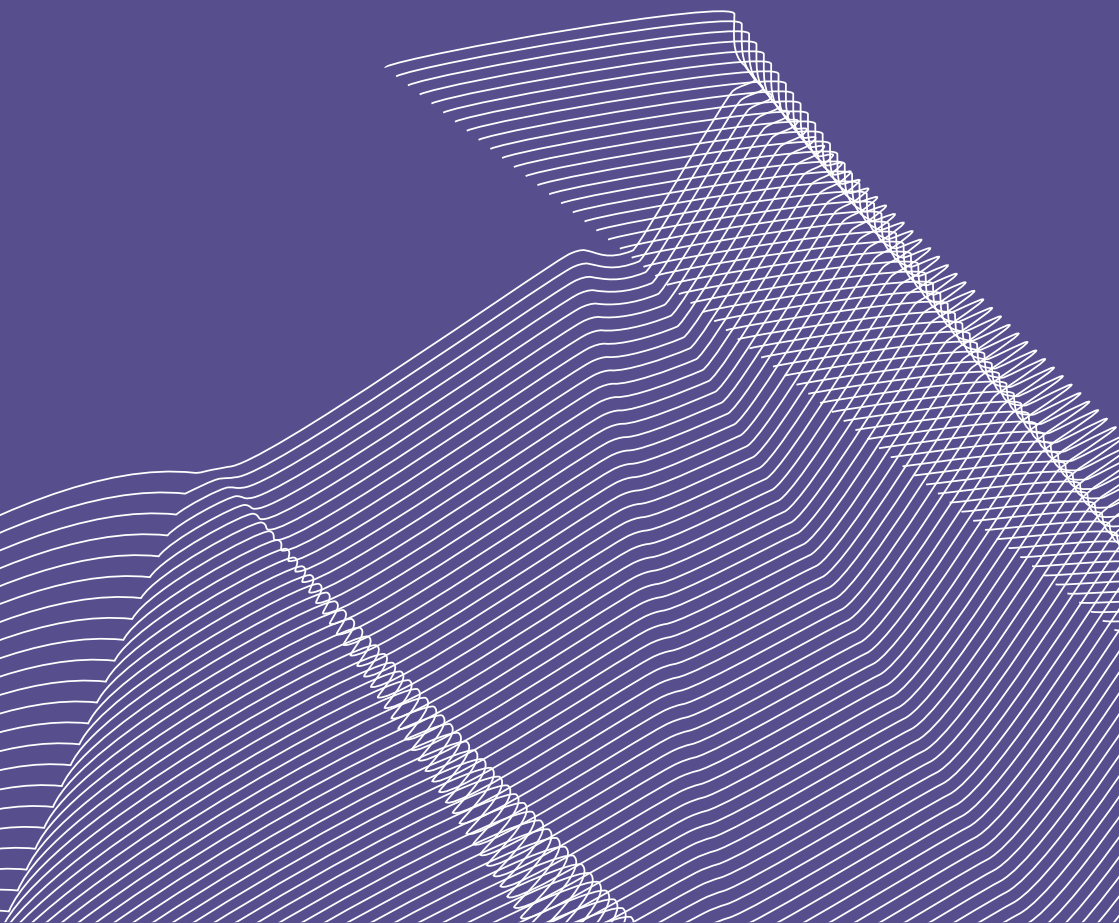




Die Junge Akademie

Wissen kommunizieren: Leitpunkte aus der Jungen Akademie

Ein Debattenbeitrag von Viola Priesemann, Charlotte Bartels, Johanna Gereke,
Fabian Hruschka, Birgit Nemeč, Doris Segets und Leonie Wenz



Debattenbeitrag

Wissen kommunizieren: Leitpunkte aus der Jungen Akademie

Ein Debattenbeitrag von Viola Priesemann, Charlotte Bartels, Johanna Gereke, Fabian Hruschka, Birgit Nemeč, Doris Segets und Leonie Wenz

Autor:innen der Jungen Akademie:

Viola Priesemann, Charlotte Bartels, Johanna Gereke, Birgit Nemeč, Doris Segets und Leonie Wenz

Weiterer Autor:

Fabian Hruschka

In dieser Schriftenreihe werden Ideen und Positionen von Mitgliedern der Jungen Akademie veröffentlicht. Die vorliegende Veröffentlichung entstand innerhalb der Projektgruppe „Wissen kommunizieren“. Sie gibt die Auffassung der namentlich genannten Autor:innen wieder, repräsentiert aber nicht notwendigerweise die Auffassung der gesamten Projektgruppe oder der gesamten Jungen Akademie.

Einleitung

Ob Klimawandel, technologische Innovationen, Pandemien oder soziale Ungleichheit – für eine gut informierte öffentliche Debatte ist Wissenschaftskommunikation essenziell. Aber auch die Vermittlung von Wissen, das für die Gesellschaft einfach spannend oder interessant ist, ist ein wichtiger Teil der Wissenschaftskommunikation. Wir als Wissenschaftler:innen sind allerdings in erster Linie auf Forschung spezialisiert und kommunizieren unsere Ergebnisse vorwiegend innerhalb der Fachcommunity. Um unser Wissen auch effektiv mit der Öffentlichkeit teilen zu können, müssen wir anders kommunizieren. Sei es beim Erstellen eigener Beiträge für klassische und neue Medien und Plattformen, in Interviews und Gesprächen mit Journalist:innen oder in der Politikberatung.

Sofern Ihr nicht unter Zeitdruck steht, könnt Ihr durch Workshops zur Wissenschaftskommunikation und durch das Verfassen von kleineren Beiträgen schrittweise Erfahrungen sammeln. Manchmal allerdings, gerade in Krisenzeiten, wird die eigene Expertise sehr plötzlich und dringend angefragt, so dass kaum Zeit bleibt, sich in die Wissenschaftskommunikation einzuarbeiten. Ganz gleich, ob Ihr langsam einsteigen wollt oder plötzlich gebraucht werdet, ob Ihr die Debatte nur verfolgt oder aktiv mitgestalten wollt – mit diesem Leitfaden möchten wir Euch eine Orientierung bieten, damit Ihr die geschriebenen und ungeschriebenen Regeln der Wissenschaftskommunikation besser nutzen, verstehen und reflektieren könnt.

Wir als Team der Jungen Akademie haben zahlreiche strukturierte Interviews mit Expert:innen aus Wissenschaft, Politik und Journalismus geführt, um Euch eine umfassende Orientierung und praxisnahe Tipps für eine erfolgreiche Wissenschaftskommunikation an die Hand zu geben. Darüber hinaus fußt dieser Leitfaden auch auf einer breit gefächerten Literaturgrundlage, die Ihr im Anhang findet. Insgesamt

haben wir fünf Leitpunkte herausgearbeitet, die die Form und Grenzen der Kommunikation abstecken sollen. Ergänzend dazu haben wir konkrete Tipps und eine Checkliste zusammengestellt. Ihr findet zudem Hintergrundinformationen zu den Kommunikationskanälen, Regeln und Gepflogenheiten im Umgang mit Medienanfragen sowie Ansätze zum Umgang mit Fehlern, Angriffen oder Desinformation. Zum Abschluss präsentieren wir eine Vision der Wissenschaftskommunikation: Denn nur, wenn wir unsere Ziele formulieren, können wir sie auch erreichen.

Einige Disclaimer vorab: Selbstverständlich können wir das Thema Wissenschaftskommunikation nicht in seiner gesamten Tiefe und Breite abdecken. Unser Leitfaden erhebt daher explizit nicht den Anspruch einer umfassenden wissenschaftlichen Analyse. Zudem konzentrieren wir uns auf die Interaktion mit klassischen Medien und professionellen Journalist:innen. Wir sind allerdings der Ansicht, dass für neue Plattformen, die noch vielfältigere Möglichkeiten für Kommunikation und Diskurs bieten, dieselben Grundsätze gelten. Weiterhin konzentrieren sich viele unserer Beispiele auf die empirischen Wissenschaften, zum Beispiel bei der Einordnung von Datenerhebungen oder der Erfassung von statistischer Unsicherheit. Auch hier gilt, dass die Grundprinzipien für viele andere Fachrichtungen ebenso anwendbar sind. Wählt also aus dem breiten Themenspektrum für Euch das Passende aus; sei es zur ersten Orientierung oder zum Reflektieren über die öffentliche Debatte.

Trotz – oder gerade wegen – der zahlreichen Herausforderungen in der Wissenschaftskommunikation wünschen wir Euch viel Freude und Inspiration beim Lesen des Leitfadens und viel Erfolg bei Eurer Wissenschaftskommunikation!

Euer Team „Wissenschaftskommunikation“ der Jungen Akademie

Text zum
Download



Zur
Projektseite



Inhalt

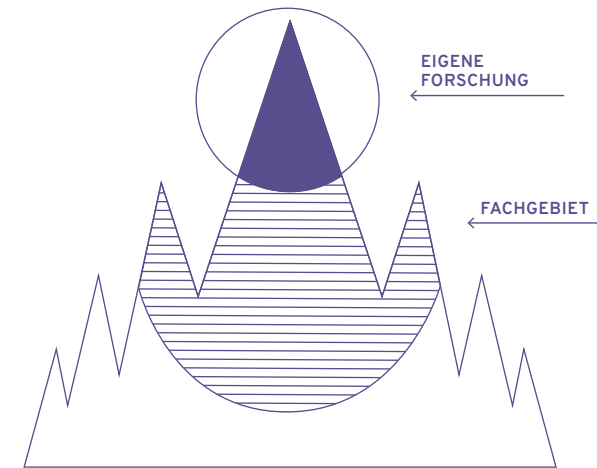
2	Einleitung	26	3. Korrektur ex post
6	Fünf Leitpunkte der Wissenschaftskommunikation LP1: Nur über das eigene Fachgebiet kommunizieren LP2: Klare Abgrenzung von Faktengrundlage, Wissensstand und Wertung LP3: Unsicherheiten kommunizieren und Übertreibung vermeiden LP4: Die Motivation zur Kommunikation beleuchten LP5: Bis an die Grenze der Vereinfachung – und nicht darüber hinaus		Was tun, wenn man selbst etwas falsch dargestellt hat? Was tun, wenn etwas über einen selbst falsch dargestellt wird? Was tun, wenn Expert:innen im eigenen Feld Desinformation verbreiten? Was tun bei Kritik an der eigenen Arbeit? Was tun bei unsachlichen Angriffen auf die eigene Person? Was tun, wenn eine Kollegin oder ein Kollege unsachlich oder unverhältnismäßig angegriffen wird?
17	Praktisches zur Kommunikation mit den Medien	29	Wünsche an den Journalismus – eine Utopie Grenzen der Expertise respektieren (LP1) Trennung von Wissen und Wertung stets klar machen (LP2) Weniger polarisierende Headlines, dafür mehr Diskussion des Wissensstands (LP3) Wer ist Expertin oder Experte? Transparenz bei Auswahl und Interessenkonflikten (LP4) Der Wissensstand muss korrekt dargestellt werden (LP5)
17	1. Vorbereiten und Kontakt aufbauen Wie kann man sich auf ein Interview vorbereiten? Kanäle der Kommunikation Wie kann man sich konzeptionell vorbereiten? Zeitdruck: Die Zeitskalen von Journalismus und Wissenschaft sind unterschiedlich Wie kann ich die Ziele der Medienanfragen verstehen?	34	Autor:innen
23	2. Kommunikation mit Journalist:innen Die drei Ebenen der Vertraulichkeit Dazu beitragen, dass man in den Medien korrekt wiedergegeben wird Fehler in der Kommunikation vermeiden	35	Methodik
		36	Nützliche Links, Quellen und Literatur

Fünf Leitpunkte der Wissenschaftskommunikation

Möchtet Ihr euch im Bereich Wissenschaftskommunikation engagieren oder habt überraschend eine Anfrage bekommen, eventuell sogar im Kontext einer zugespitzten öffentlichen Debatte? Oder habt Ihr schon viel Erfahrung gesammelt, stoßt aber immer wieder an Grenzen oder trefft auf Konflikte, deren Dynamik nicht klar ist?

