

Johannes Schnurr
Alexander Mäder *Hrsg.*

Wissenschaft und Gesellschaft: Ein vertrauensvoller Dialog. Positionen und Perspektiven der Wissenschafts- kommunikation heute

SACHBUCH

OPEN

 Springer

Wissenschaft und Gesellschaft:
Ein vertrauensvoller Dialog

**Daimler und
Benz** Stiftung

 **Körber
Stiftung**

STIFTUNG
MERCATOR

 **VolkswagenStiftung**

Johannes Schnurr · Alexander Mäder
(Hrsg.)

Wissenschaft und Gesellschaft: Ein vertrauensvoller Dialog

Positionen und Perspektiven der
Wissenschaftskommunikation heute

OPEN

 Springer

Hrsg.
Johannes Schnurr
Ladenburg, Deutschland

Alexander Mäder
Stuttgart, Deutschland

Die vorliegende Publikation wurde mit Mitteln der Daimler und Benz Stiftung, der Körber-Stiftung, der VolkswagenStiftung sowie der Stiftung Mercator gefördert und ist initiiert vom Arbeitskreis „Wissenschaft und Forschung“ des Bundesverbands Deutscher Stiftungen.



ISBN 978-3-662-59465-0 ISBN 978-3-662-59466-7 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-662-59466-7>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en) 2020. Dieses Buch ist eine Open-Access-Publikation.

Open Access Dieses Buch wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Buch enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Frank Wigger und Sarah Koch

Springer ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer-Verlag GmbH, DE und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

Vorwort der Herausgeber

Die öffentliche Wahrnehmung des Werts und der Bedeutung von Wissenschaft und Forschung verändert sich. Innerhalb eines sehr kurzen Zeitraums – wir sprechen von drei, allenfalls vier Jahren – wurde in unserer Gesellschaft ein Umschwung sichtbar, dessen Dynamik weit über die Veränderungen der letzten Dekaden hinausreicht. Es handelt sich um eine Krise der Glaubwürdigkeit, um einen immer deutlicher erkennbaren Ansehensverlust. Dieser Ansehensverlust hat seine Wurzeln nicht in kritischen bis polemischen Debatten innerhalb einzelner Disziplinen und er gründet nicht in legitim argumentierten Vorbehalten gegenüber Risikotechnologien. Er lässt sich nicht auf Schnellschuss-Publikationen oder mangelhaften Peer Review von öffentlich geförderten Forschungsvorhaben zurückführen. Auch wenn manche Wissenschaftler gewiss selbst durch Fehlverhalten zu dieser Entwicklung beigetragen haben – Stichworte sind Plagiarismus, „Predatory Journals“, unlautere Co-Autorenschaften oder methodisch fehlerhaft angelegte beziehungsweise nicht reproduzierbare Studien –, so handelt es sich hierbei auch in der Summe um markante Randerscheinungen. Es geht um etwas anderes.

In Umfragen wie dem Wissenschaftsbarometer der Initiative Wissenschaft im Dialog wird die Skepsis sichtbar, und die Daten erlauben eine erste Annäherung an das Phänomen.¹ In der Befragung vom August 2018

¹Eine Übersicht der wichtigsten Ergebnisse und der Tabellenband mit allen Daten: <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2018/>.

gaben nur 13 % an, Wissenschaft und Forschung voll und ganz zu vertrauen. Weitere 41 % sprachen ebenfalls von Vertrauen, stufte es aber etwas geringer ein, und 39 % zeigten sich unentschieden. Die Öffentlichkeit ist in der Mehrheit wohlwollend, aber zurückhaltend. Dabei hat die Menschheit der Wissenschaft allenthalben gewaltige Fortschritte zu verdanken. Dank der modernen Medizin sank die Kindersterblichkeit enorm, Antibiotika haben unzählige Menschenleben gerettet, verheerende Seuchen wurden eingedämmt oder – wie im Falle der Pocken – gänzlich ausgerottet. Die Ingenieurwissenschaften führten zu einer unvergleichlichen Hebung des Lebensstandards, versorgten die Menschheit mit Energie, Wärme und neuartigen Transportmöglichkeiten, die Landwirtschaft erreichte ein solches Leistungsniveau, dass sich das Problem der Unterernährung in vielen Industrie- und Schwellenländern in eines des Überangebots kehrte.

Dennoch, trotz all dieser unmittelbar auf der Hand liegenden Fortschritte, werden wissenschaftliche Erkenntnisse nicht automatisch als ziemlich gesichertes Wissen anerkannt. Die Bürger begegnen der Wissenschaft mit Vorsicht: 66 % sagten im Wissenschaftsbarometer 2018 mehr oder weniger deutlich, dass Forscher zu stark von ihren Geldgebern abhängig seien, und nur 40 % bescheinigen ihnen, für das Wohl der Gesellschaft zu arbeiten. Zwar ist die Kooperation von Academia und Industrie politisch gewollt und wird damit begründet, dass die Forschung dadurch stärker auf wirtschaftlich verwertbares Wissen und damit auf die Verbesserung des Lebensstandards ausgerichtet ist. Doch die Öffentlichkeit hat offenbar Zweifel – und diese Zweifel sind zuletzt immer wieder in Ablehnung umgeschlagen.

Dieses Phänomen lässt sich empirisch kaum einfangen – irreführende Nachrichten und antielitäre Polemik gab es schon immer –, doch es bewegt die Gemüter. Der March for Science in den Jahren 2017 und 2018 sowie zahlreiche Tagungen und Debattenbeiträge setzten sich gegen den Trend zur Wehr, dass sogar das Argumentieren mit wissenschaftlichen Erkenntnissen aus der Mode kommt. Wenn dieser Eindruck stimmen sollte, würde das sowohl Wissenschaftler und Forschungseinrichtungen als auch die mit diesen Themen befassten Journalisten und Wissenschaftskommunikatoren vor erhebliche Probleme stellen. Hierbei werden nicht die tatsächlichen Kehrseiten des technologischen Fortschritts kritisiert: etwa Umweltverschmutzung und Klimawandel, die rasante Zunahme von Übergewicht oder der Verlust von Arbeitsplätzen. Vielmehr wird von prominenten Menschen das freihändige Zusammensetzen von Weltbildern salonfähig gemacht.

