstützung von Kompetenzzentren für verschiedene Bereiche der Wissenschaftskommunikation an Hochschulen und anderen Einrichtungen
- Angebote und Projekte für Wissenschaftsjournalisten

Kompetenzschulung

- Angebote für das Training von Kommunikations- und Medienkompetenz als Teil von lebenslangem Lernen
- Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Wissenschaftler, Wissenschaftskommunikatoren und Journalisten/Medienvertreter
- Volontariate & Schulungen für Journalisten und Medienvertretern in Wissenschaftlichen Einrichtungen und umgekehrt

Formate

- Stärkere Fokussierung auf die nachfrageorientierte Entwicklung von Formaten der Wissenschaftskommunikation
- Weiterentwicklung und Erforschung von partizipativen und interaktiven Formaten der Wissenschaftskommunikation mit Bewusstsein für Mandate, Ziele und Zielgruppen
- Dialogformate zu Konfliktthemen entwickeln & erforschen
- Vermittlung der Eigenheiten von wissenschaftlichem Wissen, seiner Methodik, Unsicherheiten und seiner Grenzen
- Entwicklung neuer und experimenteller Formate der Wissenschaftskommunikation (z. B. zur Ansprache von neuen Zielgruppen)