Unser Leitfaden soll Euch helfen, einen besseren Überblick zu bekommen: Was genau wollt Ihr vermitteln, wie könnt Ihr euer Wissen effektiv weitergeben, und bei welchen Themen möchtet Ihr an der öffentlichen Debatte nicht teilnehmen? Wie trennt Ihr Wissen von Wertung? Möchtet Ihr eher im Bereich Wissensvermittlung bleiben oder intensiv in die Wertedebatte einsteigen? Wie geht Ihr mit Unsicherheiten und Vereinfachungen um – ohne etwas versehentlich verzerrt darzustellen? Und was motiviert Euch, Wissenschaftskommunikation zu betreiben?

Mit den folgenden fünf Leitpunkten möchten wir Euch eine Orientierung bieten, um gezielt über die Dynamik öffentlicher Debatten reflektieren zu können und Eure Wissenschaftskommunikation wirkungsvoll nach Euren eigenen Bedürfnissen und Zielen zu gestalten.



LP1: Nur über das eigene Fachgebiet kommunizieren

Forscht man aktiv an einem Thema, ist man mit dem Wissensstand und den Kontroversen bestens vertraut. Äußert man sich zu Sachverhalten außerhalb des eigenen Fachgebiets, besteht eine größere Gefahr, missverständlich oder gar fehlerhaft zu kommunizieren. Dies kann zu einer ungenauen Darstellung des Wissensstands in den Medien führen oder unnötige Kontroversen befeuern. Daher sollte man die Grenzen der eigenen Expertise kennen und in der Kommunikation wahren. Wo genau diese Grenzen liegen, kann von vielen individuellen Faktoren abhängen.

Auch wenn diese Grenzen nicht immer eindeutig sind, kann es helfen, sich bewusst zu fragen: Zu welchen Themen und Gebieten möchte ich kommunizieren? Wozu will ich mich nicht äußern? Diese Unterscheidung kann man zum Beispiel entlang folgender Punkte reflektieren:

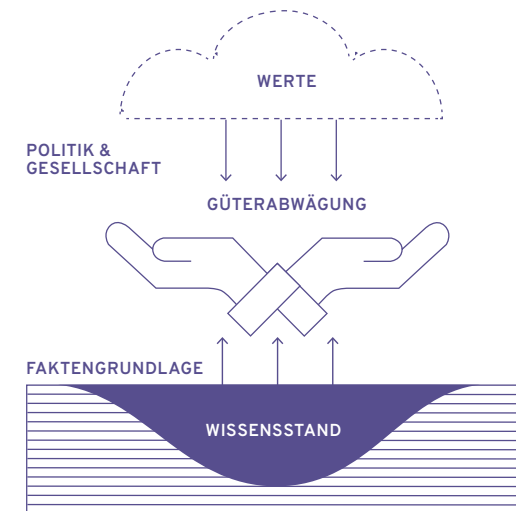
- 1 Die **eigene Forschung** umfasst Themen, zu denen man aktuell arbeitet. Daher ist man typischerweise bei Forschungsfragen, aber auch bei den Kontroversen und möglichen Limitierungen auf dem neuesten Stand.
- 2 Das **eigene Fachgebiet** umfasst die Themen, die man selbst studiert und deren aktuelle Forschung man auf wissenschaftlichen Konferenzen und in der Literatur intensiv verfolgt.
- 3 Die **Nachbarfelder** umfassen die Bereiche, mit denen man sich zwar gut auskennt, weil man in der Vergangenheit zu ihnen geforscht oder gelehrt hat, in denen man aber deutlich weniger Detailwissen als im eigenen Fachgebiet besitzt.

Das Wissen zur eigenen Forschung ist die ideale Grundlage zur Wissenschaftskommunikation. Äußert man sich breiter im eigenen Fachgebiet oder zu Themen aus Nachbarfeldern, können leichter Missverständnisse oder gar Fehler entstehen, da man den aktuellen Stand der Forschung nicht vollständig überblickt oder in bestimmten Debatten nicht auf dem neuesten Stand ist. Hier kann man sich dafür entscheiden, den Journalist:innen Hintergrundinformationen zu geben und auf Kolleg:innen zur Vertiefung zu verweisen, um als Wissenschaftscommunity gemeinsam optimal zu kommunizieren¹.

Praktisch kann es nach unserer Erfahrung helfen, für sich selbst eine Positivistin von Themen und Ergebnissen zusammenzustellen, zu denen man sich äußern will. Damit definiert man die eigenen Grenzen der Kommunikation. Diese Grenzen können dann leichter verteidigt werden, wenn Journalist:innen beispielsweise Fragen weit über die eigene Expertise hinaus stellen oder Suggestivfragen einfließen lassen. Selbstverständlich hängen die genauen Grenzen der eigenen Fachexpertise auch von der eigenen Erfahrung und akkumulierten Fachkenntnis ab und sollten individuell gesteckt und fortlaufend aktualisiert werden.

Uns ist bewusst, dass der Vorschlag, die Grenzen der eigenen Expertise zu wahren, eine komplexe Aufgabe darstellt, und dass die Grenzen oft von gradueller Natur sind. Ferner kann diese Grenzziehung in den Naturwissenschaften etwas einfacher sein als in anderen Fächern. Nichtsdestotrotz halten wir es für sehr wichtig, die Grenzen der eigenen Expertise selbst zu reflektieren und nach außen klar zu kommunizieren. Selbstverständlich kennt man sich als Wissenschaftler:in bei vielen Themen besser aus als Laien, aber ziemlich sicher auch schlechter als viele andere Kolleg:innen und Expert:innen. Sich seiner eigenen Grenzen bewusst zu sein, kann helfen, Missverständnisse zu reduzieren.

¹ Zum Beispiel kann man sagen: „Das ist nicht der Kern meiner Expertise.“ „Mein Verständnis des Themas ist das Folgende.“ „Und Sie können sich zur Vertiefung des Themas an folgende Personen wenden.“ Man kann auch klar zum Ausdruck bringen, welche Informationen lediglich als Hintergrundinformationen dienen sollen, weil sie nicht die eigene Kernexpertise widerspiegeln, und welche Informationen für die Öffentlichkeit bestimmt sind.



LP2: Klare Abgrenzung von Faktengrundlage, Wissensstand und Wertung

Wissenschaft² will möglichst wertfrei sein; je nach Disziplin enthält die Forschungsfrage aber schon Werturteile und Annahmen. Daher ist eine klare Abgrenzung von Faktengrundlage, Wissensstand und Wertung in der öffentlichen Diskussion hilfreich. Während diese Abgrenzung bei manchen Themen recht einfach ist, stellt sie zweifelsohne in anderen Bereichen eine immense Herausforderung dar³. Nichtsdestotrotz denken wir, dass die zugrunde liegenden Fakten, Begriffsdefinitionen und die Annahmen zum Wissensstand möglichst transparent gemacht werden sollten, damit darauf basierend ein Diskurs um die Güterabwägung gelingen kann. Wir sehen also folgende Ebenen:

- 1 Ganz grundlegend nehmen wir an, dass es einen „wahren“ Zustand oder Messwert gibt, ganz gleich ob wir ihn messen können oder nicht – sei es die Masse eines Elektrons oder das Ausmaß von Armut an einem bestimmten Tag. Das nennen wir

- 2 „Die Wissenschaft“ und auch „der Journalismus“ sind natürlich sehr heterogen. Wir nutzen die Begriffe trotzdem im Singular, da sich die beiden Gruppen relativ klar voneinander unterscheiden und Begriffe wie „Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler“ etc. auf diese Weise durch einen einzigen Begriff ersetzbar sind.
- 3 Beispiele: Der Energieverlust bei der Umwandlung von Strom in eine Form von E-Fuel kann berechnet werden; ob sich die Investition lohnt, hängt auch von den Zielen und Werten der Gesellschaft ab. Auch bei Themen wie Kinderarmut oder der Verteilung von Care-Arbeit bestimmen die Ziele und Werte der Gesellschaft, wie dies bewertet und eventuell verändert werden sollte. Um sie zu messen, müssen diese Größen jedoch erst definiert und operationalisiert werden.

hier die **Faktengrundlage**. Sie ist, vereinfacht gesagt, das, was ist. Manche Dinge können sehr klar und präzise definiert und gemessen werden, wie die Masse des Elektrons. Für andere Bereiche, wie zum Beispiel Armut, muss erst eine operationalisierbare Definition⁴ gefunden und Annahmen getroffen werden. Dadurch wird auch hier eine Erfassung oder Messung ermöglicht, die dann eine Grundlage für weitere Diskussionen darstellt.

- 2 Die Wissenschaft ermittelt den **Wissensstand** sowie die entsprechenden Unsicherheiten aufgrund des Forschungsstands. Für die öffentliche Debatte muss der Wissensstand oft aus vielen verschiedenen Fachgebieten synthetisiert werden. Natürlich kann sich der Wissensstand ändern, wenn es neue Erkenntnisse gibt. Auch ist es wichtig, die Breite der verschiedenen Theorien und Ansätze möglichst gut abzubilden.
- 3 Darauf basierend kann eine gut informierte gesellschaftliche und politische **Güterabwägung** stattfinden. Sie ist ein kontinuierlicher Prozess, sollte aber immer auf Basis des aktuellen Wissensstands stattfinden, um unrealistische Vorschläge zu vermeiden. In diesem Prozess spielen die gesellschaftspolitischen Ziele und Werte eine entscheidende Rolle.

Aus unserer Erfahrung ist es eine sinnvolle Kommunikationsstrategie, erst auf die Faktengrundlage und das bereits erlangte Wissen einzugehen. Oft entstehen Kontroversen, weil verschiedene Gruppen von unterschiedlichen Annahmen zum Wissensstand ausgehen. Wird der Wissensstand ignoriert, werden einzelne Fachgebiete übergangen; wird von einem falschen oder veralteten Wissensstand ausgegangen, können die Schlussfolgerungen beliebig werden (ex falso quodlibet – aus dem Falschen folgt das Beliebige). Deshalb ist häufig zunächst eine Erfassung des gemeinsamen Diskursrahmens und Wissensstands sinnvoll. Darauf aufbauend können die Gesellschaft und die Politik dann eine Güterabwägung vornehmen, wenn widerstreitende Interessen, Ziele und zugehörige Kosten bedacht werden müssen. Um eine Brücke zwischen Wissensstand und Güterabwägung zu schlagen und um das Aggregieren verschiedener Fachexpertisen zu erleichtern, können fachübergreifend klare, alternative Szenarien ausgearbeitet werden (zum Beispiel: Wenn Maßnahme A oder B ergriffen wird, dann erwarten wir folgende Kosten, Effekte und Entwicklungen).

⁴ Diese Definitionen sind nicht immer eindeutig. Wichtig ist jedoch, dass sie nachvollziehbar und gut begründet sind. Somit können sie klar kommuniziert werden, sodass alle von derselben Entität sprechen.