Bereits eine kurze Schlagwortsuche im Internet bietet heute jedermann zu nahezu jeder wissenschaftlichen Analyse eine – zumindest dem äußeren

Anschein nach – gegenläufige Einschätzung. Die Faktenlage kann daher so verzerrt wahrgenommen werden, dass sie zu den persönlichen politischen und kulturellen Grundeinstellungen passt; Psychologen und Politologen sprechen von „motivated reasoning“. Dan Kahan von der Yale Law School warnt sogar davor, dass gerade wissenschaftlich vorgebildete Menschen Informationen besonders gut in ihrem Sinn interpretieren können.² Und die Politik – viele blicken besorgt in die USA – gibt in einigen Staaten einen falschen Ton vor. Ein alarmierendes Beispiel unter vielen ist das Vorhaben der US-amerikanischen Umweltbehörde EPA, mit der angeblich „geheimen“ Wissenschaft Schluss zu machen: Entscheidungen sollen künftig nur noch mit Studien begründet werden, deren Datenbasis vollständig zugänglich ist.³ Medizinische Fachartikel, in denen Patientendaten nur anonymisiert oder aggregiert dargestellt werden, müssten dann von der Behörde ignoriert werden – ein aus Sicht der Initiatoren dieser Regelung willkommener Effekt. Im Juli 2018 forderten 69 Fachverbände die EPA auf, ihre Arbeit weiterhin auf die beste epidemiologische Forschung zu stützen und nicht allein auf diejenige mit frei zugänglichen Daten.⁴

Eine wichtige Frage lautet deshalb: Mit welchen Formaten kann es den Vertretern und Vermittlern der Wissenschaft trotz des Ansehensverlusts unter diesen Voraussetzungen gelingen, die Öffentlichkeit zu erreichen und ihr wissenschaftliche Erkenntnisse zu gesellschaftlich relevanten Fragen nahezubringen? An ihrem Engagement kann es nach 20 Jahren Investitionen in das Public Understanding of Science (PUSH) nicht liegen. Viele fordern schon eine Bewegung PUSH 2.0, die stärker auf Dialog setzt als auf Information.

Klar ist, dass ein unkritisches Vertrauen in die Wissenschaft mit dem Geist der Wissenschaft nicht zu vereinen wäre. Doch wie kann der qualitative Unterschied wissenschaftlich valider Aussagen gut kenntlich von primär werblichen oder anderweitig interessengeleiteten Aussagen erkennbar gemacht werden? Auf welche Weise wird es künftig möglich sein, die der Wissenschaft nicht mehr vertrauenden Menschen vom redlichen Bemühen der Forscher um Objektivität und ihrem Ringen um gesicherte Erkenntnisse zu überzeugen? Nicht zuletzt müssen sich die wissenschaftsfördernden

²Dan Kahan publiziert und kommentiert die Ergebnisse seiner Forschergruppe auf der Website <http://www.culturalcognition.net/>. Link zur Studie: <https://doi.org/10.1017/bpp.2016.2>.

³Stand Juli 2019: Das Vorhaben wird auch vom neuen EPA-Chef weiter verfolgt, aber die „secret science rule“ ist noch nicht in Kraft.

⁴Quelle: Bericht der American Association for the Advancement of Science: <https://www.aaas.org/news/scientific-medical-academic-groups-urge-epa-drop-transparency-rule>.

Stiftungen mit diesen Fragen eingehender beschäftigen, ist es doch ihre Aufgabe, sich für die Forschung und deren Ansehen in der Öffentlichkeit einzusetzen. Auf der einen Seite sind Universitäten immer stärker auf Drittmittel angewiesen, auf der anderen Seite vergeben Stiftungen immer mehr Forschungsstipendien und -preise und legen zunehmend neue Förderprojekte auf. Vor diesem Hintergrund gewinnen Stiftungen als Akteure zunehmend an Gewicht. Auch diese sukzessive Veränderung der Rollenverteilungen gilt es zu reflektieren, wenn von Wissenschaftskommunikation die Rede ist.

Im Februar 2018 traf sich in den Räumen der Hamburger Körber-Stiftung der Arbeitskreis „Wissenschaft und Forschung“ des Bundesverbands Deutscher Stiftungen. Dieser Arbeitskreis bietet wissenschaftsfördernden Stiftungen unabhängig von der Förderstrategie oder den zur Verfügung stehenden Vermögensmitteln ein Forum, auf dem sie sich zu aktuellen Fragen und Problemen hochschulpolitischer Entwicklungen oder konkreter Förderkonzepte austauschen.⁵ Unter dem Motto „Wissenschaft und Gesellschaft: Die Kunst der Vermittlung“ sprachen auf dieser Tagung nicht nur unterschiedliche Stiftungsvertreter, sondern auch freie Journalisten, Blogger, Redakteure von Fachzeitschriften und Vertreter von Fortbildungseinrichtungen, institutionell gebundene Öffentlichkeitsarbeiter und Wissenschaftskommunikatoren, aktive Forscher sowie Wissenschaftsmanager über die gegenwärtigen Veränderungen in ihrem Berufsfeld. Dabei gingen sie aus ihrer jeweiligen Perspektive verschiedenen Fragestellungen nach, etwa mit welchen Formaten eine breitere Öffentlichkeit noch erreicht werden könne, welchen Standards sich Stiftungen, Publizisten, Universitäten und Forschungseinrichtungen sowie deren Vertreter verpflichtet sehen, wo in der Sache gemeinsame Interessen bestehen könnten, wo aber auch Sichtweisen auf die eigene Positionierung und Zielsetzung unterschieden und getrennt werden müssen. Die vielfältigen und intensiven Diskussionen während sowie noch im Nachgang dieses Treffens gaben schließlich den Anstoß zur vorliegenden Publikation, da sie zeigten, dass hier ein grundlegender Klärungs- und ein aktueller Diskussionsbedarf bestehen.

