



LEITLINIEN Mit:
ZUR GUTEN Checkliste für Wissenschaftlerinnen
und Wissenschaftler und
Wissenschafts-PR-Verantwortliche
WISSENSCHAFTS-PR

Wissenschaft im Dialog (WiD) setzt sich als gemeinnützige Organisation für die Diskussion und den Austausch über Forschung in Deutschland ein. *WiD* organisiert Diskussionsveranstaltungen, Ausstellungen oder Wettbewerbe und entwickelt neue Formate der Wissenschaftskommunikation.

Die »Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR« sind gemeinsam mit dem Bundesverband Hochschulkommunikation und aufbauend auf den Arbeiten des Siggenger Kreises von Vertretern aus Hochschulen, außeruniversitären Einrichtungen, Stiftungen und weiteren Institutionen erarbeitet worden.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Hype, Übertreibung oder die falsche Interpretation von Studienergebnissen sind in der Wissenschaftskommunikation keine seltenen Ausnahmen mehr. Ob in der Wissenschafts-PR, im Journalismus oder in der Wissenschaft selbst: Zeitdruck und ein gestiegener Wettbewerb begünstigen bisweilen den problematischen Umgang mit Informationen.

Was sich leicht als ein Phänomen unserer Zeit abtun ließe – in anderen gesellschaftlichen Bereichen beobachten wir ähnliche Entwicklungen – erscheint in der Wissenschaft besonders schwerwiegend.

Unsere Verantwortung bei der Vermittlung von Wissenschaft ist deshalb besonders groß. Ein Arbeitskreis – organisiert von *Wissenschaft im Dialog* und dem Bundesverband Hochschulkommunikation – hat deshalb »Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR« erarbeitet. Sie sollen helfen, die Qualität der Wissenschaftskommunikation zu sichern.

In diesem Heft sind die Leitlinien sowie eine Checkliste zusammengefasst. Wir hoffen, dass das Regelwerk hilfreich ist und wünschen viel Erfolg bei der Wissenschafts-PR!



Markus Weißkopf
Wissenschaft im Dialog



Dr. Elisabeth Hoffmann
Bundesverband Hochschulkommunikation

Leitlinien* zur guten Wissenschafts-PR

Präambel

Wissenschaft prägt weite Bereiche des privaten und gesellschaftlichen Lebens. Sie ist Grundlage für politische, wirtschaftliche und persönliche Entwicklungen und Entscheidungen. In Form von neuen Erkenntnissen, von Technologien, Verfahren und Denkanstößen verändert Wissenschaft die Gesellschaft. Dabei überprüft sie systematisch auch die eigenen Ergebnisse, Methoden und Prämissen. Wissenschaft spezialisiert sich und wird stetig komplexer. Es wird damit für viele Menschen schwieriger, Chancen und Risiken abzuwägen und mögliche Konflikte zu erkennen.

Während sich manche Bürgerinnen und Bürger von diesem Prozess abgekoppelt fühlen, entwickeln andere ein neues, kritisches Bewusstsein gegenüber der Wissenschaft. Immer mehr Menschen sehen sich nicht nur als Nutzer oder Rezipienten, sondern als Akteurinnen und Akteure. Sie wollen Einfluss nehmen. Die sozialen Medien bieten ihnen dazu effektive Instrumente. Ob in Blogs, Diskussionsforen, Bürgerinitiativen oder Citizen-Science-Projekten. Sie bieten auch eine Vielzahl von Informationsquellen und einander teilweise widersprechende Ergebnisse und Schlussfolgerungen.