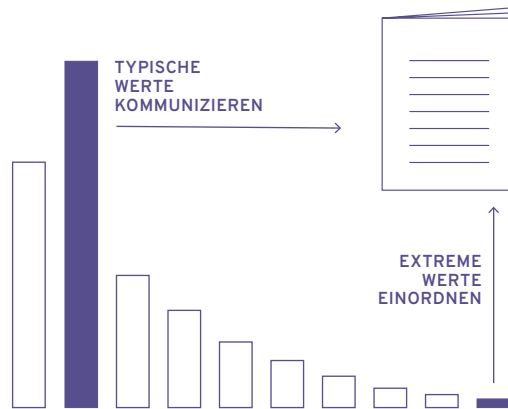
Wissenschaftliche Aussagen sollten mit entsprechenden wissenschaftlichen Quellen, idealerweise in Form einer Literaturliste, belegbar sein. Auch wenn in der Praxis oftmals keine oder nur wenige Quellen referenziert werden, sollten Randbedingungen und Annahmen über die Faktengrundlage transparent gemacht werden. Wenn die Annahmen schon Werturteile beinhalten, sollte explizit darauf hingewiesen werden. Auf den Wissensstand und insbesondere auf konkrete wissenschaftliche Forschungsergebnisse – auch von Kolleg:innen – einzugehen, verdeutlicht auf eine nachvollziehbare Weise, wie wissenschaftliche Erkenntnisse zustande kommen.

Viele Wissenschaftler:innen sind bereit, über ihr Wissen zu sprechen. Werden sie jedoch nach ihrer Wertung gefragt, sind viele aus gutem Grund zurückhaltend. Ein:e Armutsforscher:in kann beispielsweise über das wissenschaftlich gemessene Ausmaß von Armut berichten sowie die der Messung zugrunde liegenden Annahmen und die zeitliche Entwicklung darlegen (die so gemessene Armut steigt oder nimmt ab). Die Frage, ob die Armut zu *hoch* ist, ist aber letztendlich eine gesellschaftlich abzuwägende, politische Frage.

Das, wenn auch schwer zu erreichende, Ideal der Wissenschaft ist, den Wissensstand so weit wie möglich wertfrei und sachlich darzustellen. Wird man beispielsweise gebeten oder gedrängt, eine persönliche Wertung oder Meinung abzugeben, steht es einem frei, das als Wissenschaftler:in abzulehnen. Man kann stattdessen über verschiedene Szenarien, deren Plausibilität und mögliche Folgen sprechen.

Wenn man sich entscheidet, seine persönliche **Wertung oder Meinung** zu äußern oder als **Aktivist:in** aufzutreten⁵, hilft es aus unserer Sicht, dies klar zur wissenschaftlichen Expertise abzugrenzen und darauf hinzuweisen, dass es sich um eine persönliche Einschätzung handelt (mithilfe von Formulierungen wie „Ich als Bürger:in denke/meine/finde xy“). Wichtig ist, sich dennoch bewusst zu sein, dass man dabei immer mit der Autorität der Wissenschaft spricht, selbst wenn man dies nicht beabsichtigt.

⁵ Manche sprechen hier auch von „Prophetentum“.



LP3: Unsicherheiten kommunizieren und Übertreibung vermeiden

Vertrauen in die Wissenschaft bedarf einer transparenten und klaren Kommunikation über das etablierte Wissen, aber auch über die Grenzen dieses Wissens. Dies betrifft die Reliabilität (Zuverlässigkeit der Daten) genauso wie die Validität (Zuverlässigkeit der Annahmen). Die ungenaue Verwendung von Extrema (z.B. ein quantitatives „bis zu eine Fantastilliarden Mehrkosten“ oder eine qualitativ „bahnbrechende Therapie“) sollte aus unserer Sicht vermieden werden, da es eine unpräzise Wissenschaftskommunikation darstellt und im Extremfall eine Polarisierung der öffentlichen Debatte befeuern kann.

Ein langfristiges Vertrauen in die Wissenschaft braucht eine offene und sorgfältige Kommunikation über die Grenzen des Wissens. Dies beinhaltet auch die Benennung von Unsicherheiten und einen transparenten Umgang mit Extremwerten: Äußert man sich zu Extremszenarien, kann man sie einordnen, indem man sie klar kennzeichnet und die Eintrittswahrscheinlichkeit dieser Extrema kommuniziert.

Das Kernproblem von **Extremszenarien** ist dabei, dass sie zumeist beliebig sein können: Daher sollte man verdeutlichen, wie wahrscheinlich oder plausibel ein Extremszenario ist. Hat es eine Eintrittswahrscheinlichkeit von 10 %, 1 %, 0,1 % oder eine andere, beliebig kleine Plausibilität? Was Einzelne als Extremszenario oder als realistisches Szenario werten, kann durchaus variieren. Um die wahrscheinlichen Szenarien nicht zu vergessen, kann man sie als erstes kommunizieren, ehe man die Extremszenarien benennt (in beiden Richtungen, optimistisch und pessimistisch). Dabei sollte man klar ausweisen, wie „extrem“ bzw. unwahrscheinlich diese Szenarien oder Prognosen sind. Das macht die Wissenschaftskommunikation komplizierter, aber langfristig kann es sich auszahlen, der Gesellschaft diese Komplexität zuzumuten und somit Vertrauen in die Wissenschaft aufzubauen und aufrechtzuerhalten.

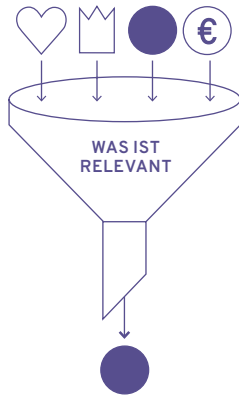
Die wissenschaftlichen Aussagen sollten immer gemeinsam mit allen **Unsicherheiten** diskutiert werden, also den Unsicherheiten, die sich aus den Daten ergeben (Reliabilität), genauso wie Annahmen und mögliche systematische Fehler, die entstehen, weil bestimmte Faktoren nicht bekannt oder deren Existenz oder Einfluss nicht mitberücksichtigt wurde oder werden konnte (the „unknown unknowns“/Validität).

Beispiele können einen Sachverhalt gut veranschaulichen. Wenn man jedoch **Anekdoten oder Erfahrungsberichte** aus dem eigenen Umfeld beiträgt, ist es wichtig, diese als solche zu kennzeichnen und vor dem Hintergrund des Wissensstands einzuordnen⁶.

Die Suche nach Aufmerksamkeit – nicht nur in den sozialen Medien – kann dazu führen, dass man den Erkenntnisfortschritt der eigenen Arbeit übertreibt oder dass er von anderen übertrieben dargestellt wird. Mittelfristig kann das Erwartungen enttäuschen, wenn beispielsweise die „bahnbrechende Therapie“ doch nur eine klinische Phase-I-Studie ist und es noch Jahre dauern kann, bis ein Medikament – wenn überhaupt – auf den Markt kommt. Den Wunsch oder die Notwendigkeit der Zuspitzung, Sensation und Aufmerksamkeit gibt es von vielen Seiten. Man sollte also an einer realistischen Einschätzung des „Sensationsgrades“ der (eigenen) Forschung festhalten und sie auch in der Interaktion mit Journalist:innen verteidigen, um so **Übertreibungen zu vermeiden**.

Auch wenn die Diskussion über Unstimmigkeiten, Wissenslücken und Unsicherheiten viel Aufmerksamkeit braucht, sollte man nicht vergessen, dass es in vielen Bereichen **sehr genaues Wissen und sehr starke Evidenz** gibt: Die Elektronenmasse zum Beispiel kennen wir auf über neun Nachkommastellen genau, und auch darüber, dass die Erde eher einer Kugel als einer Scheibe gleicht, herrscht breiter Konsens. Über diesen unstrittigen Teil des Wissensstands wird jedoch wenig gesprochen. Indem sich die Diskussion auf die Kontroversen konzentriert, kann der Eindruck entstehen, die Wissenschaft sei sich nicht einig. Die intensiven Diskussionen finden vielmehr an den Grenzen des gesicherten Wissens statt. Die Wissensbereiche, in denen es starke Evidenz gibt, sollten also zusammen mit den Unsicherheiten und den neuen Erkenntnissen ebenfalls kommuniziert werden.

⁶ Beispiel aus dem Kontext der Impfdebatte: Nehmen wir an, dass eine Infektion mit einem *imaginären* Virus mit 1 % Wahrscheinlichkeit tödlich ist, eine Impfung die Sterblichkeit auf fast null reduziert, aber 1 % der Personen Impfnebenwirkungen bekommen: Im eigenen Umfeld wird man, wenn sich viele Menschen impfen lassen, von Impfnebenwirkungen hören, aber eigentlich nie Todesfälle mitbekommen. Daraus zu schließen, dass man sich nicht impfen lassen sollte, da es ja recht viele Fälle mit Impfnebenwirkung, aber keine Todesfälle im eigenen Umfeld gibt, ist zwar konsistent mit der privaten Beobachtung, jedoch eine falsch Schlussfolgerung, da es all die vermiedenen Todesfälle ignoriert. Um solche Fehler zu vermeiden, gibt es systematische klinische Studien. Dieses Beispiel ist ein klassischer Fall von Präventionsdilemma.



LP4: Die Motivation zur Kommunikation beleuchten

„Was ist meine Motivation zu kommunizieren?“ sollte eine der Ausgangsfragen sein, um zu entscheiden, ob man sich zu einem Thema äußern möchte. „Habe ich zu dem Thema etwas Fachliches zu sagen?“ könnte eine weitere grundlegende Frage sein. Kommunikation mit dem Ziel, die eigene Sichtbarkeit zu erhöhen oder um Interessen zu vertreten, kann im Widerspruch zu einer fundierten und sachorientierten Wissenschaftskommunikation stehen.

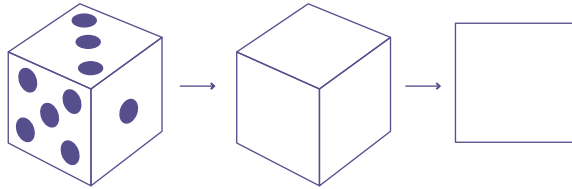
Die Stärke der Wissenschaftskommunikation ist die sachliche Kommunikation neuer und/oder wichtiger Aspekte und Erkenntnisse. Die Grenzen zur Wertung und zum Aktivismus sind jedoch nicht immer klar. Gerade wenn es um Kommunikationsbeiträge zu gesellschaftspolitischen Diskussionen geht, sollte die Darlegung möglicher Interessenkonflikte eine Selbstverständlichkeit sein. Mit welcher Motivation kommuniziere ich selbst? Habe ich neue Daten oder Erkenntnisse zur gesellschaftlichen oder wissenschaftlichen Debatte oder geht es um die Kommunikation von Grundlagenforschung? Inwieweit bin ich politisch motiviert, möchte ich selbst Einfluss nehmen oder sichtbar und berühmt werden? Gibt es finanzielle Anreize im Kontext der Forschung? Gibt es Bezahlung von Seiten der Medien? Welche Stakeholder und Interessenvertreter:innen beeinflussen die Debatte, und welche Interessen verfolgt der Journalist oder die Journalistin? Da diese Fragen aus einer Binnensicht schwierig zu beantworten sind, kann es sinnvoll sein, Kolleg:innen um eine Einschätzung zu bitten.

Auch die Journalist:innen können unterschiedliche Motivationen haben. Gelegentlich gibt es das Interesse, Wissenschaftler:innen als Protagonisten für die mediale

Kontroverse und Reichweite zu benutzen. Solche Kontroversen können eine False Balance⁷ befeuern. Anfragen, bei denen man lediglich als Protagonist:in einer vorgefertigten Story oder zur bloßen Inszenierung einer Kontroverse dienen soll, darf man ablehnen. Ein Vorgehen kann sein, dass viel Interviewmaterial aufgenommen wird und nur ein paar halbe Sätze, im Extremfall ohne korrekten Kontext, genutzt werden. In Live-Formaten ist dagegen klar, dass alles, was aufgenommen wird, auch gesendet wird. Wir wollen betonen, dass es in den allermeisten Fällen aber ein echtes Interesse am Inhalt gibt.

