

# Weniger Wertschätzung, weniger Engagement

## Zur Situation der Wissenschaftskommunikation in Deutschland

| CARSTEN KÖNNEKER | PHILIPP NIEMANN |  
CHRISTOPH BÖHMERT | **Nachwuchsforscher, die in Deutschland arbeiten, schätzen die Wissenschaftskommunikation im Vergleich zu ihren Kollegen aus anderen Ländern geringer. Insbesondere in digitalen Medien engagieren sie sich seltener. Auf den Dialog mit der Gesellschaft werden viele nicht vorbereitet.**

In den digitalen Öffentlichkeiten der Gegenwart kann sich jeder auch zu wissenschaftlichen Themen zu Wort melden. Impfen, Klimawandel, Gentechnik: Wer die Diskurse auf Facebook, Youtube oder in Blogs verfolgt, gewinnt schnell den Eindruck, als seien es eher selten fachlich berufene Stimmen, die hier zu vernehmen sind. Ähnliches gilt für weniger heikle Themen; die Diskurshöhe, so scheint es, liegt häufig fernab der Experten. Und so fragt man sich bis in die Spitzen der deutschen Wissenschaftsorganisationen seit 2017, dem Jahr des ersten „March

for Science“, verstärkt, ob populistische, antiaufklärerische Kräfte, denen wissenschaftliche Methoden eher wenig bedeuten und die ihre Schlussfolgerungen gern aus „alternativen Fakten“ ableiten, das gesellschaftliche Vertrauen in Wissenschaft insgesamt mittel- oder langfristig unterminieren könnten – auch wenn es laut dem jährlich erhobenen bevölkerungsrepräsentativen Wissenschaftsbarometer bislang keine Anzeichen für eine grassierende Wissenschaftsskepsis in Deutschland gibt.

Mehr Evidenz, mehr Methodenkenntnis und mehr authentische Einblicke, wie man in den verschiedenen Disziplinen überhaupt zu Ergebnissen gelangt – das könnten vor allem die rund 300 000 Forscherinnen und Forscher hierzulande in öffentliche Diskurse einbringen. Immerhin steht ihnen dafür ein historisch einmaliges Portfolio an Möglichkeiten für selbstvermittelte externe, d.h. an Nicht-Spezialisten gerichtete Wissenschaftskommunikation offen. Es reicht von Offlineformaten wie dem klassischen „allgemein verständlichen“ Vortrag, der Kinderuni oder dem Science-Slam bis hin zu Onlineformaten wie dem Forscherblog, der Facebook-Themenseite oder dem Youtube-Video. Kein Wissenschaftler, so könnte man pointiert formulieren, ist heute noch darauf angewiesen, dass seine Expertise von den Medien – fremdvermittelt – für öffentliche Diskurse fruchtbar gemacht wird. Und doch hat man den Eindruck, viele Forschende agierten hier noch zögerlich, ja zaghaft.

Die Ergebnisse einer aktuellen Befragungsstudie legen nahe, dass junge Forscherinnen und Forscher, die in ihrer bisherigen Karriere vor allem oder ausschließlich in Deutschland tätig waren, sich in mancherlei Hinsicht tatsächlich deutlich von ihren Kolleginnen und Kollegen aus anderen Ländern unterscheiden.

Von 2014 bis 2018 befragten wir die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zweier international hoch angesehener wissenschaftlicher Veranstaltungen – der Lindauer Nobelpreisträgertagungen sowie des Heidelberg Laureate Forums – bzgl. ihrer Einstellungen hinsichtlich externer Wissenschaftskommunikation und ihrer persönlichen Beteiligung daran. Konkret interessierte uns: Welche Relevanz messen diese „Young Researcher“ aus aller Welt, von vielen als die „Professoren der nächsten Generation“ angesehen, der externen Wissenschaftskommunikation bei? Welche Formate nutzen sie wie oft selbst? Und worin erkennen sie Hemmnisse? Nach Bereinigung verblieben 988 vollständige Datensätze von Nachwuchsforschenden, die in insgesamt 89 Ländern forschten, zum Zeitpunkt ihrer Befragung jeweils nicht älter als 35 Jahre alt waren und größtenteils der Gruppe von Doktoranden und Postdocs der MINT-Disziplinen sowie der Wirtschaftswissenschaften angehörten. 224 Personen (22,7 Prozent) forschten in den zurückliegenden Jahren vor allem oder ausschließlich in Deutschland; 764 (77,3 Prozent) in anderen Ländern, davon 272 in anderen europäischen Ländern, 214 in den USA und 128 in Asien. 19,5 Prozent aus der Stichprobe forschten auf dem Gebiet der Physik; 19,0 Prozent in den Lebenswissenschaften; 16,0 Prozent in der Chemie; 15,4 Prozent in der Mathematik; 15,2 Prozent

