

# Wissenschaftskommunikation an der HTW Berlin

---

Ein Positionspapier, Februar 2020

Stefanie Molthagen-Schnöring, Vizepräsidentin für Forschung und Transfer

## **„Wir wünschen uns, dass Wissenschaftskommunikation Teil des wissenschaftlichen Selbstverständnisses von Forscher\_innen wird.“**

Dieses Papier skizziert anhand von sieben Leitsätzen das grundlegende Verständnis, das die Wissenschaftskommunikation an der HTW Berlin leitet. Es will damit einen Orientierungsrahmen für Wissenschaftler\_innen an der Hochschule schaffen und verpflichtet die Organisation, Aktivitäten in diesem Bereich zu fördern und zu unterstützen. Basis sind diverse Stellungnahmen, Expertisen und Handlungsempfehlungen aus der Wissenschaftskommunikations-Community, auf die im Anhang verwiesen wird. Zudem enthält das Papier exemplarische Maßnahmen, die in den nächsten Jahren umgesetzt werden sollen.

1. *Die Wissenschaftskommunikation der HTW Berlin greift relevante Fragestellungen auf, schafft Zukunftsperspektiven, befördert die Neugierde am Wissenschaftsgeschehen, stärkt die Wissenschaftsmündigkeit und macht Spaß.*

Unter Wissenschaftskommunikation verstehen wir die allgemeinverständliche Kommunikation und Vermittlung von wissenschaftlichen Themen an Zielgruppen außerhalb des Hochschulsystems. Dabei ist dieses Selbstverständnis geprägt von einem dialogorientierten Charakter. Gute Wissenschaftskommunikation ist in der Sache fundiert und vermittelt zielgruppenorientiert gesellschaftlich relevante Forschungsergebnisse, die zu einem besseren Verständnis, zu mehr Orientierung und schließlich auch zu einer selbstkritischen Reflexion des eigenen Handelns führen. Unterschiedlichste Formate ermöglichen die Einbindung verschiedener gesellschaftlicher Gruppen sowie die allgemeinverständliche Vermittlung von Wissen und Erkenntnissen und wecken Neugierde. Nicht zuletzt motivieren neue Formate nicht nur zum Austausch zwischen unserem Wissenschaftsbetrieb und der Umwelt, sie machen auch allen Beteiligten Spaß.

2. *Wissenschaftskommunikation an der HTW Berlin schafft Vertrauen in die Wissenschaft und stärkt die Demokratiefähigkeit der Gesellschaft sowie das Vertrauen in Technologie und Technik.*

Gute Wissenschaftskommunikation präsentiert nicht nur Fakten und Erkenntnisse, sondern vermittelt den Prozess der Wissensproduktion und stellt die Ergebnisse im Kontext dar. Sie macht die Dynamik des wissenschaftlichen Denkens erfahrbar und baut Missverständnisse über die Möglichkeiten und Grenzen von Wissenschaft und Technik ab. Insbesondere in Zeiten, in denen sich viele Menschen nach Komplexitätsreduktion sehnen, um sich leichter orientieren zu können, muss unsere Kommunikation offenlegen, dass Wissenschaft Unsicherheit, Komplexität und Kritik

produziert. Denn hier zeigt sich ihre entscheidende Stärke: Heute generiertes Wissen kann stets nur als vorläufig betrachtet, muss immer hinterfragt und ggf. revidiert werden. Ebenso sind technische Innovationen immer vorläufig und können schnell durch eine nächstbessere Version abgelöst werden. Nur durch diese Offenlegung und Auseinandersetzung kann Wissenschaft das Vertrauen der Bürger\_innen langfristig sichern oder gewinnen. Dieser Aushandlungsprozess setzt einen steten, offenen Austausch und die Bereitschaft aller Akteur\_innen voraus. Da im Miteinander mit der außerwissenschaftlichen Praxis oftmals unterschiedliche Interessen aufeinandertreffen, ist es unsere Aufgabe, diese Spannungen sichtbar und nachvollziehbar zu machen. Gelingt dies, wird sowohl ein Beitrag zur Demokratiefähigkeit der Gesellschaft geleistet als auch zu einer realistischen Einschätzung, was Technik leisten kann.