Gute Wissenschaftskommunikation kostet Zeit und braucht viel Übung und Erfahrung. Aus genau diesem Grund gibt es dafür Kurse und Studiengänge. Für Wissenschaftler:innen reduziert aktive Kommunikation die Zeit, die sie für ihre eigentliche Kernexpertise, die Forschung und Fachlehre, aufwenden können. Daher sollte man gut überlegen, wie stark man sich engagieren möchte und kann. Möglicherweise könnten mehr spezialisierte Expert:innen an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Wissenschaftsjournalismus hier eine Brücke schlagen. Kein:e Wissenschaftler:in sollte verpflichtet sein, Wissenschaftskommunikation zu betreiben.

⁷ False Balance, umgangssprachlich auch bothsideism, bezeichnet die falsche Ausgewogenheit einer medialen Debatte. Dabei werden klare wissenschaftliche Minderheitsmeinungen in den Medien so präsentiert, dass sie gegenüber dem wissenschaftlichen Konsens als gleichwertig erscheinen. So entsteht eine verzerrte öffentliche Wahrnehmung des wissenschaftlichen Wissensstands. Für weitere Ausführungen zu den Herausforderungen im Umgang mit False Balance siehe Teil III – Utopie.



Praktisches zur Kommunikation mit den Medien

Wenn Ihr frisch in die Wissenschaftskommunikation startet, gibt es viele Fragen: Wie knüpft man Kontakte? Wie bereitet man sich richtig vor? Was gibt es bei der Vertraulichkeit und Zitaten zu beachten? Und wie geht man mit Fehlern um?

Wir fokussieren uns in diesem Leitfaden hauptsächlich auf den klassischen Kontakt zum Journalismus. Allerdings machen die neuen Medien den Einstieg in die Kommunikation viel einfacher, bieten einen direkten Draht zur Öffentlichkeit und vollständige Kontrolle über den eigenen Inhalt. Das decken wir hier nur am Rande ab, auch wenn wir dort große Chancen, aber selbstverständlich auch neue Herausforderungen sehen. Im Folgenden gehen wir die relevanten Themen chronologisch durch und stellen eine detaillierte Checkliste zusammen.

1. Vorbereiten und Kontakt aufbauen

Wie kann man sich auf ein Interview vorbereiten?

Bei der Interviewvorbereitung ist die fachliche Expertise natürlich essenziell. Gleichzeitig muss man die aktuellen Debatten im Fachgebiet, in der Gesellschaft und in der Politik gut kennen. Auch sollte man sich verständlich ausdrücken können und die Ziele der Kommunikation vor dem Interview für sich selbst klar definieren. In unseren Expert:inneninterviews wurden einige praktische Hinweise und Tipps deutlich. Diese sind in der nachstehenden „Checkliste Wissenschaftskommunikation“ entlang des Kommunikationsprozesses chronologisch aufgelistet. Im Live-Interview oder in Podiumsdiskussionen hat man meistens nur wenige Minuten Sprechzeit. Es ist wichtig, diese Zeit möglichst effizient zu nutzen, um die wichtigsten Punkte klar zu vermitteln. In kurzen genauso wie in langen Formaten sollte man sich also vorher im Klaren sein, zu welchen Punkten man sich äußern kann und will und zu welchen nicht.

Vor Annahme der Anfrage:

- Fachgebietsfrage (LP 1) und Relevanzfrage (LP 4) stellen – im Zweifel an Kolleg:innen weiterleiten oder absagen; ebenso, wenn einem das Thema oder die Anfrage nicht liegt
- zeitnah antworten: Journalist:innen müssen oft unter Zeitdruck arbeiten
- nach Stoßrichtung und Ziel des Interviews bzw. Formats fragen
- Pressestelle des eigenen Arbeitgebers involvieren: Sie sollte mindestens Bescheid wissen, kann aber auch konkret helfen
- evtl. Interviews mit Leitung der eigenen Wissenschaftseinrichtung abklären

LP5: Bis an die Grenze der Vereinfachung – und nicht darüber hinaus

Der Wissensstand muss immer korrekt dargestellt werden. Klar verständliche Kommunikation bedarf jedoch, genauso wie die Forschung selbst, der Vereinfachung. Die Grenzen dieser Vereinfachung müssen einem dabei selbst bewusst sein und sollten in der Wissenschaftskommunikation klar benannt werden.

Starke Vereinfachung ist oft notwendig, um ein Thema für die Allgemeinheit verständlich zu kommunizieren. Dies kann beispielsweise durch einen Vergleich oder durch Bilder und Metaphern erfolgen. Vereinfachungen an sich sind auch in der Wissenschaft zumeist notwendig: Eine Theorie oder ein Modell stellt per se eine Vereinfachung des Forschungsobjekts dar. Die zentrale Frage ist, ob die entsprechende Vereinfachung zum Beantworten einer spezifischen Fragestellung hilfreich ist⁸.

Wer Vereinfachungen, Vergleiche oder Bilder als rhetorische Mittel nutzt, sollte folgende Aspekte beachten: Der Wissensstand muss in jedem Fall korrekt dargestellt werden, und man muss sich der Grenzen der Vereinfachung bewusst sein und diese explizit benennen. Es gilt auch zu betonen, dass ein Vergleich für bestimmte Aspekte hilfreich ist, für andere aber irreführend sein kann. Zu starke Vereinfachung kann dabei zu Polarisierung oder Missverständnissen führen⁹. Wenn Vereinfachungen eingesetzt werden, sollten diese deutlich als solche markiert werden, beispielsweise mit Sätzen wie: „Ich veranschauliche das hier mit einem sehr vereinfachten Vergleich.“ Wir denken, dass wir langfristig Vertrauen aufbauen, wenn wir der Gesellschaft die notwendige Komplexität zutrauen und zumuten.

⁸ „All models are approximations. Assumptions, whether implied or clearly stated, are never exactly true. All models are wrong, but some models are useful. So the question you need to ask is not ‘Is the model true?’ (it never is) but ‘Is the model good enough for this particular application?’“ – Box, Luceño, Paniagua-Quñones, del Carmen (2009), *Statistical Control By Monitoring and Adjustment*.

⁹ Beispiel: Unterschiedliche Wirkung der Aussage „Die Impfung schützt gegen Infektion.“ gegenüber dem Satz „Die Impfung schützt ziemlich gut gegen Infektion.“

- Autorisierung von Zitaten ansprechen
- evtl. um Vorgespräch bitten
- nachfragen, für welches Ressort und Medium die Veröffentlichung geplant ist (Wissenschaftsjournalist:innen stehen z. T. tiefer im Thema als Kolleg:innen aus anderen Ressorts)
- auf etwaig vorhandene Interessenkonflikte hinweisen
- konzeptionell vorbereiten (vgl. unten), Thema identifizieren und sich auf 3–5 Kernpunkte konzentrieren und die 3–5 Punkte als Kernaussagen ausformulieren
- über mögliche Schlagzeilen nachdenken: Viele Artikel brauchen sie, und eventuell hat man einen starken Begriff oder ein Statement, das im Prinzip dafür tauglich ist, oder Aspekte, die dafür nicht geeignet sind. Die Entscheidung über „Schlagzeilen“ liegt aber allein bei der Redaktion.
- Embargo klären

Während des Interviews:

- Ebene der Vertraulichkeit klarstellen (vgl. Teil 2)
- sich trauen, „nein“ zu sagen: auf die Grenzen der eigenen Expertise verweisen bzw. auf andere Expert:innen verweisen (LP 1)
- zwischen wissenschaftlicher Wertung und persönlicher Meinung trennen (LP 2)
- sich trauen, „nein“ zu sagen, wenn man zu Wertungen gedrängt wird, die man nicht vornehmen kann oder will, auf Suggestivfragen hinweisen und nicht antworten, oder am besten elegante Strategien des Abbiegens nutzen (LP 1 und 2)
- Unsicherheiten kommunizieren und Übertreibungen vermeiden (LP 3)
- auf Verständlichkeit achten und dennoch nicht zu stark vereinfachen (LP 5)
- beim (Live-)Interview die 3–5 vorbereiteten Kernthemen im Fokus behalten, damit Zeit für diese bleibt und man nicht zu anderen Themen, die man nicht diskutieren wollte, spricht.
- bei Bedarf eine Person der Pressestelle oder eine Kolleg:in zur Unterstützung beim Interview dazuholen

Nach dem Interview:

- Feedback von Kolleg:innen bzw. der Pressestelle einholen
- Autorisierung der Zitate sorgfältig und zeitnah vornehmen, auch mit Blick auf mögliche Missverständnisse
- bei Unklarheiten um ein Gespräch mit der Kontaktperson bitten
- wenn Fehler passieren, konstruktiv damit umgehen und sich Unterstützung holen (siehe Teil 3: Korrektur ex post)
- die psychologischen Folgen bei Angriffen oder Fehlern nicht unterschätzen und frühzeitig Hilfsangebote nutzen
- bei persönlichen Angriffen: sich Hilfe holen, z. B. im eigenen Haus oder über die Hotline des Scicomm-Support (0157 923 448 04, tägl. 7–22 h)

- den gelungenen Beitrag feiern und sichtbar machen: gemeinsam mit der Pressestelle auf offizielle und eigene Website verlinken, in sozialen Medien teilen, im Newsletter des Instituts aufführen etc.
- und zum Schluss nicht vergessen: Wissenschaftskommunikation hat ihre Herausforderungen, kann aber auch viel Freude machen!

Kanäle der Kommunikation

Pressemitteilungen

Der Austausch zwischen Wissenschaft und klassischen Medien kann von beiden Seiten aus initialisiert werden: Als Wissenschaftler:in kontaktiert man die Medien, wenn es beispielsweise ein eigenes, wichtiges neues Forschungsergebnis gibt, welches schon durch die Peer-Review gegangen ist, aber noch nicht veröffentlicht ist (Embargofrist), oder wenn man etwas Wichtiges zu einer aktuellen Debatte beizutragen hat. In diesen Fällen kann die Pressestelle bei der Erstellung und Verbreitung einer Pressemitteilung helfen. Alternativ kann man Redaktionen anschreiben und fragen, ob Interesse an dem Thema besteht. Auch der Kontakt zu den regionalen Medien (Lokalpresse, Stadt-Radio) kann ein guter Einstieg in die Kommunikation sein. Redaktionen beobachten auch Beiträge auf Social Media und schreiben dann direkt an. Geht es um eine eigene Publikation, die in einer Fachzeitschrift veröffentlicht wird, sind Embargoregeln¹⁰ zu beachten. Im gesamten Prozess der Kommunikation können Hilfestellungen von Seiten der Pressestelle, spezifische Coachings und Tipps von Kolleg:innen sehr hilfreich sein.

Beim Schreiben einer Pressemitteilung sollte man sich nicht nur auf die eigene Arbeit beziehen, sondern auch auf die Forschung von Kolleg:innen hinweisen. Pressemitteilungen sind, im schlechten Fall, etwas einseitig auf das eigene Thema fokussiert und können den eigenen Impact etwas übertreiben. Im besten Fall ordnen sie das Thema realistisch und breit ein. Pressemitteilungen sollten nicht zu Werbetexten werden, sondern Wissen breit kommunizieren.¹¹

Medienanfragen

Kommen Journalist:innen über die Pressestelle oder direkt auf einen zu, dann gilt es zu prüfen, ob die Medienanfrage die Anforderungen der Leitpunkte erfüllt. Bekommt man zum ersten Mal eine Medienanfrage, kann wiederum Unterstützung von der Pressestelle, erfahrenen Kolleg:innen oder Coaches sehr hilfreich sein. Es kann

¹⁰ Embargoregeln werden häufig von wissenschaftlichen Fachjournalen eingesetzt. Vor Ablauf der Sperrfrist darf dann nicht öffentlich über die Publikation kommuniziert werden. Dies gilt es zu beachten.

¹¹ Siehe Leitlinien für gute Wissenschafts-PR im Anhang.

jedoch schnell Zeitdruck herrschen, wenn die Presse sich innerhalb von Stunden eine Antwort wünscht. Hat man zu dem Thema noch nichts vorbereitet oder keine tiefere Expertise, kann man die Anfrage eventuell nicht adäquat bedienen. Ganz klar sollte hier gelten: Qualität vor Schnelligkeit.