### AUTOREN



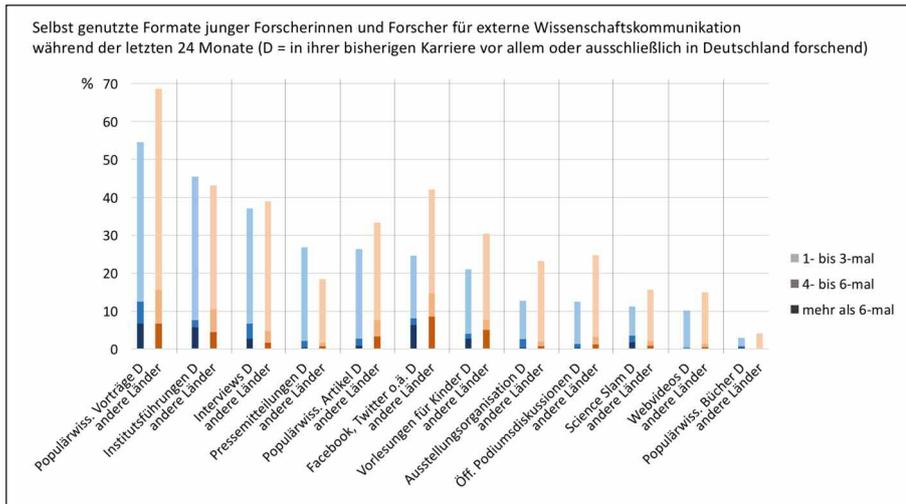
Prof. Dr. **Carsten Könneker** leitet den Lehrstuhl für Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsforschung des KIT. Er ist zudem Chefredakteur von „Spektrum der Wissenschaft“.



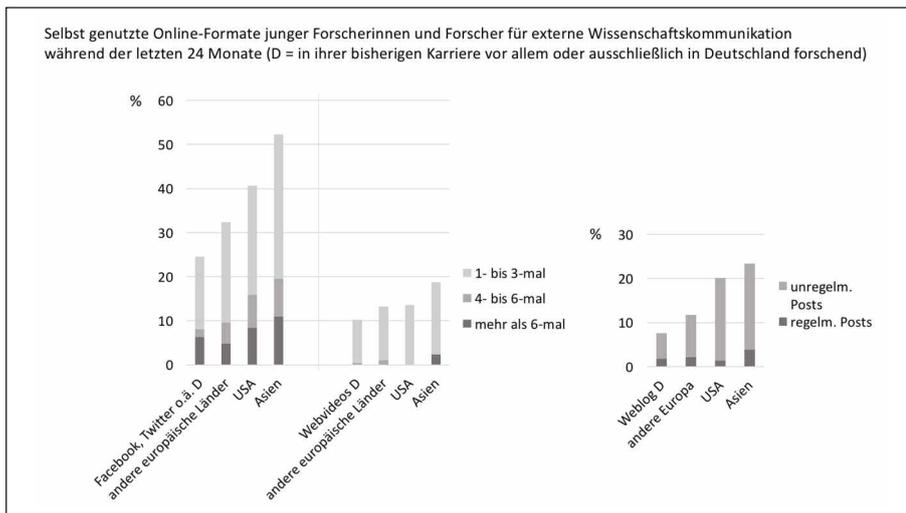
Dr. **Philipp Niemann** leitet die KIT-Nachwuchsgruppe „Science in Presentations“.