3. *Gute Wissenschaftskommunikation reflektiert permanent ihre eigenen Ziele und Methoden und setzt neue Qualitätsstandards durch bessere Evaluationen und Wirkungsmessung.*

Um das Vertrauen in Forschung und Wissenschaft auf- und auszubauen, ist neben der Qualität von Wissenschaftskommunikation eine bessere Evaluation und Wirkungsmessung entscheidend. Eine der großen Herausforderungen wird es daher sein, die gesellschaftlichen Entwicklungen in die permanente Erneuerung eines Verständnisses von Wissenschaftskommunikation einfließen zu lassen.

Dafür bedarf es auch der Befähigung der Wissenschaftler\_innen, die in Lehr-, Transfer- und Forschungsprojekten kommunikativ tätig sind. An der HTW Berlin sollen dafür Coaching- und Weiterbildungsangebote geschaffen werden und Wissenschaftskommunikation wo möglich auch in die Lehre, z. B. im Studiengang Wirtschaftskommunikation, integriert werden. Ein Beirat Wissenschaftskommunikation wird die strategische Ausrichtung zudem selbstkritisch und dauerhaft evaluieren.

4. *Nur als integraler Bestandteil von Lehre, Forschung und Transfer kann Wissenschaftskommunikation ihre volle Wirkung entfalten.*

Nur wenn Wissenschaftskommunikation in der gesamten Hochschule als integraler Bestandteil verankert ist und von der Leitung mitgedacht und gefördert wird, kann sie erfolgreich sein. Dieser Kulturwandel erfordert ein Verständnis der Bedeutung von Wissenschaftskommunikation, die Bereitschaft zur Offenheit gegenüber der kritischen Öffentlichkeit und den Willen zum dialogorientierten Austausch. Zugleich sind verbesserte Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für die Forscher\_innen der HTW Berlin sowie neue Anreiz- und Anerkennungssysteme für Wissenschaftskommunikation zu etablieren.

Hierbei ist es notwendig, dass Wissenschaftskommunikation grundsätzlich in Forschungsförderrichtlinien integriert wird und wir Unterstützungsstrukturen für das einschlägige Engagement der Wissenschaftler\_innen schaffen. So werden u. a. im Rahmen der EU-fit-Strategie der HTW Berlin Antragshilfen für Communication, Dissemination und Impact erarbeitet. Zudem werden die Wissenschaftler\_innen zukünftig durch eine Toolbox Wissenschaftskommunikation bei der Ideenfindung neuer Formate in Lehre und Forschung unterstützt.

Ab 2020 bieten wir ein individuelles Coaching im Bereich Projekt- und Transferkommunikation für die Wissenschaftler\_innen an. Zudem steht ab 2021 allen Hochschulmitgliedern ein Angebot an Weiterbildungen rund um Selbstpräsentation, Entwicklung eines guten Schreibstils, Umgang mit Online-Medien, Datenschutz oder Grundlagen der Forschungs- und Transferkommunikation zur Verfügung.

Nur durch einen integralen Ansatz, die konsequente Unterstützung in der gesamten Hochschule sowie die Anerkennung von Leistungen im Bereich der Wissenschaftskommunikation wird diese perspektivisch Teil des wissenschaftlichen Selbstverständnisses der Forscher\_innen und Studierenden.

5. *Die Wissenschaftskommunikation der HTW Berlin verfolgt einen konsequent inklusiven Ansatz.*