Als Herausgeber vertreten wir die Überzeugung: Auf wissenschaftliche Erkenntnisse kann man bauen. Über den oft langwierigen Weg einer methodisch fundierten Hypothesen-, Thesen- und Theoriebildung sowie

⁵Ausführlichere Informationen zum Arbeitskreis „Wissenschaft und Forschung“: www.stiftungen.org/verband/was-wir-tun/vernetzungsangebote/arbeitskreise-foren-und-expertenkreise/arbeitskreis-wissenschaft-und-forschung.html.

deren heute nicht selten interdisziplinären Verifizierung bzw. Falsifizierung werden auf Objektivität zielende Erkenntnisse gewonnen, die für die Allgemeinheit ein hohes Gut darstellen und ihr in vielen Fällen einen nachhaltigen Nutzwert bieten. Dennoch scheint es so, als würden Empirie und Rationalität immer häufiger Eklektizismus und Irrationalismus entgegengesetzt – eine Spaltung in der Wahrnehmung von Sachverhalten, die bislang kaum in Erscheinung trat und nun zusehends die Errungenschaften der Aufklärung bedroht. Der pluralistische, kritische, aber auf Konsens zielende Forschungsprozess droht gegenüber dem schieren „Meinen“ ins Hintertreffen zu geraten. Es scheint uns geboten, dieser Entwicklung auf den Grund zu gehen, sie besser zu verstehen und ihr entgegenzuwirken. Das ist ein Anliegen dieses Buches, ein durchaus politischer Appell, die Zuverlässigkeit von Forschungsergebnissen und die Legitimität ihrer Erkenntniswege hervorzuheben.

Ein Grund für die zu beobachtende Meinungsfragmentierung, die Tendenz, sich handlungsleitende Informationen aus unüberprüfbaren Quellen zusammenzusuchen und sich dabei von in Gruppen vorherrschenden Stimmungen anregen zu lassen, könnte in der nahezu vollständigen Durchdringung des Alltags mit interaktiven Echtzeitmedien sowie einer wachsenden Kommunikation in sozialen Netzwerken zu finden sein. Während im 20. Jahrhundert vor allem die redaktionell geleiteten Massenmedien zur öffentlichen Meinungsbildung führten, hat sich ein grundlegender und unumkehrbarer Wandel hin zur Orientierung an oft meinungskonformen Peergroups im Internet vollzogen. Historisch rückblickend ist zu konstatieren, dass in zahlreichen Ländern der kritische Journalismus durch die Anwendung ethischer Standards und presserechtlicher Kodizes eine weithin anerkannte Informationsbasis schuf, die zum Erstarken von Freiheit, Demokratie und Diskurskultur, weiter auch zum Vertrauen in die Wissenschaft und zur Anerkennung ihrer Erkenntnisse beitrug.

Mit diesem etablierten System der Informationsverbreitung und -einordnung hatte sich auch der Wissenschaftsbetrieb gut arrangiert. Der aktuelle Verlust an gedruckter Auflage und Meinungshoheit trifft deshalb nicht nur viele Zeitungsverlage und Medienhäuser hart und stellt ihre bewährten Geschäftsmodelle infrage, sondern lässt auch manche Forschungseinrichtungen zweifelnd zurück. Sie sehen sich in der Pflicht, dort einzuspringen, wo der Journalismus schwächelt.

Vor allem auch in der Tonalität haben sich Auseinandersetzungen erheblich zugespitzt. In den sozialen Netzwerken, wo ein redaktionelles oder vergleichbares Reglement weitgehend fehlt, scheint sich ein seiner inneren Haltung nach vormodernes Meinungsmilieu zu bilden, das sich zugleich

sämtlicher technischer Möglichkeiten bedient und eine ganz neue Art der Massenwirksamkeit (Stichworte seien Echokammern und Filterblasen) und – weiter reichend – der Wirklichkeitskonstruktion mit sich bringt. Möchte professionelle Wissenschaftskommunikation künftig erfolgreich sein und die öffentliche Meinung maßgeblich mitgestalten, muss sie sich dieser neuen Herausforderung stellen. Sie sieht sich dabei mit weit in die Vergangenheit zurückreichenden Weltanschauungen konfrontiert: Überkommene Stereotype sowie nationale, religiöse und verschwörungstheoretische Deutungsmuster treten an die Stelle gemeinsam verhandelter Werte und untergraben das Vertrauen in die Vermittlungsfunktion verfassungskonformer Institutionen. Mancher Diskussion bleibt sogar das Bedürfnis nach kritisch-demokratischen Diskurselementen, der Verständigung und des Hinterfragens wesensfremd.