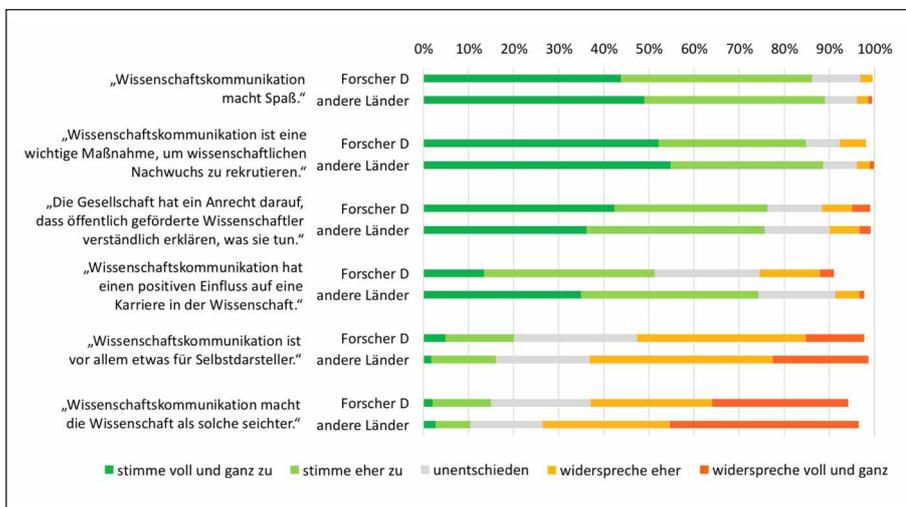
**Christoph Böhmert** promoviert am Lehrstuhl für Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsforschung des KIT.



**Diagramm 1:** In Deutschland tätige Nachwuchsforscher engagieren sich in externer Wissenschaftskommunikation vor allem über populärwissenschaftliche Vorträge, Institutsführungen und das Geben von Interviews. Ihre in anderen Ländern forschenden Kollegen nutzen die abgefragten Formate insgesamt häufiger.



**Diagramm 2:** In Deutschland tätige Nachwuchsforscher sind insbesondere im Bereich der Online-Wissenschaftskommunikation weniger aktiv als ihre Kollegen aus anderen europäischen Ländern, den USA und asiatischen Ländern.

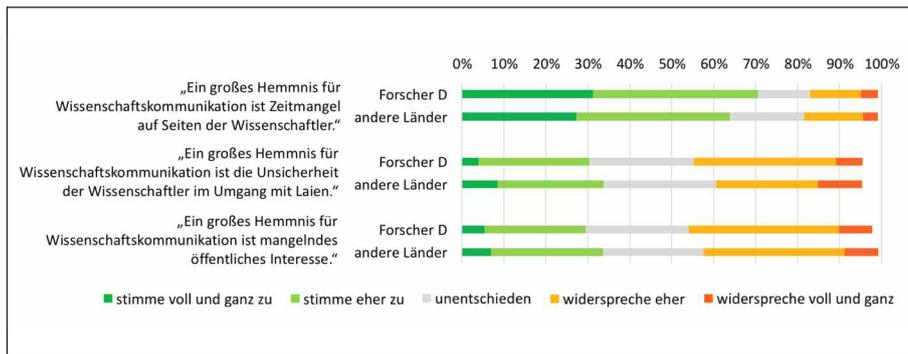


**Diagramm 3:** Einschätzungen von in Deutschland bzw. in anderen Ländern forschenden Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern hinsichtlich der Bedeutung von externer Wissenschaftskommunikation.

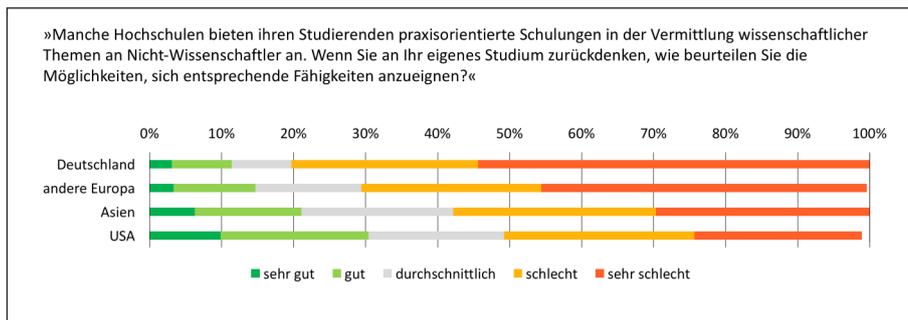
in der Informatik; 7,0 Prozent in den Wirtschaftswissenschaften; 3,9 Prozent in den Ingenieurwissenschaften; 3,7 Prozent waren in sonstigen Disziplinen tätig. 41,5 Prozent der Befragten in der Stichprobe waren Frauen; 57,5 Prozent Männer.