Wissenschaftskommunikation an der HTW Berlin berücksichtigt nicht nur, dass alle sozialen Gruppen beteiligt und insbesondere auch die Interessen wenig repräsentierter Gruppen einbezogen werden, sondern dass die Diversität der Mitarbeiter\_innen und Forscher\_innen genauso abgebildet wird wie die thematische Breite von wissenschaftlichen Erkenntnissen. Die Kommunikationsinteressen der HTW Berlin dürfen nicht zur Diskriminierung wissenschaftlicher Themen beitragen, die gerade weniger oder gar nicht auf öffentliches Interesse stoßen. Zudem sind stets auch Querschnittsaspekte der Forschung, wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung oder Diversität, in der Kommunikation sichtbar zu machen. Uns ist bewusst, dass unsere Wissenschaftskommunikation nicht nur fachliche Erkenntnisse und Prozesse der Forschung, sondern auch Eindrücke und Werte vermittelt, die wir stets hinterfragen und weiterentwickeln. So ist es unser Ziel, die Sichtbarkeit von Forscherinnen sowie diversen Wissenschaftler\_innen und Vorbildern zu erhöhen und damit Menschen mit vielfältigen Hintergründen einzubinden und zu inspirieren. Wir verstehen Vielfalt und Diversität als Auftrag an uns selbst und möchten Personen außerhalb des Wissenschaftssystems motivieren, Vorbilder an der HTW Berlin zu finden, an gesellschaftlichen Debatten teilzunehmen sowie eigene Positionen und Wünsche einzubringen.

6. *Wissenschaftskommunikation an der HTW Berlin spricht eine breite Öffentlichkeit an, fördert das zivilgesellschaftliche Engagement und erschließt neue Zielgruppen durch vielfältige Formate, adressatengerechte Sprache und räumliche Offenheit.*

Die Kommunikation der Hochschule richtet sich an Akteur\_innen aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft sowie die Öffentlichkeit. In diesem Kontext erweitert die HTW Berlin ihr Portfolio der Kommunikationswege adressatengerecht und fördert den multidirektionalen Austausch durch crossmediale und niedrigschwellige Kommunikationsformate mit allen Partner\_innen. Besonders wichtig ist es der Hochschule, Kinder und Jugendliche zu erreichen, z. B. durch Schülerlabore und andere Veranstaltungen. Die Hochschule sieht ihre Aufgabe darin, allen Menschen die Relevanz von Wissenschaft und Forschung näherzubringen, um nicht eine Spaltung der Bevölkerung zwischen wissenschaftsaffinen und wissenschaftsskeptischen Menschen zu befördern. Sie motiviert zum zivilgesellschaftlichen Engagement u. a. durch neue Citizen-Science-Projekte und macht sich dabei stets Teilhabestrukturen und „Participation Inequality“ bewusst. Ein besonderes Anliegen der HTW Berlin ist es, zum Gelingen von Wissenschaftskommunikation beizutragen, indem relevante Themen und Anknüpfungspunkte definiert und gemeinsam

bearbeitet werden. Durch den dialogischen Austausch sollen Interessen und Lebensumstände, insbesondere des nahen Umfeldes, erkannt und ins Wissenschaftssystem integriert werden. Dabei erschließt sich die Hochschule auch neue Örtlichkeiten außerhalb der Hochschule, um Hemmschwellen abzubauen.

- 7. Innovative Formate, eine technik-positive Einstellung und Chancen zum Ausprobieren prägen das Verständnis von Wissenschaftskommunikation an der HTW Berlin, machen Spaß und beziehen alle Anspruchsgruppen ein.*

An der HTW Berlin fließen soziale und mobile Medien sowie technische Innovationen in die Formate der Wissenschaftskommunikation ein. Gleichzeitig ermöglicht eine konsequente Verfolgung der Open Access Policy an unserer Hochschule einfache Zugangsmöglichkeiten zu Forschung und Wissenschaft sowie neue Formen eines diskursiven Austausches mit der Öffentlichkeit. Komplexe und qualitative Inhalte sollen auf anschauliche, alltagsrelevante und zielgruppenspezifische Aspekte überprüft und angepasst werden, ohne dabei auf Fakten, Argumente und Belege zu verzichten.

Wissenschaftskommunikation ist Angelegenheit der Forschenden. Die Hochschulleitung kann allerdings unterstützen, Anreize setzen und Impulse geben. Als solche verstehen sich die im Folgenden skizzierten exemplarischen Maßnahmen, die im Bereich der Vizepräsidentin für Forschung und Transfer in den nächsten Jahren unter anderen umgesetzt werden sollen.

