

Warum Wissenschaft kommunizieren?



Andreas Archut
Eva-Maria Streier

“Jetzt soll ich also auch noch Öffentlichkeitsarbeit machen?!“ – Zugegeben: Wissenschaftler haben eine Menge Aufgaben. Neben Forschung und Lehre verbringen sie viel Zeit in endlosen Gremiensitzungen der akademischen Selbstverwaltung, kümmern sich um Personalangelegenheiten, seufzen unter der Hochschulbürokratie, fertigen ohne Murren Gutachten um Gutachten, arbeiten Vorträge für die nächste Tagung aus und verfassen Anträge für neue Drittmittel. Mancher mag sich da fragen: Gibt es für die Kommunikation nicht die Pressestelle? Die Antwort lautet: Ja und nein. Denn die Kommunikation der Wissenschaft mit der Öffentlichkeit ist komplex, und selbst wenn Ihre Organisation hauptamtliche Kommunikatoren beschäftigt, kommen diese ohne Ihre Unterstützung nicht weit. Wir behaupten darum: Kommunikation ist neben Forschung und Lehre eine der Kernaufgaben von Wissenschaftlern. Und bekanntlich steht man auf drei Beinen am stabilsten!

Gliederung	Seite
1. Alles ist Kommunikation	2
2. Öffentlichkeitsarbeit prägt das Image der Wissenschaft	3
3. Drittmittelgeber fordern Kommunikation	4
4. Öffentlichkeitsarbeit für das eigene Fach	5
5. Studierende gewinnen	5
6. Kontakte anbahnen	7
7. Krisen-Kommunikation	7
8. Was denken die Kollegen	8
9. Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit	9

1. Alles ist Kommunikation

„Man kann nicht nicht kommunizieren!“ – Diese einfache Erkenntnis stammt von dem berühmten österreichischen Psychoanalytiker und Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick. Vom Abteilungsmeeting bis zum „Schatz wie war dein Tag“-Gespräch am Abend kommunizieren Sie unentwegt. Kommunikation ist gerade für Wissenschaftler das tägliche Brot. Sie verfügen über ein weltweites Netzwerk, das Sprach- und Fächergrenzen überschreitet. Sind in der Lage, sich schnell in andere Fachgebiete einzuarbeiten und Kollegen aus anderen Disziplinen ihr eigenes Gebiet näher zu bringen. Allerdings mit den Kommunikationsmechanismen der jeweiligen Wissenschaft – das heißt ihrer Fachsprache, der erforderlichen Komplexität und mit den eingespielten Verhaltensweisen der Scientific Community. Dem steht auf der anderen Seite die Öffentlichkeit mit ihrer Forderung nach klaren, verständlichen Botschaften, Reduktion von Komplexität und Veranschaulichung entgegen. Die Frage ist also nicht ob, sondern wie Sie als Wissenschaftler kommunizieren wollen, und wen Sie in die Kommunikation einbeziehen möchten.

Entscheiden Sie, wen Sie erreichen wollen

Legen Sie Zielgruppen und Kommunikationsziele fest!

Es muss nicht immer die breite Öffentlichkeit sein, mit der Sie in Kontakt treten. Denn ohnehin gibt es gar nicht. Vielmehr ist in der Literatur häufig von Teilöffentlichkeiten oder so genannten Dialoggruppen die Rede und die sind so unterschiedlich wie die Kommunikation mit ihnen. Für Ihre Praxis kann das heißen, sich den Medien als Experte für Fachfragen zur Verfügung stellen, auch Kinderuni-Vorlesungen zu halten. Oder Sie gehen in Schulen, um angehende Abiturienten für ihr Studienfach zu begeistern. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Das gilt auch für die Zielsetzung, mit der Sie kommunizieren. Kommunikatoren sind nicht notwendigerweise Altruisten, die um der Sache willen in die „Bütt“ steigen. Wenn Kommunikation die Ziele erreichen soll, die Sie sich selbst, die Ihre Organisation oder Ihre Fachgesellschaft gesteckt haben, gilt es, angemessene Formate zu finden.

Wissenschaft im Dialog mit Laien

Im Gespräch mit Laien sollten Sie keine Fachkenntnisse voraussetzen

Freilich haben Sie im Dialog mit Laien nicht immer so leichtes Spiel wie bei Ihren Kollegen. So müssen Sie sich schon etwas umstellen, wenn Sie Ihrem Friseur, der Wissenschaft nur aus Krimiserien im Privatfernsehen kennt, erklären, womit Sie sich beruflich beschäftigen. Aber auch Ihre Verwandten fragen gelegentlich nach, womit Sie Ihre Familie ernähren. Nachwuchswissenschaftler kommen spätestens in ihrem ersten Vorstellungsgespräch nicht um die Aufgabe herum, einem Laien zumindest im Kern zu erklären, womit sie sich in den vergangenen Jahren beschäftigt haben.

Anders als bei Ihren Fachkollegen können Sie im Gespräch mit Laien keine Fachkenntnisse voraussetzen. Nicht einmal das Abitur dürfte jeder Ihrer Gesprächspartner in der Tasche haben. Die Reduktion auf zentrale und verständliche Informationen fällt vielen Wissenschaftlern schwer. Andererseits ist dies

Informationen zu den Autoren:

Dr. **Andreas Archut** ist seit 2000 Leiter der Abteilung Presse und Kommunikation und Pressesprecher der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn. Seit Herbst 2004 ist er Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft der Hochschulpressestellen in Deutschland. Der promovierte Chemiker war nach Abschluss seiner akademischen Ausbildung freier Mitarbeiter der Bonner Rundschau und ab 1998 als Redakteur im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) für die Forschungskommunikation verantwortlich. Er unterrichtete in Medientrainings Kollegiaten von DFG-geförderten Graduiertenkollegs. Journalistische Erfahrung sammelte Archut bereits als Schüler und Student als freier Mitarbeiter der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der Bonner Rundschau, der Honnefer Volkszeitung und bei Radio Bonn/Rhein-Sieg.

Dr. **Eva-Maria Streier**, promovierte Literaturwissenschaftlerin (Amerikanistik), gelernte Journalistin, Erfahrungen im Print, Hörfunk- und Fernsehbereich. Seit 1985 verantwortlich für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG). Die DFG ist der größte Forschungsförderer Deutschlands mit einem Gesamthaushalt von 2 Milliarden Euro, fünf Auslandsbüros und der Satzungsaufgabe der Beratung von Parlamenten und Regierungen in wissenschaftlichen Fragen.