Neue Medien

Jenseits der klassischen Medien haben die sogenannten Neuen Medien für die Wissenschaftskommunikation komplett neue Möglichkeiten eröffnet: Wissenschaftler:innen können direkt mit der Öffentlichkeit kommunizieren. Diese Kommunikation kann aber auch sehr herausfordernd sein. Alle Kommunikator:innen auf diesen Kanälen sind gleichermaßen mit kürzer werdenden Aufmerksamkeitsspannen und größer werdender Konkurrenz konfrontiert. Auch die Gefahr, Ziel von Hassrede oder übermäßiger, unsachlicher Kritik zu werden, ist durch den stark responsiven Charakter von Neuen Medien sehr hoch. Man sollte sich also vorher genau überlegen, wo, wie und was man über diese Plattformen kommuniziert. Die Möglichkeit, dadurch große Teile auch der jüngeren Zielgruppen zu erreichen und einen sehr niedrigen Schwellenwert für den Kommunikationseinstieg zu haben, ist dennoch ein Vorteil. Die vorliegende Leitlinie behandelt vor allem die klassischen Medien. Viele Prinzipien lassen sich jedoch gut übertragen.

Wie kann man sich konzeptionell vorbereiten?

Die eigene Wissenschaftskommunikation konzeptionell vorzubereiten kann vor allem bei Talkshowauftritten, Live-Interviews oder Radiosendungen hilfreich sein. Häufig lassen sich hier – aufgrund des direkten Ausspielweges der Sendungsformate – Aussagen nicht ohne Weiteres korrigieren und nur begrenzt nachträglich kontextualisieren. Außerdem ist die verfügbare Zeit knapp. Man muss sich also auf die wichtigsten Punkte fokussieren. Daher ist es ratsam, vorab 3–5 Kernpunkte, auf welche man in jedem Fall eingehen möchte, zu identifizieren und vorzuformulieren. Im Interview selbst sollte darauf geachtet werden, sich auf diese Punkte zu konzentrieren. Bei Punkten, die nicht vorbereitet sind, sollte man zumeist Zurückhaltung wahren, denn spontane, eventuell ungeschickte Formulierungen können zu Missverständnissen führen. Außerdem hat man dann weniger Zeit, um die Kernpunkte unterzubringen.

Zeitdruck: Die Zeitskalen von Journalismus und Wissenschaft sind unterschiedlich

Häufig herrscht bei journalistischen Recherchen Zeitdruck. Der Zeitdruck darf auf keinen Fall die Qualität der Kommunikation beeinträchtigen. Es kommt vor, dass die selbstsicheren, schnellen Expert:innen zuerst antworten und entsprechend mehr Sichtbarkeit in der öffentlichen Diskussion bekommen. Beide Seiten, Wissenschaft und Journalismus, könnten dafür sorgen, dass auch die langsameren, überlegten Stimmen angemessenes Gehör bekommen (vgl. Utopie).

Möchte man zeitnah für Wissenschaftskommunikation präsent sein, kann es sinnvoll sein, seine Handynummer an Journalist:innen weiterzugeben. Ist die Debatte zu einem Thema intensiv, wird man eventuell viel angefragt und die Wissenschaftskommunikation kann sehr zeitaufwändig werden. Um einerseits für Kommunikation zur Verfügung zu stehen und andererseits nicht wiederholt immer dasselbe sagen zu müssen, gibt es Intermediäre wie das Science Media Center (SMC), die Expert:innenwissen bündeln und breit vermitteln. Das SMC kontaktiert die bei ihm registrierten Wissenschaftler:innen¹² mit der Bitte um eine schriftliche Stellungnahme zu bestimmten Fragen und gibt diese Informationen an Journalist:innen weiter. Das SMC organisiert auch Pressekonferenzen, bei denen Journalist:innen den eingeladenen Wissenschaftler:innen Fragen stellen können. Auf diese Weise kann mit etwas weniger Zeitaufwand eine deutliche Reichweite entstehen. Das Problem, dass es zu viele Anfragen gibt, ist wahrscheinlich eher die Ausnahme für Wissenschaftler:innen; aber genau in diesen Phasen kann die Belastung immens sein, da es sich meist um eine neuartige Situation handelt, die Forschung parallel dazu gestemmt werden muss und es aus der Gesellschaft einen Wunsch nach schnellstmöglichen Antworten gibt. Besonders in solchen Phasen können Intermediäre die Wissenschaftskommunikation vereinfachen und effizient dazu beitragen, dass vielfältige Stimmen ihren Platz bekommen.

Wie kann ich die Ziele der Medienanfragen verstehen?

Es ist hilfreich zu wissen, dass es ganz verschiedene Arten von Medienanfragen gibt. Im besten Fall wird ergebnisoffen und mit Tiefe zu einem wichtigen Thema recherchiert, und es gibt, wann immer sinnvoll und notwendig, ausführliche Vorgespräche. Es gibt aber auch Fälle, in denen das Skript bereits geschrieben ist und nur nach einem Professor, einer Professorin oder Personen mit anderweitiger akademischer Autorität gesucht wird, die ein bestimmtes Statement vertreten. Eventuell wird man dann auch noch stark in eine Rolle gedrängt oder es wird selektiv ein Zitat aus der Fülle der aufgenommenen Aussagen genommen. Hier kann man im Zweifel ablehnen, auch wenn man gerne beigetragen hätte. Dieses Problem ist jedoch nicht der Normalfall, man sollte sich aber bewusst sein, dass es das gibt.

In anderen, weniger extremen Fällen kann man mit den Fragen kaum etwas anfangen, weil sie nicht die eigene Fachexpertise betreffen (LP1), nach Meinungen statt Wissen gefragt wird (LP2) oder die Fragen den Sachverhalt sehr vereinfachen (LP5) oder zuspitzen oder suggestiv darstellen (LP3). Hier müssen sich gerade junge

¹² Es gibt die Option, sich beim Science Media Center als Wissenschaftler:in mit Fachgebiet, Expertisebereich und aktuellen Forschungsprojekten zu registrieren.

Wissenschaftler:innen überlegen, ob sie sich dafür einen Teil ihrer kostbaren Zeit nehmen wollen. Um die Intention einer Anfrage besser einschätzen zu können, hilft es nachzufragen, aus welchem Ressort die Anfrage kommt und was die Stoßrichtung bzw. das Themenfeld sein wird. Gelegentlich schicken Journalist:innen in Vorbereitung oder anstelle eines Gesprächs auch ausformulierte Fragen. Dies kann helfen, die Anfrage besser einzuordnen und gezielte Antworten zu verfassen. Gleichzeitig sollten sich Wissenschaftler:innen nicht auf diese Fragen beschränkt fühlen, insbesondere wenn diese wichtige Aspekte nicht abdecken.

2. Kommunikation mit Journalist:innen

Die drei Ebenen der Vertraulichkeit

Um in Interviews zwischen Wissenschaftler:innen und Journalist:innen die Verwendbarkeit der Gesprächsinhalte klar zu definieren, gibt es die sogenannten drei Ebenen der Vertraulichkeit. Diese regulieren den Umgang mit den erhaltenen Informationen und schaffen einen geschützten Raum, in dem sich Wissenschaftler:innen in Hintergrundgesprächen freier äußern können, ohne dass das Gesagte direkt an die Öffentlichkeit kommt und ehe man die fachliche Korrektheit noch einmal überprüfen konnte. Dieses Konzept kommt ursprünglich aus der Politik.

Die aktuelle Ebene der Vertraulichkeit legt man am besten am Anfang des Gesprächs fest. Sie kann während des Gesprächs geändert werden. Die Ebenen gestalten sich wie folgt:

- **Unter 1:** Das Gespräch ist öffentlich, Zitate hieraus dürfen direkt oder indirekt mit Namen und Institution verwendet werden. Man kann um die Autorisierung der Zitate bitten, dies ist insbesondere im deutschsprachigen Raum üblich.
- **Unter 2:** Die erhaltene Information darf anonymisiert verwendet und zitiert werden. Daraus entstehen Formulierungen wie: „Aus Parteikreisen heißt es: ...“. In der Wissenschaft ist das eher unüblich.
- **Unter 3:** Das Gesagte ist vertraulich. Gewonnene Erkenntnisse dürfen lediglich Anreize für weitere Recherchen sein oder als Hintergrundinformationen dienen. Es ist nicht erlaubt, den Gesprächsinhalt, ob direkt oder indirekt, zu zitieren.

Wird die Ebene der Vertraulichkeit nicht eigenständig festgelegt, so werden Gespräche im Regelfall als „unter 1“ behandelt und die Informationen gelten als beliebig verwendbar. Allerdings ist es meistens auch möglich, bereits Gesagtes im Nachhinein noch als vertraulich zu kennzeichnen.

Vertraulichkeit in einem Hintergrundgespräch kann man aus vielen Gründen wählen: Wenn man über Nachbarfelder spricht, bei denen man eine gute, aber nicht vollständige Expertise hat, kann man diese Informationen als Hintergrund bzw. Kontext zur eigenen Kernexpertise hinzufügen. Es gibt aber auch Situationen, in denen es um mögliche Interessenkonflikte oder das Vermeiden von Angriffen gegen die eigene Person geht (z. B. bei politisch oder gesellschaftlich sehr kontroversen Themen). Insgesamt möchte die Wissenschaft in der Kommunikation volle Transparenz gewährleisten. Sich auf die Ebenen der Vertraulichkeit zu berufen, sollte somit nur in Ausnahmefällen

geschehen oder wenn die Aussagen außerhalb der eigenen Expertise liegen. In diesem Fall sollte man auf Kolleg:innen verweisen, in deren Kernexpertise das Thema fällt.

Dazu beitragen, dass man in den Medien korrekt wiedergegeben wird

In Interviews mit Print- und Onlinemedien ist es gängige Praxis, dass **man um eine Autorisierung der wörtlichen Zitate bittet**, um Missverständnisse und Falschaussagen zu verhindern. In aller Regel können dann Ungenauigkeiten oder Fehler, die sich im Interview oder im Laufe der Textarbeit ergeben haben, korrigiert werden. Es kann helfen zu betonen, dass es hierbei nicht um eine Einschränkung der Unabhängigkeit des Journalismus geht, sondern um die Vorbeugung von Missverständnissen und die Vermeidung von fehlerhaften Aussagen. Häufig arbeiten Journalist:innen unter Zeitdruck und es kostet Zeit, Zitate autorisieren zu lassen, sodass es sinnvoll ist, sich vorab über das Zeitfenster zu verständigen. Bei gegenseitigem Respekt und offener Kommunikation gelingt in den meisten Fällen eine erfolgreiche Autorisierung. Im Kern haben Wissenschaft und Journalismus dasselbe Ziel: ein tiefes Verständnis ihres Themas.

Die Autorisierung von Zitaten wird primär im deutschen Journalismus praktiziert und seltener z. B. im angloamerikanischen Raum. Und auch wenn es hierzulande nicht verpflichtend ist, ist es übliche Praxis.

Tipps zum Umgang mit zur Autorisierung vorgelegten Zitaten:

- Zitate müssen nicht zwingend wörtlich, sondern lediglich inhaltlich korrekt sein.
- Der Autorisierungsprozess findet häufig unter enormem Zeitdruck statt. Man sollte also bereit sein, Zitate innerhalb von wenigen Stunden zu autorisieren. Sinnvoll ist es, die Journalist:innen schon während des Gesprächs nach einem groben Zeitfenster für die Autorisierung der Zitate zu fragen, sodass man dies entsprechend einplanen kann.
- In der Regel werden Zitate mit vor- und nachgestelltem Textkontext zur Autorisierung geschickt. Wichtig ist dabei: Die Texthoheit liegt weiterhin bei den Redaktionen. Nur wenn etwas wirklich falsch oder vollkommen sinnentstellt ist, sollte es angemerkt bzw. verbessert werden.
- Sollte der gesamte Text zur Autorisierung vorliegen, was nicht üblich ist und auf großes Vertrauen von journalistischer Seite hinweist, dann ist es wichtig, sich lediglich auf die Stellen der eigenen Expertise und Darstellung zu beziehen. Auch hier sollte man nur etwas anmerken, wenn es wirklich falsch oder sinnentstellt ist.