Es zeigte sich, dass jene Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in unserer Stichprobe, die vor allem in Deutschland forschten, in mehrerer Hinsicht signifikante Besonderheiten aufweisen. So engagierten sie sich innerhalb der letzten 24 Monate vor Ausfüllen des Onlinefragebogens insgesamt deutlich weniger in externer Wissenschaftskommunikation. Zehn der in Diagramm 1 aufgeführten zwölf Formate nutzten sie seltener als ihre Kollegen. Signifikant seltener brachten sie sich insbesondere in Diskussionen über Themen aus dem eigenen Fachgebiet in sozialen Netzwerken (wie Facebook oder Twitter) ein. Während sich hier 42,1 Prozent ihrer Kollegen aus anderen Ländern beteiligten (davon 8,5 Prozent mehr als 6-mal), taten dies hiesige Nachwuchsforschende lediglich zu 24,6 Prozent (6,3 Prozent davon mehr als 6-mal). Auch sprachen sie seltener als Experten bei öffentlichen Podiumsdiskussionen, hielten weniger „allgemein verständliche“ Vorträge, auch solche für Kinder, verfassten weniger populärwissenschaftliche Artikel und organisierten seltener Ausstellungen für ein allgemeines Publikum. Einzig beim Abfassen von Pressemitteilungen beteiligten sie sich signifikant stärker. Ein deutlich geringeres Engagement speziell in Online-Wissenschaftskommunikation offenbart sich zudem u.a. beim Führen eines eigenen Weblogs (Diagramm 2). Dies taten nur 7,6 Prozent der hiesigen Nachwuchsforschenden im Vergleich zu 11,8 Prozent ihrer Kolleginnen und Kollegen aus anderen Ländern Europas. Mit 20,1 Prozent waren in den USA tätige Forscherinnen und Forscher sowie mit 23,4 Prozent solche aus Asien sogar noch aktiver.

Das insgesamt geringere Engagement in externer Wissenschaftskommunikation geht mit einer skeptischeren Einschätzung hinsichtlich der Bedeutung von Wissenschaftskommunikation einher (Diagramm 3). Zwar stimmen die in Deutschland arbeitenden Nachwuchsforscherinnen und -forscher aus unserer Stichprobe ähnlich klar wie ihre Kollegen aus anderen Ländern Aussagen zu wie der, dass Wissenschaftskommunikation Spaß mache und



**Diagramm 4:** Mögliche Hemmnisse für Wissenschaftskommunikation aus Sicht junger Nachwuchsforscher.



**Diagramm 5:** Beurteilung der Möglichkeiten, Wissenschaftskommunikation praxisorientiert an der Hochschule zu lernen.

eine wichtige Maßnahme darstelle, um wissenschaftlichen Nachwuchs zu rekrutieren. Auch die Aussage, die Gesellschaft habe ein Anrecht darauf, dass öffentlich geförderte Wissenschaftler verständlich erklären, was sie tun, wird von mehr als drei Vierteln der Befragten hierzulande bejaht. Allerdings gestehen sie der Wissenschaftskommunikation signifikant weniger eine positive Wirkung auf eine Karriere innerhalb der Wissenschaft zu. Die Diskrepanz zum Rest der Stichprobe ist in dieser Frage besonders auffällig: Nachwuchsforschende, die in anderen Ländern tätig sind, gehen zu 74,2 Prozent davon aus, dass externe Wissenschaftskommunikation ihnen im Hinblick auf eine wissenschaftliche Karriere nützt; bei in den USA arbeitenden Forschenden sind es sogar 79,9 Prozent. Hiesige Wissenschaftler aus der Stichprobe glauben das hingegen nur zu 51,3 Prozent. Auch nehmen sie mögliche negative Auswirkungen von Wissenschaftskommunikation ungleich stärker wahr – etwa, dass diese die Wissenschaft als solche seichter mache oder ohnehin vor allem etwas für Selbstdarsteller sei.