**Spree Talk:** In kurzen, informativen Impulsvorträgen und einer Talkrunde werden Inhalte aus dem Forschungsspektrum der HTW Berlin vermittelt. Die Veranstaltung richtet sich an Partner\_innen aus dem unmittelbaren lokalen Umfeld (KMU, Regionalmanagement, Politik), aber auch und gerade an Bewohner\_innen aus Oberschöne-weide.

**Kiez Nerds (in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Steffen Kolb):** In Kneipen und Cafés in Oberschöne-weide und Lichtenberg berichten Wissenschaftler\_innen anschaulich über ihre Forschung und was diese für die Menschen bedeutet.

**Beirat Wissenschaftskommunikation:** In der Wissenschaftskommunikation aktive Professor\_innen und externe Expert\_innen beraten die Hochschulleitung.

**Espresso Lectures:** Wissenschaftler\_innen kommen zu kurzen Impulsvorträgen direkt ins Unternehmen, z. B. in der Frühstücks- oder Mittagspause. Die Themen spiegeln die Herausforderungen wider, vor denen Unternehmen stehen (Digitalisierung, New Work...).

**Antragshilfe Communication:** Im Rahmen des EU-Strategie-Prozesses werden Antragshilfen erstellt, u. a. für den Bereich Communication. Wissenschaftler\_innen finden hier die relevanten Leitfragen, die sie in Bezug auf Wissenschaftskommunikation in EU-Anträgen und zunehmend auch in nationalen Förderanträgen beantworten müssen.

**Toolbox Wissenschaftskommunikation:** Ein Methoden-koffer mit gängigen und innovativen Maßnahmen der Wissenschaftskommunikation soll als Inspiration für Forscher\_innen dienen.

## Anhang

Allianz der Wissenschafts-Organisationen (2019). Abschlussmemorandum der Kampagne *Freiheit ist unser System* der Allianz der Wissenschaftsorganisationen. Zehn Thesen zur Wissenschaftsfreiheit. Online abgerufen unter: [https://www.humboldt-foundation.de/pls/web/docs/text\\_id\\_64033378/F950481439/Memorandum\\_Wissenschaftsfreiheit\\_Allianz.pdf](https://www.humboldt-foundation.de/pls/web/docs/text_id_64033378/F950481439/Memorandum_Wissenschaftsfreiheit_Allianz.pdf)

Alt, Peter-André (10.05.2019). Vertrauen schaffen. Über Wissenschaft reden. *Berliner Zeitung*. Online abgerufen unter: <https://archiv.berliner-zeitung.de/politik/meinung/kolumnen/vertrauen-schaffen-ueber-wissenschaft-reden-32519076>

Barnbeck, Johanna; Schrögel, Philipp (11.06.2019). Gleichberechtigt ist das neue Normal. *Wissenschaftskommunikation.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/gleichberechtigt-ist-das-neue-normal-27101/>

Behlau, Malte (02.08.2019). mikromal – 10 Jahre Öffentlichkeitsarbeit am SFB 747. *Wissenschaftskommunikation.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/mikromal-10-jahre-oeffentlichkeitsarbeit-am-sfb-747-27577/>

Deutscher Bundestag (2019). Wissenschaft im Dialog mit Gesellschaft – Aktivitäten und Vorhaben der Bundesregierung im Bereich Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsjournalismus. Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Anna Christmann, Kai Gehring, Harald Ebner, weiterer Abgeordneter und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN – Drucksache 19/8136. *Drucksache 19/9355*. Online abgerufen unter: <https://kleineanfragen.de/bundestag/19/9355>

Deutsche Gesellschaft für Soziologie u.a. (2019). Gemeinsame Stellungnahme geistes-, kultur- und sozialwissenschaftlicher Fachgesellschaften zur Ankündigung der Bundesministerin für Bildung und Forschung, die Wissenschaftskommunikation in Deutschland zu stärken. Online abgerufen unter: [https://www.dgps.de/uploads/media/Stellungnahme\\_der\\_Fachgesellschaften\\_zur\\_Wissenschaftskommunikation\\_20191206.pdf](https://www.dgps.de/uploads/media/Stellungnahme_der_Fachgesellschaften_zur_Wissenschaftskommunikation_20191206.pdf)