Bürgerinnen und Bürger können Wissenschaft befördern und verhindern, Vertrauen bilden oder entziehen. Damit kommt verlässlichen Informationen von und über Wissenschaft eine immer größere Bedeutung zu. Entsprechend groß ist die Verantwortung der vielfältigen Akteurinnen und Akteure, die Wissenschaft kommunizieren. Die Rahmenbedingungen haben sich nicht nur durch die innerwissenschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen verändert. Der Journalismus verliert aufgrund schwindender Ressourcen die Möglichkeit, die Verlässlichkeit von Informationen kritisch zu überprüfen. Gleichzeitig hat Wissenschafts-PR immer mehr Möglichkeiten, über das Internet und soziale Medien, in Veranstaltungen oder Ausstellungen direkt die Bürgerinnen und Bürger zu erreichen. Damit wachsen die Ansprüche an die Verständlichkeit und Qualität der bereitgestellten Informationen und Dienstleistungen.

Diese Umwälzungen erfordern eine Überprüfung bzw. Neugestaltung der aktuellen Praxis der Wissenschaftskommunikation. Die folgenden Leitlinien sollen dem Rechnung tragen.

* **DIE LEITLINIEN** beziehen sich auf die in der institutionellen Wissenschaftskommunikation tätigen Akteurinnen und Akteure. Wissenschafts-PR ist ein Teil der vielfältigen Austauschprozesse in der institutionellen Wissenschaftskommunikation. Unter Public Relations verstehen wir die bewusste Gestaltung der Kommunikationsprozesse von Institutionen mit ihren internen und externen Dialoggruppen. Wissenschafts-PR spricht für Wissenschaft und zugleich für die sie beauftragende Einrichtung.

Gute Wissenschafts-PR

- stärkt das Bewusstsein und den Respekt für die Positionen aller Beteiligten. Sie öffnet den Blick für die Wissenschaft in ihren unterschiedlichen Disziplinen und stärkt das Verständnis für die Arbeitsweise und die Perspektiven der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler.
- nimmt zugleich die Fragen, Bedürfnisse und Stimmungen, gegebenenfalls auch die Ängste und Vorbehalte der Bürgerinnen und Bürger wahr und trägt sie in die Wissenschaft und ihre Entscheidungsgremien. Sie unterstützt und fördert den Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft.
- wirkt darauf hin, dass die Fragen und Bedürfnisse von Journalistinnen und Journalisten im eigenen Hause verstanden werden. Sie ermutigt Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zur Offenheit gegenüber Medienvertreterinnen und -vertretern.
- wirkt darauf hin, aus der Fülle der Informationen diejenigen herauszuarbeiten, die relevant für die Gesellschaft sind. Dies erfolgt nicht allein aufgrund von Eigeninteressen.
- arbeitet faktentreu. Sie übertreibt nicht in der Darstellung der Forschungserfolge und verharmlost oder verschweigt keine Risiken. Sie vermeidet eine Darstellung, die unbegründete Befürchtungen oder Hoffnungen weckt. Sie stellt den Forschungsprozess offen dar und bietet wenn möglich freien Zugang zu den wissenschaftlichen Quellen. Gute Wissenschafts-PR unterstützt und organisiert den Dialog über Chancen und Risiken von wissenschaftlichen Methoden und Ergebnissen.