Dieses Buch trägt den Titel „Wissenschaft und Gesellschaft: Ein vertrauensvoller Dialog“. Er muss die Leser auf den ersten Blick insofern befremden, als wir eben dieses Vertrauensverhältnis eingangs für bedroht erklärten. Dennoch sind wir der Ansicht, und auch diese Lesart möchte in ihm mitschwingen, dass unserer Einschätzung nach ein solches Vertrauen grundsätzlich erfordert ist und mit Engagement öffentlich behauptet werden muss. Insofern beschreibt der Titel einen Sollzustand. Wissenschaft und Forschung gehen in den letzten Jahren in zunehmender Offenheit und mit vielfältigen Angeboten auf unsere Gesellschaft zu und stehen insbesondere auch für kritische Rückfragen zur Verfügung. Dabei sehen sich Wissenschaftler wie Kommunikatoren angesichts der Vielzahl an Teil-Öffentlichkeiten und neuen Informationskanälen insbesondere auch mit kommunikationsstrategischen und medientechnischen Herausforderungen konfrontiert, deren Bewältigung ihnen oft und nachvollziehbar nicht leicht fällt. Die Auswahl erfolgversprechender Methoden erfordert daher genaue Bedarfsanalysen sowie eine auch im Hinblick auf das eigene Zeitmanagement vertretbare Kosten-Nutzen-Abwägung. Der Wissenschaftsjournalismus bietet sich wiederum als Moderator des Dialogs zwischen Wissenschaft und Gesellschaft an und sieht seine Aufgabe verstärkt in der kritischen und unabhängigen Beobachtung der Wissenschaft. Auch Journalisten ringen mit den Folgen des digitalen Wandels und versuchen, die neuen Distributionskanäle, Recherche- und Partizipationsmöglichkeiten angemessen in ihre Arbeitsroutinen zu integrieren.

Aus diesem Grund baten wir die Autorinnen und Autoren aus ganz unterschiedlichen Berufsfeldern für dieses Buch um ihre Einschätzung und ihre ganz persönlichen Erfahrungen. Sie berichten – vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen institutionellen Rollen und individuellen Aufgaben

und dabei ohne Vorgaben zu Stil, Textsorte und Umfang –, mit welchen Veränderungen und Umbrüchen sie sich derzeit konfrontiert sehen. Sie erklären, welche Maßnahmen in Zeiten der digitalen Revolution zielführend sind, welche Formate ihres Erachtens heute Pflicht sind und welche vielleicht auch nur Kür bleiben können. Viele Bürger beklagen die Komplexität wissenschaftlicher Stellungnahmen und wir erkennen zunehmend: Wo die Komplexität von Antworten ein Ausmaß erreicht, das viele überfordert, da droht auch jede bequemere, eingängigere Antwort an ihre Stelle zu treten und diese „Lücke aus Überforderung“ zu füllen. Diese schwierige Vermittlungsaufgabe unter dem Druck des Vertrauensverlusts bringt Wissenschaftler, Kommunikatoren und Journalisten zusammen: Sie müssen geeignete Lösungsvorschläge oder vielleicht sogar ganz neue Denkansätze erarbeiten. Die Ergebnisse von Wissenschaft und Forschung stehen heute inmitten unserer Gesellschaft, prägen sie, formen und lenken deren Kommunikations- und Arbeitsprozesse grundlegend. Doch es wird sich als die zentrale Aufgabe der Wissenschaftskommunikation in den nächsten Jahren erweisen, gerade jenes wissenschaftliche Denken zu erläutern und zu festigen, das über eine bloße und längst selbstverständliche Nutz- bzw. Produktanwendung hinausgeht und sich fortwährend um Objektivität und Intersubjektivität als gemeinschaftlichen Wert bemüht.

Alexander Mäder
Johannes Schnurr

Inhaltsverzeichnis

Im Spannungsfeld: Wissenschaft, Öffentlichkeit und Demokratie

Wir lieben Aufklärung 3

Volker Stollorz

Allianz gegen „Fake News“ 17

Henriette Löwisch

**Wissenschaftskommunikation und Social Media:
Neue Akteure, Polarisierung und Vertrauen** 25

Carsten Könneker

„So wie Müller reden nur Dogmatiker“ 49

Henrik Müller

Woher nehmen und nicht stehlen? 63

Franco Zotta

Rollenbilder: Über Stiftungen in der Wissenschaftskommunikation

Qualitätsjournalismus und Stiftungen 87

Katrin Kowark

„Es kann aber auch einmal weh tun!“	107
<i>Renate Ries und Beate Spiegel</i>	
Die selbstlosen Stakeholder?	113
<i>Alexander Mäder und Johannes Schnurr</i>	
Pflicht oder Kür: Müssen Wissenschaftler in die Öffentlichkeit?	
Raus, raus, raus!	129
<i>Manuel J. Hartung und Andreas Sentker</i>	
Verständlichkeit ist nur der Anfang	139
<i>Beatrice Lugger</i>	
Das Zauberwort heißt Partizipation. Eine Mutrede	151
<i>Konstanze Marx</i>	
Zwischen Theorie und Praxis	163
<i>Christina Beck und Julia Wandt</i>	
Immer schneller und bunter? Neue Konzepte für einen zeitgemäßen Wissenschaftsjournalismus	
Schreiben am Limit	177
<i>Rainer Kurlemann</i>	
Gründergeist für einen Journalismus, der Wissenschaft und Gesellschaft verbindet	185
<i>Christian Schwägerl</i>	
Kommunizieren oder verschweigen – Wie geht man mit wissenschaftlicher Unsicherheit um?	205
<i>Cornelia Varwig</i>	
Der wissenschaftliche Faktencheck	215
<i>Alexander Mäder</i>	

Online, offline, live: Welche Formate zünden?