Befragt nach möglichen Hemmnissen für die Wissenschaftskommunikation, äußerten sich die in Deutschland forschenden Wissenschaftler nicht signifikant anders als jene aus anderen

Ländern. Hier führen sie vor allem Zeitmangel an; Unsicherheit im Umgang mit Laien oder mangelndes öffentliches Interesse rangieren dahinter (Diagramm 4).

Auch wenn unsere Daten keinen kausalen Schluss zulassen: Eine naheliegende Interpretation lautet, dass die relative Zaghaftheit, die in Deutschland arbeitende Nachwuchswissenschaftler in puncto eigener Wissenschaftskommunikation an den Tag legen, mindestens teilweise daher rührt, dass sie der externen Wissenschaftskommunikation als solcher eine weniger positive Bedeutung zumessen. Womöglich mangelt es hierzulande vielerorts an einer in den Instituten authentisch gelebten Kultur der Akzeptanz, ja der Wertschätzung gegenüber Kolleginnen und Kollegen, die sich für den Dialog mit der Gesellschaft engagieren. Fraglich ist, ob den von den Spitzen der Wissenschaftsorganisationen seit dem Push-Memorandum von 1999 wiederholt vorgebrachten Bekenntnissen für mehr Wissenschaftskommunikation genügend effiziente Maßnahmen im Bereich der Organisationsentwicklung folgten. Das runde Push-Jubiläum 2019 könnte Anlass auch für das Bundesministerium für Bildung und Forschung sein, hier auf Maßnahmen hinzuwirken, die auf mehr echte Akzeptanz und

Wertschätzung für externe Wissenschaftskommunikation innerhalb der Forschungsorganisationen und Hochschulen abzielen.

Es gibt allerdings noch einen weiteren Ansatzpunkt, um mehr junge Forschende auch in Deutschland für gesellschaftliche Dialoge über wissenschaftliche Themen zu gewinnen und diesbzgl. den Rückstand gegenüber anderen Ländern wettzumachen. Denn wahrscheinlich gibt es neben einer unzureichenden Kultur der Akzeptanz und Wertschätzung schlicht zu wenig Ausbildung, die auf die Kommunikation mit Zielgruppen von Nicht-Spezialisten vorbereitet. Schließlich erfordern das Vermitteln von Forschungsergebnissen an Laien, das Formulieren von Kernbotschaften, das Veranschaulichen von wissenschaftlichen Sachverhalten – zumal in verschiedenen medialen Formaten – spezielle Kenntnisse und Fertigkeiten. Hier sprechen die Daten aus unserer Stichprobe eine klare Sprache (Diagramm 5): Zu 80,3 Prozent beurteilen hiesige Nachwuchsforscherinnen und -forscher die Möglichkeiten, sich im Studium praxisorientierte Fähigkeiten in externer Wissenschaftskommunikation anzueignen, retrospektiv als schlecht (davon zu 54,4 Prozent sogar als sehr schlecht). In den USA tätige Forscherinnen und Forscher hingegen bewerteten ihre Möglichkeiten nur zu 50,0 Prozent als schlecht (davon nur 23,4 Prozent als sehr schlecht).

Eine strategische Ausweitung entsprechender Aus- und Weiterbildungsformate in praxisorientierter externer Wissenschaftskommunikation insbesondere auf Doktoranden- und Postdoc-Ebene sowie Maßnahmen, welche eine authentische Kultur der Wertschätzung für entsprechendes Engagement von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern fördern, können aus unserer Sicht zwei wesentliche Hebel sein, um die Einstellung hiesiger Forschender bzgl. der Bedeutung von externer Wissenschaftskommunikation zu verändern sowie das Engagement im Austausch mit der Gesellschaft zu beflügeln – nicht nur, aber insbesondere auch in den digitalisierten Öffentlichkeiten unserer Zeit. Denn hier herrscht der größte Nachholbedarf.