- Autorisierte Zitate gelten als inhaltlich richtig, d. h., mit einer Autorisierung bestätigt man die Korrektheit des Zitats. Hier gilt es, Unschärfen oder Ungenauigkeiten, die häufig durch Vereinfachung oder Dramatisierung der Redaktion entstehen, zu vermeiden.
- Titel und Teaser des Textes werden meist nicht von den Verfasser:innen, sondern von der Redaktion gesetzt; der dadurch geschaffene Kontext liegt also außerhalb der eigenen Kontrolle. Teile von wörtlichen Zitaten können durchaus als (Zwischen-)Überschriften verwendet werden oder von anderen Medien aufgegriffen werden, auch wenn diese dann ohne Kontext etwas sinnentfremdet wirken können. Bei der Autorisierung von wörtlichen Zitaten sollte man diese Besonderheit im Hinterkopf behalten.
- Die Pressestelle kann bei der Autorisierung der vorgelegten Zitate helfen.

Fehler in der Kommunikation vermeiden

Wer über einen längeren Zeitraum Wissenschaftskommunikation in der Öffentlichkeit betreibt, wird früher oder später Fehler machen. Daher ist es wichtig, sich bewusst mit dem Thema guter Wissenschaftskommunikation auseinanderzusetzen. Mit Beachtung der im ersten Abschnitt herausgearbeiteten Leitpunkte sowie guter konzeptioneller Vorbereitung ist bereits viel getan. Des Weiteren ist es völlig in Ordnung – sogar von großer Wichtigkeit –, in Interviews auch mal „nein“ zu sagen, das heißt, auf Fragen, mit denen man sich nicht wohl fühlt, nicht zu antworten oder vorformulierte, ablehnende Phrasen zu repetieren. In bestimmten Situationen mag dies besonders schwierig sein, hier kann es hilfreich sein, das Interview zusammen mit der Universitäts- bzw. Institutspresseabteilung oder eine:r Kolleg:in, die im Zweifel bremsen können, durchzuführen. Bei Angriffen auf die eigene Person ist es wichtig, Ruhe zu bewahren. Es kann vorteilhaft sein, mit Humor oder einer Gegenfrage zu antworten. Humor kann eine schwierige Situation entschärfen. Danach kommt es im besten Fall zu einer sachlichen, klaren Antwort. Ebenso kann es helfen, zwischen Angriffen ad personam/ad hominem („Sie sind gekauft“), Sachangriffen und unspezifischen Angriffen („Ihre Aussagen waren schon immer falsch“) zu unterscheiden, da Verteidigungsstrategien je nach Art des Angriffs differieren können.

3. Korrektur ex post

Was tun, wenn man selbst etwas falsch dargestellt hat?

Eine Korrektur ex post auf einer reinen Faktenebene ist häufig schwierig. Falsche oder extrem zugespitzte Aussagen verbreiten sich sehr schnell in der Medienlandschaft, insbesondere wenn sie spektakulär und interessant sind. Die Korrektur hingegen ist meistens „langweiliger“ und bekommt dadurch entsprechend wenig Aufmerksamkeit. In einem ersten Schritt sollte man den Fall mit der Pressestelle, Kolleg:innen oder unabhängigen Kommunikationsprofis besprechen. Außerdem kann es helfen, im Nachgang den Journalist:innen oder der Redaktion zu schreiben oder um ein Telefonat zu bitten, in dem man die Falschdarstellung anspricht. Bei reinen Online-Publikationen sind Korrekturen gängig – in der Regel versehen mit einem sogenannten Transparenzhinweis, wann und wo eine Korrektur vorgenommen wurde.

Was tun, wenn etwas über einen selbst falsch dargestellt wird?

Es gilt die gleiche Schwierigkeit in der faktenbasierten Korrektur wie bereits oben dargestellt und ebenso der Rat, sich Unterstützung zu holen und erstmal um ein persönliches Gespräch mit dem Medium zu bitten. Bei schwerwiegenden, rufschädigenden Falschdarstellungen gibt es aber auch die Möglichkeit, rechtlich vorzugehen. Man kann eine sogenannte Gegendarstellung erwirken, um sich zur falschen Darstellung zu äußern und diese richtigzustellen. Unter bestimmten Voraussetzungen muss die Gegendarstellung dann durch das Medium, welches zuvor die unwahren Tatsachenbehauptungen verbreitet hatte, veröffentlicht werden.

Was tun, wenn Expert:innen im eigenen Feld Desinformation verbreiten?

Falschaussagen eines:r Expert:in oder Wissenschaftler:in auf dem eigenen Gebiet stellen einen als Wissenschaftler:in vor vielfältige Herausforderungen. Der erste Impuls, öffentlich Kritik zu üben und die Aussagen zu widerlegen, kann durch die Medien aufgegriffen und möglicherweise zu einem Pseudo-Wissenschaftsstreit¹³ aufgebauscht werden. Ein solcher „Streit“ hat für manche einen Unterhaltungswert, führt aber in der Regel nicht zu einer konstruktiven Diskussion. Es kann deshalb hilfreich sein, erst einmal im Hintergrund das persönliche Gespräch zu suchen, um herauszufinden, ob es sich um ein Missverständnis handelt oder wo gegebenenfalls die Diskrepanzen liegen. Eventuell wurde sogar die Person selbst falsch wiedergegeben. Öffentlich kann man Fakten klarstellen, ohne die Person namentlich zu nennen. Dabei kann man auf der Sachebene kommunizieren, indem man beispielsweise

Formulierungen nutzt wie: „Es gibt folgende fachliche Aussage. Diese halte ich für unplausibel oder falsch, weil ...“. Ist eine Falschaussage erst einmal in der Welt und wird durch mediale Aufmerksamkeit, etwa durch die Thematisierung des „Streits innerhalb der Wissenschaft“, noch weiter verbreitet, ist es sehr schwierig, sie mit reinem Faktenwissen öffentlichkeitswirksam aufzulösen (siehe auch „Brandolinis Gesetz bzw. Bullshit-Asymmetrie-Prinzip“). Geht es um systematische Probleme, gibt es die Möglichkeit, durch Kommunikation aus Fachgesellschaften heraus – beispielsweise über Stellungnahmen – genug Gewicht für ein Thema zu generieren, sodass die faktenbasierte Richtigstellung wahrgenommen wird.

Wissenschaftliche Kontroversen in der Öffentlichkeit auszutragen, ist nicht einfach. Zuallererst sollte selbstverständlich sein, dass in keiner Weise Druck oder Zensur ausgeübt wird. Die Herausforderung, in der Öffentlichkeit einen wissenschaftlich-sachlichen Diskurs zu führen, besteht zum einen darin, dass wichtige Aspekte untergehen, weil zu sehr simplifiziert oder zugespitzt wird, zum anderen entsteht schnell der Eindruck, die Wissenschaft sei sich nicht einig. Das ist an den Grenzen des Wissens klar der Fall. Aber darüber geht manchmal der Blick auf den Kern der Wissenschaft verloren: Dass Menschen und Schimpansen gemeinsame Vorfahren haben – auch wenn die Details des Stammbaums noch erforscht und diskutiert werden – ist zum breiten wissenschaftlichen Konsens geworden und somit kein Gegenstand öffentlicher Kontroversen.

Was tun bei Kritik an der eigenen Arbeit?

Wissenschaftler:innen werden natürlich auch von anderen Professor:innen zu Recht oder zu Unrecht kritisiert oder angegriffen. Wenn es Grund zur inhaltlichen Kritik gibt, ist es wünschenswert, wenn der Kritiker oder die Kritikerin einen erst direkt (also nicht öffentlich) und vor allem sachlich anspricht und ausreichend Zeit für Antworten gibt. So können inhaltliche Aspekte sorgfältig und in Ruhe geprüft und Missverständnisse ausgeräumt werden. Ein direkter öffentlicher Angriff dient nicht immer der sachlichen Diskussion.

Wir wissen von jungen Wissenschaftler:innen, dass ihre öffentliche Kommunikation u.a. von emeritierten, eher fachfernen Professoren kritisiert wurde. Die Kritiker haben sich mit fundamentalen Punkten wie wissenschaftlichem Fehlverhalten an die Institutsleitung bzw. Ombudsperson gewendet. Solch ein Verdacht muss natürlich geprüft werden. In den uns bekannten Fällen hat sich der Verdacht nicht bestätigt. Wir wollen auf diese Erfahrungen hinweisen, da es zusätzlichen Stress bedeuten kann, wenn Kritik an der eigenen Wissenschaftskommunikation bei der Institutsleitung oder der Ombudsperson vorliegt.

¹³ Wie zum Beispiel der medial viel beachtete „Virologienstreit“.

Was tun bei unsachlichen Angriffen auf die eigene Person?

Wissenschaftskommunikation – insbesondere, aber nicht nur auf Social-Media-Plattformen – kann dazu führen, dass sich Menschen, anstatt sich sachlich mit dem kommunizierten Thema auseinanderzusetzen, abfällig oder sogar drohend äußern. Wer Ziel von Hassrede, unsachlicher Kritik oder Angriffen aufgrund seiner Wissenschaftskommunikation im Netz wird, kann sich beispielsweise an die vom Bundesverband Hochschulkommunikation und Wissenschaft im Dialog begründete Initiative „Scicomm-Support“ wenden. Auf der Website der Initiative finden sich Leitfäden zum Umgang mit Angriffen, Trainings- und Workshopangebote. Besonders hervorzuheben ist die Hotline für telefonische Beratung. Dieses niederschwellige Angebot sollte man nutzen! Es übersteigt die Kapazität dieses Leitfadens, die psychosozialen Effekte der Wissenschaftskommunikation auszuloten. Sie sollten aber sehr ernst genommen werden.

Was tun, wenn eine Kollegin oder ein Kollege unsachlich oder unverhältnismäßig angegriffen wird?

Kolleg:innen, die Zielscheibe von unsachlicher oder unverhältnismäßiger öffentlicher Kritik sind, sollte man klar unterstützen, sei es auf privater Ebene durch eine persönliche E-Mail oder die Nachfrage, wie man helfen kann. Öffentlich kann man solche Fälle ansprechen, sich entschieden für eine sachliche Diskussion und gegen persönliche Angriffe aussprechen und eine Richtigstellung vornehmen, sei es als Einzelperson oder in Zusammenarbeit mit einer Fachgesellschaft.

Auch wegen solcher Angriffe entscheiden sich viele Personen dagegen, Wissenschaftskommunikation zu betreiben. **Wenn dadurch nur Expert:innen mit entsprechend dickem Fell und Selbstbewusstsein kommunizieren, fehlen uns die Stimmen einer großen Gruppe von Wissenschaftler:innen.** Daher sollten sich alle für eine sachliche und respektvolle Diskussion stark machen.