Warum wir gute Wissenschaftskommunikation brauchen 227
Markus Weißkopf

**Warum Wissenschaft wichtig ist – ein Forschungswettbewerb
als Vermittlungsformat** 235
Friederike Schneider

**Wissenschaftskommunikation für Unternehmen:
Wieso, weshalb, warum?** 243
Patricia Piekenbrock

Mehr Virtualität bitte! 251
Eva Wolfangel

**Was war – was wird? Umbrüche in der
Wissenschaftskommunikation**

Wissenschaftskommunikation ist Brückenbau 259
Anja Karliczek

Erinnerungen an die Demokratie 265
Johannes Schmurr

Heldenreisen wie bei Humboldt? 277
Christoph Koch

Rein in die Zwiebel! 289
Mai Thi Nguyen-Kim

Herausgeber- und Autorenverzeichnis

Über die Herausgeber

Alexander Mäder ist seit 2018 Professor für digitalen Nachrichtenjournalismus an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Zuvor arbeitete er 15 Jahre als Wissenschaftsjournalist: erst bei der *Berliner Zeitung*, dann als Ressortleiter bei der *Stuttgarter Zeitung* und schließlich als Chefredakteur des Magazins *bild der wissenschaft* und als Mitglied der journalistischen Genossenschaft RiffReporter.

Johannes Schnurr studierte an der Universität Heidelberg Germanistik, Philosophie und Psychologie. Er promovierte mit einer Arbeit über den Sturm-und-Drang-Dichter Jacob Michael Reinhold Lenz. Im Anschluss war er als freier Journalist tätig und arbeitete einige Jahre als Pressereferent der Heidelberger Akademie der Wissenschaften. Seit 2013 ist er Pressesprecher der Daimler und Benz Stiftung.

Autorenverzeichnis

Dr. Christina Beck, Max-Planck-Gesellschaft, Leiterin Abteilung Kommunikation, Hofgartenstraße 8, 80539 München, beck@gv.mpg.de

Manuel J. Hartung, DIE ZEIT, Ressortleiter WISSEN, Bucerusstraße, Eingang Speersort 1, 20095 Hamburg, mjh@zeit.de

Anja Karliczek, Bundesministerium für Bildung und Forschung, Bundesministerin für Bildung und Forschung, Kapelle-Ufer 1, 10117 Berlin, anja.karliczek@bmbf.bund.de

Christoph Koch, stern, Gruner + Jahr GmbH, Leitender Redakteur, 20444 Hamburg, koch.christoph@stern.de

Prof. Dr. Carsten Könniker, Spektrum der Wissenschaft, Chefredakteur, Tiergartenstraße 15–17, 69121 Heidelberg, koenneker@spektum.de

Katrin Kowark, Bundesverband Deutscher Stiftungen, Pressesprecherin, Mauerstraße 93, 10117 Berlin, katrin.kowark@stiftungen.org

Dr. Rainer Kurlemann, Kronprinzenstraße 36, 40217 Düsseldorf, rainer.kurlemann@gmail.com

Henriette Löwisch, Deutsche Journalistenschule, Leiterin und Geschäftsführerin, Hultschinerstraße 8, 81677 München, lowisch@djs-online.de

Beatrice Lugger, Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik) gGmbH, Geschäftsführerin, Englerstraße 2, 76131 Karlsruhe, lugger@nawik.de

Prof. Dr. Alexander Mäder, Hochschule der Medien, Nobelstr. 10, 70569 Stuttgart, maeder@hdm-stuttgart.de

Prof. Dr. Konstanze Marx, Universität Greifswald, Institut für deutsche Philologie, Fachbereich Germanistische Sprachwissenschaft, Rubenowstraße 3, 17489 Greifswald, Konstanze.Marx@uni-greifswald.de

Prof. Dr. Henrik Müller, Technische Universität Dortmund, Institut für Journalistik, Emil-Figge-Straße 50, 44227 Dortmund, henrik.mueller@tu-dortmund.de

Dr. Mai Thi Nguyen-Kim, Westdeutscher Rundfunk, Redaktion Quarks & Co., 50600 Köln, info@maithink.de

Patricia Piekenbrock, Kommunikation für Wissenschaft, Forschung und Technologie, Postfach 27 01 17, 13471 Berlin, info@piekenbrock-kommunikation.de

Renate Ries, Klaus Tschira Stiftung, Leiterin Medien und Kommunikation, Schloss-Wolfsbrunnenweg 33, 69118 Heidelberg, renate.ries@klaus-tschira-stiftung.de

Friederike Schneider, Körber-Stiftung, Programmleiterin Hochschule,
Kehrwieder 12, 20457 Hamburg, schneider@koerber-stiftung.de

Dr. Johannes Schnurr, Daimler und Benz Stiftung, Pressesprecher,
Dr.-Carl-Benz-Platz 2, 68526 Ladenburg, schnurr@daimler-benz-stiftung.de

Christian Schwägerl, Assmannshäuser Strasse 17, 14197 Berlin,
christian.schwaegerl@riffreporter.de

Andreas Sentker, DIE ZEIT, Geschäftsführender Redakteur, Ressortleiter
WISSEN, Bucerusstraße, Eingang Speersort 1, 20095 Hamburg,
Andreas.Sentker@zeit.de

Beate Spiegel, Klaus Tschira Stiftung, Geschäftsführerin, Schloss-Wolfs-
brunnenweg 33, 69118 Heidelberg, beate.spiegel@klaus-tschira-stiftung.de

Volker Stollorz, Science Media Center Germany, Redaktionsleiter und
Geschäftsführer, Rosenstr. 42–44, 50678 Köln,
Volker.Stollorz@sciencemediacenter.de

Cornelia Varwig, Wissenschaftsjournalistin, cornelia.varwig@outlook.com

Julia Wandt, Universität Konstanz, Leitung Kommunikation und Marketing,
Universitätsstr. 10, 78464 Konstanz, julia.wandt@uni-konstanz.de

Markus Weißkopf, Wissenschaft im Dialog gGmbH, Geschäftsführer,
Charlottenstrasse 80, 10117 Berlin, markus.weisskopf@w-i-d.de

Eva Wolfangel, c/o Coworking 0711, Gutenbergstr. 77a, 70197 Stuttgart,
mail@ewo.name