- ⋮ macht Grenzen der Aussagen und Methoden von Forschung sichtbar. Sie schätzt ein, welche Bedeutung die Informationen für Wissenschaft und Gesellschaft haben, und ordnet sie in den aktuellen Forschungsstand nach Maßgabe der wissenschaftlichen Redlichkeit ein. Die Wissenschafts-PR benennt Quellen und Ansprechpartner. Sie macht Interessen und finanzielle Abhängigkeiten transparent. Sie fordert diese Informationen von der Wissenschaft ein.
- ⋮ fördert, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler selbst über sich, ihre Motivation und ihre Arbeit sprechen. Das Interesse der Bürgerinnen und Bürger geht über Fakten und Informationen hinaus und richtet sich auch auf die wissenschaftliche Arbeit als Prozess und die handelnden Personen.
- ⋮ achtet darauf, dass Informationen zielgruppengerecht aufbereitet und verbreitet werden. Sie nutzt die dafür jeweils geeigneten Instrumente und Kanäle und verwendet eine verständliche Sprache.
- ⋮ ist selbstreflexiv und selbstkritisch. Sie arbeitet wertegeleitet* und strategisch und definiert Maßstäbe für die Qualität ihrer Arbeit, ihrer Abläufe und Ergebnisse. Sie überprüft die Wirksamkeit ihrer Arbeit und vermeidet unnötige und unwirksame Maßnahmen. Sie macht ihre Rolle und Arbeitsweise transparent.
- ⋮ ist offen für gesellschaftliche Veränderungen und passt ihre Ziele, Strategien und Maßnahmen auf der Basis ihrer Werte kontinuierlich an. Sie sucht dazu den Austausch und die Kooperation mit den anderen Akteurinnen und Akteuren im Bereich der Wissenschaftskommunikation. Sie nutzt den nationalen und internationalen Diskurs über Praxis und Forschung in der Wissenschafts-PR für ihre Arbeit. Sie fördert den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen Institutionen und den Dialog mit allen Beteiligten.

*GRUNDLEGENDE WERTE
DER WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

- ⋮ Nutzen für die Gesellschaft
- ⋮ Transparenz
- ⋮ Offenheit der Wissenschaft für den aktiven Dialog mit der Gesellschaft
- ⋮ Selbstkritik und Veränderungsbereitschaft
- ⋮ Unabhängigkeit
- ⋮ Kooperationsbereitschaft aller Akteure
- ⋮ die Prinzipien der guten wissenschaftlichen Praxis

Checkliste

für Wissenschaftlerinnen und
Wissenschaftler und
Wissenschafts-PR-Verantwortliche

Gute Wissenschafts-PR, zum Beispiel im Rahmen von Medieninformationen, Ausstellungen und Veranstaltungen über neue Forschungsthemen, wird im Dialog zwischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie PR-Verantwortlichen vorbereitet. Die folgenden Stichpunkte und Fragen sollen bei dieser Vorbereitung unterstützen. Sie sollen helfen, den Teil der Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR, der die Zusammenarbeit zwischen diesen Partnern betrifft, in die Praxis umzusetzen.

Die Entscheidung, welche Informationen in welchem Umfang veröffentlicht werden, obliegt letztlich den beteiligten Partnern. Die Checkliste antizipiert Fragen, die Journalistinnen und Journalisten oder informierte Bürgerinnen und Bürger stellen können.

Faktenbasis zur Relevanz bzw. Reichweite und zur Einordnung in den aktuellen Forschungsstand:

- Bitte erläutern Sie die zentralen Ergebnisse der Forschungsarbeit/Studie. Wenn möglich, drücken Sie bitte Ihre Ergebnisse in konkreten Zahlen aus, sowohl in relativen als auch absoluten Angaben (nicht nur Prozentzahlen, auch reale Häufigkeiten, wenn möglich).
- Was genau ist einzigartig an dem Thema bzw. Ergebnis?
- Wie neu/aktuell ist das Thema insgesamt?
- Gibt es andere Arbeitsgruppen, die sich mit dem Thema befassen, und wie sind deren Ergebnisse einzuordnen?
- Gibt es eventuell mögliche Widersprüche oder Kritik in bzw. an den Aussagen?

Transparenz der Methodik

- Bitte erläutern Sie das Studiendesign. (Es reicht zum Beispiel in der Regel nicht aus, zu erklären, dass es sich um eine repräsentative oder nicht repräsentative Studie handelt. Werden ggf. auch die Grenzen der Methodik angemessen thematisiert?)
- Stichwort »Open data«: Sind die Rohdaten strukturiert und maschinenlesbar, zusammen mit Skripten, welche die graphische Darstellung anhand der Daten reproduzierbar erzeugen, zugänglich?
- Stichwort Tierversuche: Sind im Rahmen der Studie/des Forschungsprojektes Versuchstiere zum Einsatz gekommen?
- Wenn ja, welche, wie viele und wie?