Wünsche an den Journalismus – eine Utopie

Um die Kommunikation zwischen Wissenschaft, Journalismus und Gesellschaft weiterzuentwickeln, müssen wir klare Ziele formulieren. Indem wir diese Ideale formulieren, können wir uns ihnen zumindest schrittweise annähern. Wir schließen hier also mit einer Utopie der Wissenschaftskommunikation und einer Wunschliste an den Journalismus und andere gesellschaftliche Entitäten. Viele der Punkte werden schon umgesetzt, manche benötigen allerdings noch mehr Selbstverständlichkeit, andere mögen in weiter Ferne liegen. Die Aufstellung erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit und ist primär als Inspiration für einen konstruktiven Dialog zu lesen. Im Kern greifen wir hier die fünf Leitpunkte aus dem ersten Teil wieder auf, da sie für uns im Zentrum guter Wissenschaftskommunikation stehen. Gute Wissenschaftskommunikation kann nur gemeinsam gelingen – mit Journalismus, Politik und Gesellschaft, daher brauchen wir den Beitrag aller.

Grenzen der Expertise respektieren (LP1)

Wissenschaftler:innen sind zumeist keine Kommunikationsprofis, wollen aber ihr Wissen gerne und uneingeschränkt teilen. Das ist möglicherweise anders als in der Politik oder Wirtschaft, wo die Entscheidungsträger:innen ihre zukünftige Strategie eventuell noch nicht preisgeben wollen. Es ist also immens wichtig, im Interview davon auszugehen, dass ein tiefes Verständnis des/der jeweils anderen das Ziel beider Seiten ist. Es gibt leider vereinzelt Fälle, in denen Wissenschaftler:innen zu Aussagen außerhalb ihres Fachgebiets gedrängt werden. Das mag vielfältige Gründe haben. Es kann aber besonders für weniger erfahrene Wissenschaftler:innen sehr unangenehm sein, sich hier deutlich abgrenzen zu müssen. Selbstverständlich sollten diese Grenzen der einzelnen Expert:innen respektiert werden.

Um das Feld weit abzudecken und Expertise breit einzuholen, muss man zumeist viele verschiedene Wissenschaftler:innen ansprechen. Wer sich nur auf einige wenige, eventuell medial bekannte Gesichter verlässt, riskiert eine einseitige oder verzerrte Kommunikation. Um die Breite der Fachexpertisen abzudecken, kann der Journalismus auch gezielt nach jungen, medial weniger bekannten Wissenschaftler:innen suchen oder andere, gut vernetzte Wissenschaftler:innen aus dem Forschungsfeld nach Kontakten fragen.

Trennung von Wissen und Wertung stets klar machen (LP2)

Wir wünschen uns auch im Journalismus durchgehend eine konsequente Trennung von Wissen und Wertung. Das bedarf zunächst einer sorgfältigen Erfassung des Wissensstands. Erst wenn man sich auf einen gemeinsamen Diskursrahmen (und dessen Unsicherheiten) geeinigt hat, sollte man eine Güterabwägung vornehmen. Wenn

es schon in der Diskussion um den Wissensstand Diskrepanzen gibt, dann ist häufig auch die Güterabwägung und Schlussfolgerung aus dieser unterschiedlich. Sorgfältig nachzuhaken, von welchem Wissensstand man ausgeht, kann unnötige Diskussionen vermeiden.

Um eine korrekte Darstellung des Wissensstands in allen Ressorts zu gewährleisten, kann über die Ressortgrenzen hinweg eine noch engere Verzahnung mit dem Wissenschaftsjournalismus hilfreich sein. So wird vermieden, dass Argumentationsketten auf veralteten oder wenig plausiblen Annahmen aufgebaut werden.

Weniger polarisierende Headlines, dafür mehr Diskussion des Wissensstands (LP3)

Wie oft wurde ein Artikel gelesen und geteilt? Wie viele Werbeeinnahmen oder neue Abonnent:innen hat er generiert? Eine hohe Reichweite ist natürlich wichtig, denn ein Beitrag kann noch so „gut“ sein: Wenn er nicht gelesen wird, hat er keine Wirkung. Wie die Aufmerksamkeit jedoch langfristig generiert und erhalten wird, ist eine komplexe Frage. Setzt man auf polarisierende Headlines, gibt es erstmal Aufmerksamkeit. Sie provozieren Widerspruch, Zweifel oder zumindest Fragen. Die realistische Einordnung dieser Aussage findet die Leserschaft zum Teil erst hinter der Paywall – also für viele unzugänglich. Es bleibt der Eindruck der Extremaussage. Hinzu kommt für jedes Medienhaus eine eigene Redaktionslinie, die die Themenauswahl und -darstellung mit beeinflusst. So kann manchmal eine „False Balance“ entstehen, wenn veraltete oder unplausible Positionen viel Raum bekommen. Von unserer Seite besteht der Wunsch, weniger zu polarisieren, mehr Zeit für Recherche zu ermöglichen und der Öffentlichkeit mehr Komplexität zuzutrauen.

Wer ist Expertin oder Experte? Transparenz bei Auswahl und Interessenkonflikten (LP4)

Expert:innen zeichnen sich in der Regel durch aktuelle, begutachtete Fachpublikationen aus. Hat eine Person keine oder nur lange zurückliegende Fachpublikationen zu dem spezifischen Fachgebiet vorzuweisen, dann sollte gut begründet werden, warum diese Person trotzdem eine fundierte Expertise in dem Bereich beiträgt. Hier geht es nicht darum, alternative Hypothesen a priori auszuschließen. Es geht darum zu betonen, dass alternative Hypothesen normalerweise ihren Platz in der Fachliteratur finden, wenn sie halbwegs plausibel und solide ausgearbeitet sind. Oberflächliche Spekulationen und sehr unplausible Hypothesen hingegen kommen seltener durch den Peer-Review-Prozess.

Transparenz bei der Expert:innenauswahl erlaubt es, selbst darüber zu reflektieren, ob die Auswahl adäquat ist. Eine Nachvollziehbarkeit stärkt das Vertrauen. Hier ist es wünschenswert, auch jüngere oder weniger bekannte Personen anzusprechen, um die Expertisen bestmöglich abzudecken. Es ist ferner erstrebenswert, wenn einige

(Wissenschafts-)Journalist:innen die Möglichkeit bekämen, noch tiefer in ein Fachgebiet einzusteigen, um eine weitere Brücke zwischen breiterem Journalismus und hochspezialisierter Forschung zu schlagen.

Generell sollte im Journalismus aktiv nach möglichen Interessenkonflikten gefragt, dazu recherchiert und berichtet werden. Interessenkonflikte können verschiedene Ursachen haben und auf vielfältige Art die Kommunikation beeinflussen. Die Trennung von Wissensstand und Wertung ist hier nur eine Maßnahme, die den Einfluss von Interessen reduzieren kann. Warnleuchten sollten aufleuchten, wenn Institute nicht unabhängig finanziert sind, Expert:innen kaum Veröffentlichungen in etablierten Fachzeitschriften haben, sich weit außerhalb ihrer Expertise äußern oder die Wertung in den Vordergrund stellen. Um die Transparenz zu erhöhen, kann man die Kriterien, nach denen man Expert:innen ausgewählt hat, offenlegen.

Gerade junge Wissenschaftler:innen können ihre Reputation untergraben, wenn sie in der Öffentlichkeit als Diskussionskonterpart zu vermeintlichen Expert:innen mit Interessenkonflikt gestellt werden. Sie erscheinen dann eventuell als tendenziös arbeitende:r Wissenschaftler:in. Wenn beispielsweise der oder die vermeintliche Expert:in die Lage als rot bewertet, der oder die kommunizierende Wissenschaftler:in aber auf Basis des Wissensstands die Lage als schwarz einordnet, könnte die Öffentlichkeit dem oder der Wissenschaftler:in unterstellen, dass er oder sie die Lage grundsätzlich schwarz bewerten würde, unabhängig vom Wissensstand. Gerade bei politisch relevanten Themen kann Journalismus einen wichtigen Beitrag leisten, Wissensstand und interessengeleitete Bewertung in der Debatte klar zu trennen.

Der Wissensstand muss korrekt dargestellt werden (LP5)

Den Stand des Wissens akkurat und deutlich zu kommunizieren, liegt im Kernbereich des Wissenschaftsjournalismus. Aber nicht nur im Wissensressort, auch in den anderen Redaktionen beziehen sich viele Beiträge auf Grundlagenwissen oder neue Forschungsergebnisse. Es kommt allerdings vor, dass – je nach Stoßrichtung des (Meinungs-)Beitrags – die wissenschaftlichen Argumente übermäßig vereinfacht werden, selektiv genutzt werden oder sogar fast gar nicht vorkommen, obwohl sie immens wichtig wären. Eine noch engere Verzahnung zwischen den Ressorts kann helfen, die wissenschaftlichen Grundlagen in allen Ressorts mit optimaler Zuverlässigkeit und unabhängig von den Themen wiederzugeben – ob Klimawandel oder Vermögensverteilungen.

Quellen zitieren und verlinken

Selbstverständlich sollten nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch in der Kommunikation Quellen benannt und verlinkt werden, sofern das möglich ist. Das gilt ganz klar für wissenschaftliche Quellen. Aber auch wenn man sich auf andere Medien

bezieht („wie die Kinderzeitung berichtet“), sollten diese Artikel und Quellen verlinkt werden, damit die Leser:innen die Herleitungen nachvollziehen können.

Versionen identifizieren

Mit zunehmendem Einfluss der Künstlichen Intelligenz (KI) auf den Journalismus kann Medieninhalt immer weiter individualisiert werden. Schon jetzt werden verschiedene Headlines für denselben Artikel ausprobiert, Änderungen vorgenommen, ohne diese als solche zu kennzeichnen, und Artikel aktualisiert bzw. an das Profil der spezifischen Lesergruppe angepasst. Hier wäre ein „unique Identifier“ für jede Version wünschenswert, damit alle (auch die Forschung zum Journalismus) nachvollziehen können, welche Variante oder personalisierte Version gemeint ist. Transparenz kann langfristiges Vertrauen aufbauen.

Raum für Spezialist:innen

Die Arbeitslast in der Wissenschaft und auch im Journalismus kann immens sein. Um Wissenschaftler:innen in der Kommunikation zu entlasten, könnten an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und (Wissenschafts-)Journalismus Spezialist:innen gestärkt werden, die beides mitbringen: sehr fundierte Kenntnisse in ihrem Fachgebiet und herausragende Kommunikationsfähigkeiten. Hier könnte ein eigener Karriereweg für Wissenschaftler:innen ausgebaut werden. Solche Expert:innen könnten für unterschiedlichste Zielgruppen (Journalismus, Politik, Öffentlichkeit, ...) den Dialog zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit fördern und stärken.

Langsamere Kommunikation

Wissenschaftliche Projekte brauchen oft viele Monate oder gar Jahre. Journalistische und gesellschaftliche Fragen wollen jedoch gerne innerhalb von Stunden oder Tagen bearbeitet werden. Das führt dazu, dass die Expert:innen, die am schnellsten antworten, auch eher gehört werden. Bei manchen Themen ist eine aufwändige Ausarbeitung jedoch hilfreich – nur kommen die Ergebnisse eventuell wesentlich später. Eine gute Balance zwischen schnellen, aber trotzdem fundierten ersten Einschätzungen und tiefreichenden Analysen ist wichtig, damit alle Stimmen, die schnellen und die langsameren, gehört werden. Insgesamt wünschen wir uns eine langsamere Kommunikation.

Trennung von Wissensstand und interessengeleiteter Bewertung

In Zeiten von Fake News und Strategien wie „Flood the zone with shit“ (Steve Bannon) wird es aus unserer Sicht noch wichtiger, interessengeleitete Bewertungen und vermeintliche Wissensstände, die von großzügig finanzierten Lobbyinstitutionen durchaus professionell erscheinen können, vom tatsächlichen Wissensstand eindeutig abgrenzen. Das braucht Recherchezeit und Transparenz auf der Seite des Journalismus. Wir Wissenschaftler:innen tragen gerne dazu bei.