Dr. Franco Zotta, Wissenschaftspressekonferenz e. V., Geschäftsführer,
Rosenstr. 42–44, 50678 Köln, franco.zotta@wpk.org

Im Spannungsfeld: Wissenschaft, Öffentlichkeit und Demokratie



Wir lieben Aufklärung

Wie das Science Media Center Germany Journalisten wissenschaftliche Expertise für öffentliche Debatten bereitstellt

Volker Stollorz

Die moderne Wissenschaft strebt nach verlässlichem Wissen für die Welt und über die Welt. In der Forschung entstehen ständig neues Wissen und erweiterte Handlungsmöglichkeiten für Menschen. Wissenschaft ist in diesem Sinne Erkennen, um zu handeln („know how“). Verlässliches Wissen kann Mögliches realisierbar machen. Durch den institutionalisierten Prozess des Forschens verschieben moderne Gesellschaften ständig die Grenzen ihrer Handlungsmöglichkeiten. Dieser Prozess ermöglicht soziale und technologische Innovationen. Wissenschaft als soziales System schafft aber auch erhebliche Unruhe in den sachlichen, zeitlichen und sozialen Dimensionen von Gesellschaften.

Wir alle spüren als Zeitgenossen im 21. Jahrhundert mehr oder weniger, wie die wachsende Flut der wissenschaftlichen Erkenntnisse aus disziplinären Kontexten unser Leben durchdringt. Selbst die Erkenntnisse hoch spezialisierter Wissenschaften wie die der Atomphysik oder molekulare Werkzeuge wie das CRISPR-Immunsystem aus Bakterien ermöglichen inzwischen sogar Handlungen, die existenzielle Risiken für den Homo sapiens als Gattungswesen heraufbeschwören. Während für den Bau von Atombomben noch organisierte Forschungsprogramme mit erheblichen Ressourcen nötig waren, könnten moderne Biowaffen mit „potential pandemic pathogens“ von Individuen oder kleinen Gruppen erschaffen werden, um Gesellschaften zu destabilisieren.

V. Stollorz (✉)

Science Media Center Germany, Köln, Deutschland

E-Mail: Volker.Stollorz@sciencemediacenter.de

Es kann angesichts dieser Dynamik und der weiter wachsenden Komplexität der Wissenschaften kaum verwundern, dass Handlungen ermöglichendes Wissen nicht selten den vertrauten Erwartungen und Wertvorstellungen von Menschen, Organisationen oder Gemeinschaften widerspricht. So wird selbst sicheres Wissen in der „sozialen Fabrik“ keinesfalls immer und überall zugleich mit unmittelbarer Anerkennung rechnen können. Im Gegenteil ist zu erwarten, dass Wissensasymmetrien zu Machtasymmetrien führen, etwa in Form von Patenten im ökonomischen Wettbewerb oder im Bereich der militärischen Forschung. Damit wird wissenschaftliches Wissen, gerade wenn es mit erheblich erweiterten Handlungsmöglichkeiten einhergeht (z. B. in moralisch ambivalenten Feldern wie der Embryonenforschung) oder kollektive Handlungen im Horizont der Zukunft nahelegt (z. B. Maßnahmen gegen den rapiden, menschengemachten Klimawandel), auch soziale Abwehr, Ignoranz, Zweifel oder öffentliche Irritation auslösen.

Festzuhalten bleibt, dass die mit historisch beispielloser Geschwindigkeit in die Gesellschaft eindringenden wissenschaftlichen Erkenntnisse allerorten nicht nur für Aufklärung sorgen, sondern Unsicherheiten, Ambivalenzen, Risiken und Wertekonflikte zu Tage fördern, die in lokalen, regionalen, nationalen und international verschachtelten öffentlichen Meinungsbildungsprozessen kollektiv verhandelt werden müssen. Nicht selten geht es dabei um zentrale ethische Fragen des Menschseins: Wie wollen und sollen wir in Zukunft leben? Wer ist „wir“? Was soll und was darf Wissenschaft? Welche Ziele verfolgt sie?

In dieser sich hochdynamisch und komplex entwickelnden Wissensgesellschaft navigiert auch der Journalismus, dessen zentrale Funktion es ist, von Publika gemeinsam geteilte kommunikative Öffentlichkeiten herzustellen und öffentliche Angelegenheiten („public issues“) zu thematisieren und zu verhandeln. In massenmedialen Öffentlichkeiten zirkulieren zeitgleich vielfältige konkurrierende Erzählungen, die eine Art Reservoir für Sinnstiftung, Werte und Argumente bilden und so Entscheidungsgrundlagen für kollektives Handeln liefern.

Journalistische Massenmedien beschreiben die Wirklichkeit funktional in vier Dimensionen: Da ist erstens das *Erkennen* von relevanten Ereignissen, dann zweitens das *Entscheiden*, welche aus den vielen möglichen Nachrichten für eine Veröffentlichung geeignet sind, was also zeitlich aktuell, sozial und sachlich relevant ist. Drittens geht es um das *Bewerten*, was der versuchsweisen Einordnung von Ereignissen dient. Viertens heißt Journalismus das *Verbreiten* von – hoffentlich – wichtigen und richtigen Informationen und Erzählungen.

Diese grundlegenden Dienstleistungen für die öffentliche Selbstverständigung werden in den journalistischen Professionen in handhabbare, Komplexität reduzierende Routinen übersetzt, um im Publikum anschlussfähig zu sein. So entwickeln sich Kriterien für Ressorts und Redaktionen, die die Relevanz von Ereignissen erkennen, die entscheiden und auswählen, nach Expertise suchen, um sich bei Themen sachlich zu orientieren, um Ereignisse zu bewerten, und die schließlich journalistische Angebote erstellen, die möglichst breite Aufmerksamkeit finden. Die Gesamtheit aller journalistischer Selektionen beeinflusst öffentliche Meinungsbildungsprozesse in modernen Gesellschaften auf komplexe und erst in Teilen verstandene Weise.