Finanzierung

- Gibt es eine externe Finanzierung?
- Wenn ja: Wer finanziert das Projekt?
- Bitte nennen Sie die Förderer ggf. einzeln sowie die jeweilige Höhe und Dauer der Förderung.
- Gibt es industrielle/private Förderer?
- Ist die Förderung an Bedingungen gebunden? Wenn ja, an welche Bedingungen?

Kooperationspartner und mögliche Interessenkonflikte

- Gibt es Kooperationspartner?
- Wenn ja: Welche? (Bitte zählen Sie die Kooperationspartner auf und erläutern Sie diese gegebenenfalls.)
- Sind dies industrielle/private Partner?
- Gibt oder gab es eine Beteiligung oder andere Beziehungen von Mitgliedern der Arbeitsgruppe zu einem oder mehreren der Förderer/ Partner, die Interessenskonflikte bergen könnten?
- Erwachsen finanzielle Vorteile durch die Forschungsergebnisse, etwa durch vorhandene Patente etc.?

Kommunikation des Themas, Erwartungen und Ziele

- Haben Sie besondere Erwartungen an die Kommunikation Ihres Themas? Wen und was genau möchten Sie mit der Veröffentlichung des Themas erreichen?
- Gibt es Vereinbarungen mit Förderern und/oder Partnern bezüglich der Kommunikation des Themas?
- Wenn ja, welche?
- Muss die Presseinformation vor Veröffentlichung mit Dritten abgestimmt werden? (Bitte beachten Sie, dass dies einen längeren Vorlauf erfordert und ergänzen Sie die Kontaktdaten der Ansprechpartner.)
- Über wen soll die Abstimmung erfolgen?

Transparenz der Quellen

- Journalistinnen und Journalisten benötigen für ihre Recherche einen Zugang zu den Quellen und den Kontakt zu den Ansprechpartnern. Die Kommunikation sollte daher möglichst die Quellen so unkompliziert wie möglich zugänglich machen und die direkten Kontakte für Rückfragen ermöglichen.
- Bitte nennen Sie die Quellenangaben zur Publikation, möglichst mit Link zum Download, oder schicken sie den PR-Verantwortlichen, falls dies nicht möglich ist, die Publikation zur Weitergabe an Journalistinnen und Journalisten.
- Bitte geben Sie die Kontaktdaten, Informationen zur Erreichbarkeit inkl. der Webseite der Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen an.
- Private Kontaktdaten sollten nicht veröffentlicht werden, die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aber für die PR-Verantwortlichen – auch mobil – erreichbar sein.

Weitere Themen, je nach Kontext bzw. Fachdisziplin, Anwendungsmöglichkeiten und ihre Folgen

- Wie realistisch sind die (positiven oder negativen) Anwendungsmöglichkeiten und Auswirkungen?
- Gibt es weitere erwähnenswerte Auswirkungen, die in der Veröffentlichung nicht genannt werden?
- Gibt es Ihnen bekannte Risiken/schädliche Folgen in der Anwendung ihres Forschungsergebnisses?
- Gibt es Alternativen zu der vorgeschlagenen Intervention/Maßnahme (die welche Vorteile/Nachteile haben)?
- Gibt es weitere Bemerkungen zur Einschätzung des Themas?

Kosten

- Sind die Anwendungsmöglichkeiten mit Kosten verbunden?
- Wenn ja: Wie hoch sind die Kosten? Wer trägt die Kosten?

Impressum

Herausgeber:

Wissenschaft im Dialog gGmbH
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Charlottenstraße 80
10117 Berlin
Telefon +49 30 2062295-0
www.wissenschaft-im-dialog.de

Gestaltung/Satz:

but-design.de

© Berlin 2016

wissenschaft • im dialog



BUNDESVERBAND
HOCHSCHULKOMMUNIKATION