Fecher, Benedikt; Kobsda, Christian (26.08.2019). In 5 Schritten zur gut geplanten Kommunikationsaktivität. *Wissenschaftskommunikation.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/in-5-schritten-zur-gut-geplanten-kommunikationsaktivitaet-29367/>

Flatten, Marcus (16.12.2019). Peer-to-Peer: Wie erreichen wir „diese jungen Leute“? *Wissenschaftskommunikation.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/peer-to-peer-wie-erreichen-wir-diese-jungen-leute-32751/>

- Füchslin, Tobias; Schäfer, Mike S. (20.08.2019). Das Potenzial der Bürgerwissenschaft. *Wissenschaftskommunikation.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/das-potenzial-der-buergerwissenschaft-29095/>
- Krull, Wilhelm (11.12.2019). Der Kampf um Drittmittel schadet der wissenschaftlichen Kreativität. *Volkswagenstiftung.de*. Online abgerufen unter: <https://www.volkswagenstiftung.de/aktuelles-presse/aktuelles/der-kampf-um-drittmittel-schadet-der-wissenschaftlichen-kreativit%C3%A4t-%C2%A0>
- Menhart, Dorothee; Siegel, Michael (02.12.2019). Wert und Werte des Wissenschaftsjournalismus. *Wissenschaftskommunikation.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/wert-und-werte-des-wissenschaftsjournalismus-33601/>
- Piorkowski, Christoph David (18.06.2019). Sozialwissenschaft goes Sonnenallee. *Der Tagesspiegel*. Online abgerufen unter: <https://www.tagesspiegel.de/wissen/50-jahre-wzb-sozialwissenschaft-goes-sonnenallee/24465134.html>
- Retzbach, Joachim (31.01.2020). Objektiv, sachlich, neutral – was dürfen Hochschulen im Netz wie kommunizieren? *Wissenschaftskommunikation.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/objektiv-sachlich-neutral-was-duerfen-hochschulen-im-netz-wie-kommunizieren-35401/>
- Römer, Jörg (07.07.2019). Herr Falcke erklärt das Unvorstellbare. Wenn Wissenschaftler mit Laien sprechen. *Spiegel Online*. Online abgerufen unter: <https://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/wissenschaftskommunikation-wie-man-schwarze-loecher-erklaert-a-1273635.html>
- Rossmann, Ernst Dieter (07.04.2019). Wie Wissenschaft besser kommuniziert werden kann. *Der Tagesspiegel*. Online abgerufen unter: <https://www.tagesspiegel.de/wissen/wissenschaft-und-oeffentlichkeit-wie-wissenschaft-besser-kommuniziert-werden-kann/24191686.html>
- Weißkopf, Markus (14.11.2019). Grundsätzlich richtig und wichtig. *Wissenschaft-im-Dialog.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/blog/blogartikel/beitrag/grundsaeztzlich-richtig-und-wichtig/>
- Winkels, Rebecca (14.01.2020). Das Ende der Evolution? Interview mit Matthias Glaubrecht. *Wissenschaftskommunikation.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/das-ende-der-evolution-34815/>
- Winkels, Rebecca (19.12.2019). Stärkung der Wissenschaftskommunikation ist Thema im Bundestag. Interview mit Ernst Dieter Rossmann. *Wissenschaftskommunikation.de*. Online abgerufen unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/staerkung-der-wissenschaftskommunikation-ist-thema-im-bundestag-34655/>

Zöllner, E. Jürgen (2019). Die Verantwortung der Wissenschaft. In: v. Hinsch, Wilfried; Eggers, Daniel (Hrsg.), *Öffentliche Vernunft? Die Wissenschaft in der Demokratie*. (S. 11-20). Berlin, Boston: De Gruyter. Online abgerufen unter:

<https://www.degruyter.com/view/books/9783110614244/9783110614244-003/9783110614244-003.xml>