Wenn nun aber die Wissenschaften heute vermehrt eine zentrale Rolle in der Gestaltbildung moderner Gesellschaften spielen, dann sollte ihre professionelle Beobachtung journalistisch hochrelevant sein: Es bräuchte demnach weit mehr als das „verspätetes Ressort“ Wissenschaft, sondern ganz grundsätzlich über alle Ressorts hinweg mehr und kompetenten Journalismus über Wissenschaft, an dem es, von wenigen Medien abgesehen, bisher mangelt. Es bräuchte in allen Ressorts erprobte Routinen zum Auffinden von verlässlichem Wissen, um öffentliche Debatten besser mit Informationen zu versorgen. Nur so könnte öffentlich relevantes neues Wissen aus den Wissenschaften vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Erwartungen erkannt, ausgewählt, eingeordnet und verbreitet werden. Und am Ende dann auch politisch reguliert werden, wo das notwendig erscheint.

Es bräuchte also zunächst in allen journalistischen Ressorts mehr Kompetenz für die spezialisierte Beobachtung der Wissenschaften. Die viel zu wenigen Wissenschaftsjournalisten agieren noch stark in der Nische des Unverständlichen. Wenn allein sie über bahnbrechende Erkenntnisse mit mittelbarem oder unmittelbarem Einfluss auf die soziale Wirklichkeit berichten, dürfte es in der Regel unwahrscheinlich bleiben, dass sich Einstellungen und Handlungen der Menschen, Institutionen und Öffentlichkeiten durch die Auseinandersetzung mit von der Wissenschaft als „zuverlässig“, „wahrhaftig“ oder zumindest als „relevant“ deklariertem Wissen verändern. Ohne wissenschaftsjournalistische Expertise wiederum bliebe der Journalismus und damit die Öffentlichkeit blind für das, was an relevantem neuem Wissen in die Welt kommt.

Als Adressaten von Wissenschaftskommunikation reagieren Menschen, aber auch Organisationen, keinesfalls immer vernünftig auf unvertrautes und zu Anfang oft noch unsicheres Wissen aus der Wissenschaft. Skepsis dominiert zudem selbst dann, wenn alle relevanten und bekannten Fakten

eindeutig für eine bestimmte Handlung sprechen. Meist reicht Menschen bereits ein wahrgenommenes Körnchen Wahrheit, um die unglaublichsten Dinge mit emotionaler Hingabe zu vertreten. Einige der bisher überzeugendsten Erzählungen der Menschheit sind aus der Perspektive wissenschaftlichen Wissens schlicht falsch, was ihrer Popularität allerdings kaum Abbruch tut. So sträuben sich viele Menschen weiterhin gegen die Erkenntnisse der Evolutionstheorie, wonach der Homo sapiens in einem langen Prozess der Evolution aus Affen hervorging. Auch kann es bei Erzählungen passieren, dass zwar ein Fakt stimmt, seine Kenntnis aber nur ein sehr unvollständiges Bild der tatsächlich komplexen Zusammenhänge liefert. So werden Menschen leicht zu logischen Fehlschlüssen verleitet, wenn etwa ein einzelner kalter Winter als Beleg dafür herhalten soll, dass der Klimawandel ein Schwindel der Wissenschaftler im Weltklimarat ist. Zweifel zu säen ist ein bei Interessengruppen und Lobbyisten beliebtes PR-Werkzeug, meist, um politisch sinnvolle Handlungen zu verzögern.

Besonders im Umgang mit medizinischen Informationen schlagen „lebendige“ Erfahrungen („Patienten-Stories“), einfache und überraschende Argumente oder emotionsgeladene Geschichten in der Regel nüchterne, evidenzbasierte Statistiken. Unsinn, Halbwahrheiten oder unterkomplexe Erzählungen verbreiten sich durch Mund-zu-Mund-Propaganda gemeinhin viraler als Tatsachen, weil die meisten Menschen dazu neigen, emotional aufregenden Geschichten mehr Glauben zu schenken als nüchternen Fakten. Psychologische Mechanismen spielen dabei eine wesentliche Rolle: etwa „Base Rate Neglect“, die Konfusion von Korrelation und Kausalität, oder ein Prozess namens „Motivated Reasoning“, nach dem auch Kluge bevorzugt nach jenen Argumenten suchen, die ihre soziale Identität bestätigen. Die erwähnten Effekte tragen neben weiteren „kognitiven Verzerrungen“ dazu bei, dass bestimmte Erzählungen wirksamer Einstellungen prägen, selbst wenn sie wissenschaftlich betrachtet fatale Konsequenzen zeitigen werden.

Moderne Demokratien kennen mit der Wissenschaft und dem Journalismus zwei wahrheitssuchende Institutionen, die den menschlichen Makeln entgegenwirken sollen. Propagandisten und interessengeleitete Desinformationsmanager halten im Zeitalter der digitalisierten Kommunikation derzeit allerdings neue, zum Teil demokratiegefährdende Werkzeuge in Händen, die den kollektiven Prozess der argumentativen Verständigung über alternative Handlungsmöglichkeiten verzögern und verschleppen oder die öffentliche Meinungsbildung in die Irre führen können.