Keine Angriffe ad personam

Wissenschaftler:innen haben vielfältige Gründe, sich in der Wissenschaftskommunikation zu engagieren. Es gibt aber auch viele Gründe, es nicht zu tun. Dazu gehört die Gefahr, persönlichen Angriffen ausgesetzt zu sein. Schon das Risiko eines solchen Angriffs führt dazu, dass gerade bei erhitzten Debatten sehr viele Wissenschaftler:innen *nicht* kommunizieren. Diese Stimmen fehlen uns im Diskurs.

Nicht nach ja oder nein fragen, sondern nach einem „wie viel“

Viele Missverständnisse können dadurch entstehen, dass eine bestimmte Position¹⁴ vertreten wird, anstatt dass gefragt wird, „wie viel“ etwas hilft oder kostet – und unter welchen Annahmen. Das Für und Wider hat seinen festen Platz in der Diskussion der Wertung, aber in der Kommunikation des Wissensstands ist es nachrangig, denn es gibt zumeist einen „wahren“ Wert, den man wissenschaftlich abschätzen will. Häufig können Kontroversen also aufgelöst werden, wenn man nach den Annahmen fragt und dann dazu eine plausible Effektgröße benennt (anstatt von Extremszenarien zu sprechen).

¹⁴ z. B. „Impfen hilft gegen Ansteckung“ versus „Impfen schützt nicht vor Ansteckung“ versus „Impfen reduziert die Ansteckungswahrscheinlichkeit um X Prozent“.

Autor:innen

Viola Priesemann

Max-Planck-Institut für Dynamik und Selbstorganisation Göttingen und
Georg-August-Universität Göttingen

Charlotte Bartels

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung Berlin – sozioökonomisches Panel

Johanna Gereke

Mannheimer Zentrum für europäische Sozialforschung

Fabian Hruschka

Max-Planck-Institut für Dynamik und Selbstorganisation Göttingen und
Technische Universität Dortmund

Birgit Nemeč

Charité Universitätsmedizin Berlin – Institut für Geschichte der Medizin und
Ethik in der Medizin

Doris Segets

Universität Duisburg-Essen – Lehrstuhl für Partikeltechnik

Leonie Wenz

Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung – Komplexitätsforschung

Methodik

Dieser Leitfaden zur Wissenschaftskommunikation wurde von uns als jungen Wissenschaftler:innen entwickelt, um (junge) Wissenschaftler:innen bei der effektiven Vermittlung ihrer Forschungsergebnisse zu unterstützen. Das Ziel ist dabei eine Sammlung von Leitlinien und konkreten Tipps von und für Wissenschaftler:innen. Dabei wurde die Methode der Delphi-Studie adaptiert, um durch iterative Befragungen und Feedback-Runden konsolidierte Empfehlungen zu entwickeln. Diese Methodik wurde gewählt, um eine breite und fundierte Expertise aus verschiedenen relevanten Bereichen und Blickwinkeln zu sammeln.

Die Interviewpartner:innen wurden basierend auf ihrer Expertise und Erfahrung in den Bereichen Medien, Wissenschaftskommunikation, Forschung und Politik ausgewählt. Insgesamt wurden 11 Expert:innen je eine Stunde interviewt und in die Studie miteinbezogen. Der daraus entstandene Text wurde einer breiten Gruppe von Expert:innen für Feedback zugeschickt, und das Feedback wurde eingearbeitet.

Für die Interviews wurde ein umfassender Fragenkatalog entwickelt, der die zentralen Themen der Wissenschaftskommunikation abdecken sollte. Die Interviews wurden via Zoom durchgeführt und protokolliert, um eine detaillierte Analyse zu ermöglichen. Die Protokollierung erfolgte durch Mitschriften mehrerer Interviewer:innen. Die Mitschriften wurden anschließend zentral gesammelt. Den Expert:innen wurden Leitfragen vorab zugeschickt, um eine Vorbereitung zu ermöglichen.

Es wurde außerdem eine umfassende Literaturrecherche durchgeführt, um relevante Literatur zu identifizieren. Die aus den Interviews und der Literaturrecherche gewonnenen Informationen wurden von den Autor:innen des Leitfadens ausgewertet. Hierbei wurden wiederkehrende Themen identifiziert und systematisch zu zentralen Leitpunkten, Tipps und einer Utopie der Wissenschaftskommunikation zusammengefasst.

Zentrale Erkenntnisse wurden auf dem Forum Wissenschaftskommunikation im November 2023 und auf der WissKon24 – die NaWik-Konferenz für kommunizierende Forschende – im April 2024 vorgestellt und weiteres Feedback in Gruppendiskussionen gesammelt. Im Laufe des Prozesses der Leitfadenerstellung wurden Versionen des Textes wiederholt vorgestellt und den Mitgliedern der Jungen Akademie zur Feedbackgabe zur Verfügung gestellt. Das erhaltene Feedback wurde kontinuierlich in diesen Leitfaden eingearbeitet. Er ist das Ergebnis dieses iterativen Prozesses. Der Leitfaden wird sowohl auf der Website der Jungen Akademie als auch in gedruckter Form veröffentlicht und somit einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Nützliche Links, Quellen und Literatur

Im Folgenden werden die im Rahmen der Literaturrecherche gesammelten Quellen nach den Kategorien Leitlinien und Stellungnahmen, Fachliteratur und Institutionen, Gruppen und Verbände sortiert dargestellt:

Leitlinien und Stellungnahmen

Borowiec, B. G. (2023). Ten simple rules for scientists engaging in science communication. *PLoS Computational Biology* 19(7): e1011251. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1011251>

TU Dortmund: „Leitbild Gute Wissenschaftskommunikation“, Stand 2/2023

Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften (BBAW): „Gute Wissenschaftskommunikation in der digitalen Welt“, in 19/2022 Wissenschaftspolitik im Dialog, BBAW

Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation, ABC der guten Sprache, Juli 2022

Deutscher Rat für Public Relations (DRPR): „PR Richtlinie Wissenschafts-PR“, Juni 2022

Wissenschaftsrat: Impulse aus der COVID-19-Krise für die Weiterentwicklung des Wissenschaftssystems in Deutschland. 2021

Wissenschaftsrat: Wissenschaftskommunikation Positionspapier. Oktober 2021.

Bundesministerium für Bildung und Forschung: #FactoryWisskomm: Handlungsperspektiven für die Wissenschaftskommunikation, Juni 2021

Allianz der Wissenschaftsorganisationen: 10-Punkte-Plan zur Wissenschaftskommunikation, Mai 2020

Deutsche Forschungsgemeinschaft (2019): Leitlinien zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis

Leopoldina, Acatech, Akademieunion: „Social Media und digitale Wissenschaftskommunikation“, Juni 2017

Lühren J, Albrecht M, Mühlhauser I, Steckelberg A: Leitlinien evidenzbasierte Gesundheitsinformation, Februar 2017

Wissenschaft im Dialog (WiD): Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR, Februar 2016

Leopoldina, Acatech, Akademieunion: „Zur Gestaltung der Kommunikation zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und den Medien“ Juni 2014

Siggere Impulse, seit 2013 jährlich

Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften: Leitlinien Politikberatung, 2008

Stifterverband für die deutsche Wissenschaft: PUSH-Memorandum, Mai 1999

Fachliteratur (Auswahl)

Rögner W. & Wormer, H. (2020). Gute Umweltkommunikation aus Bürgersicht – Ein Citizen-Science-Ansatz in der Rezipierendenforschung zur Entwicklung von Qualitätskriterien. *Medien & Kommunikationswissenschaften*, 68(4), 447–474.

Crameri, F., Shephard, G. E. & Heron, P. J. (2020) The misuse of colour in science communication. *Nature Communications*, 11. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-19160-7>

Schrögel, P., Humm, C., Leßmöllmann, A., Kremer, B., Adler, J. & Weißkopf, M. (2018). *Nicht erreichte Zielgruppen in der Wissenschaftskommunikation: Literatur-Review zu Exklusionsfaktoren und Analyse von Fallbeispielen*. Wissenschaft im Dialog gGmbH; Karlsruher Institut für Technologie (KIT) Institut für Technikzukünfte (ITZ) Teilinstitut Wissenschaftskommunikation.

Loroño-Leturiondo, M. & Davies, S. R. (2018). Responsibility and science communication: scientists' experiences of and perspectives on public communication activities. *Journal of Responsible Innovation*, 5(2), 170–185. <https://doi.org/10.1080/23299460.2018.1434739>

Yuan, S., Oshita, T., AbiGhannam, N., Dudo, A., Besley, J. C. & Koh, H. E. (2017). Two-way communication between scientists and the public: a view from science communication trainers in North America. *International Journal of Science Education*, 7(4), 341–355. <https://doi.org/10.1080/21548455.2017.1350789>

Wormer, H. (2017). Vom Public Understanding of Science zum Public Understanding of Journalism. In H. Bonfadelli, B. Fähnrich, C. Lühje, J. Milde, M. Rhomberg & M. S. Schäfer (Hrsg.), *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation* (S. 429–451). Springer VS.

Bonfadelli, H., Fähnrich, B., Lühje, C., Milde, J., Rhomberg, M. & Schäfer, M. S. (Hrsg.). (2017). *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12898-2>

Weingart P. & Schulz P. (Hrsg.). (2014). *Wissen, Nachricht, Sensation – Zur Kommunikation zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und Medien*. Velbrück Wissenschaft.

Fischhoff B. & Scheufele D. A. (2013). The science of science communication. *Proceedings of the National Academy of Science*, 110(3), 14031–14032.

Dernbach, B., Kleinert, C. & Münder, H. (Hrsg.). (2012). *Handbuch Wissenschaftskommunikation*. Springer VS.

Schwartz, L., Woloshin, S., Andrews, A. & Stukel, T. A. (2012). Influence of medical journal press releases on the quality of associated newspaper coverage: retrospective cohort study. *British Medical Journal*, 344.

Höhn, T. D. (2011). *Wissenschafts-PR. Eine Studie zur Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen*. UVK.

Dubben, H. H. & Beck-Bornholdt, H. P. (2006). *Der Hund, der Eier legt: Erkennen von Fehlinformation durch Querdenken*. Rowohlt.

Institutionen, Gruppen und Verbände:

Forum Wissenschaftskommunikation

Informationsdienst Wissenschaft e.V. (idw)

Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation gGmbH

scicommcollective.com

Science Media Center

TU Dortmund: „mediendoktor.de“ – laufende Aktualisierungen

wissenschaftskommunikation.de

Wissenschaftspressekonferenz e.V., geg. 1986

Dieses Werk steht unter der Creative Commons-Lizenz CC BY-ND 4.0.
Wir begrüßen es ausdrücklich, wenn Sie unsere Arbeit auf Ihre eigene Website stellen, verlinken, drucken oder anders verbreiten.

Herausgeberin: Die Junge Akademie
an der Berlin-Brandenburgischen Akademie
der Wissenschaften
und der Nationalen Akademie der
Wissenschaften Leopoldina
Jägerstraße 22/23
10117 Berlin
office@diejungeakademie.de
www.diejungeakademie.de

Wissenschaftliche Koordination:
Viola Priesemann
Gestaltung und Satz:
smithberlin.com und stephiebecker.com

Die Junge Akademie

an der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften
und der Nationalen Akademie der Wissenschaften Leopoldina

Die Junge Akademie wurde im Jahr 2000 als weltweit erste Akademie für herausragende junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ins Leben gerufen. Ihre Mitglieder stammen aus allen wissenschaftlichen Disziplinen sowie aus dem künstlerischen Bereich – sie loten Potenzial und Grenzen interdisziplinärer Arbeit in immer neuen Projekten aus, wollen Wissenschaft und Gesellschaft ins Gespräch miteinander und neue Impulse in die wissenschaftspolitische Diskussion bringen.

Die Junge Akademie wird gemeinsam von der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften (BBAW) und der Nationalen Akademie der Wissenschaften Leopoldina getragen. Sitz der Geschäftsstelle ist Berlin.

diejungeakademie.de