Diese knappe Skizze mag als Ausgangslage genügen, um die Herausforderung zu verstehen, mit der sich moderne Akteure in Sachen Aufklärung konfrontiert sehen. Es beginnt bereits mit Schwierigkeiten beim Erkennen,

was eigentlich *neues* Wissen in den Wissenschaften ist. Wie und von wem können wichtige und echte Durchbrüche in der Forschung erkannt werden? Wer und welche Disziplin weiß wirklich was worüber? Die vielfältigen Wissensbestände der organisierten Wissenschaft, die auf der Suche nach verlässlichem Wissen zunächst meist kein Publikum außerhalb der disziplinären „Peers“ hat, fühlen sich für die meisten Journalisten wie ein undurchdringlicher Dschungel an. In diesem wachsen so viele verschiedene „disziplinäre Bäume“, dass sich Unkundige in deren Verästelungen und Blätterwerken leicht verfangen. Sie stoßen damit weder auf die entscheidenden Fragen noch erkennen sie bereits verfügbare, verlässliche Antworten: Welche der inzwischen mehr als 5500 wissenschaftlichen Publikationen, die allein in der Datenbank Scopus täglich erscheinen, sind öffentlich relevant? Welche Forscherinnen und Forscher besitzen echte Expertise zu welchen Themen? Welche reputierten Expertinnen und Experten sind ansprechbar und sprechfähig für Journalisten? Kann ich einer Wissenschaftlerin oder einem Wissenschaftler als „ehrlichem Makler“ vertrauen, das heißt, agiert er oder sie kompetent, integer und dient er oder sie mit seinen bzw. ihren Forschungen dem Gemeinwohl oder folgen er oder sie etwa sachfremden Interessen?

Gerade bei Themen mit Wissenschaftsbezug, bei denen viele Bürgerinnen und Bürger – und auch Politikerinnen und Politiker – angesichts der thematischen Komplexität keine eigene fachliche Expertise ausbilden können, zeitigen fehlerhaft selektierte Informationen verheerende Folgen. Wer in komplexen Fragen öffentlich Verwirrung stiften kann, erhöht die sogenannten „Suchkosten“ für verlässliches Wissen.

Der Populismus unserer Tage, bemerkte der Bonner Soziologe Rudolf Stichweh kürzlich, sei auch „ein Aufstand des Nichtwissens gegen die Privilegien des Wissens“ (Stichweh 2018, S. 250). Eine der politischen Kernfragen für moderne Demokratien laute demnach, ob das *allgemeine Wissen* mit der sich zunehmend beschleunigenden Technologieentwicklung Schritt halten könne. Was es dazu künftig mehr brauche, argumentiert Stichweh, sei eine „populäre, leicht zugängliche Version“ (S. 248) von jedem wissenschaftlichen Wissen. Quasi eine „Professionalization of Everyone“ (Wilensky 1964).

Auswahl und Bewertungsprobleme im Wissenschaftsjournalismus

Ist das eine realistische Vision? Schon wer sich als wissenschaftsjournalistischer Nicht-Experte in verschachtelten Forschungsfeldern der Wissenschaft orientieren will, benötigt implizites Wissen der entsprechenden

Disziplinen. Er müsste zudem deren methodische Gepflogenheiten verinnerlicht haben, was Journalisten ohne Praxis im wissenschaftlichen Feld selten möglich ist.

Neuerdings werden in digitalisierten Kommunikationswelten z. B. vermehrt Open-Access-Publikationen oder Pressemitteilungen einem weltweiten Publikum direkt und frei zugänglich gemacht oder es simulieren „Predatory Publisher“ wissenschaftliche Publikationen gegen Geld. Laien können heute mit Wissenschaft oder was sie dafür halten auch ohne journalistisches Gatekeeping in Kontakt kommen, jeder kann einen Artikel bei www.arxiv.org hochladen und sich als Wissenschaftlerin oder Wissenschaftler ausgeben. Interessengruppen können wissenschaftliche Scheinkontroversen inszenieren, selbst wenn es bei kompetenten Akteuren in etablierten Disziplinen keine fachliche Kontroverse zu einem Thema (mehr) gibt („counterfeit scientific controversies“; vgl. Weinel 2008). Ein Beispiel sind verunsicherte Eltern, die in der „Google-Universität“ unter dem Stichwort Impfrisiken auf in der Wissenschaft längst widerlegte Behauptungen von selbsternannten Impfkritikern stoßen, was Impfintentionen negativ beeinflussen kann.

Enorme Fülle und Hyperspezialisierung in der Wissenschaft einerseits sowie Zweifel an der Integrität der Erkenntnisproduktion andererseits stellen sämtliche gesellschaftliche Akteure einschließlich der Wissenschaftler selbst vor enorme Herausforderungen. Mit Blick auf die Öffentlichkeit und ihrem bisher wesentlichen Funktionssystem Journalismus besonders hervorhebenswert sind Auswahl- und Bewertungsprobleme. Die immense Fülle an verfügbaren Informationen führt letztlich dazu, dass sich auch eine Auswahl nur auf einen winzigen Teil des gesamten Angebots stützen kann stützen. „Eine Überfülle von Informationen“, schrieb bereits Anfang der 1970er-Jahre der US-Ökonom Herbert A. Simon, erzeuge „einen Mangel an Aufmerksamkeit und damit die Notwendigkeit, die verbliebene Aufmerksamkeit effektiver unter weiteren im Überfluss vorhandenen Informationsquellen aufzuteilen, die letztere konsumieren könnten“ (Simon 1971, S. 40 f.; eigene Übersetzung). Inzwischen konnten Studien experimentell zeigen, dass Menschen in Situationen, in denen sie zum Beispiel in digitalen Medien von Informationen überflutet werden, dazu neigen, häufiger „low-quality information“ zu verbreiten. Je mehr Nachrichten die Aufmerksamkeit virtueller Nutzer überbeanspruchten, desto weniger kritisch wählten sie diese aus (Qiu et al. 2017). Die Fähigkeit zur Differenzierung sinkt demnach bei zu hoher Informationsdichte („information overload“) systematisch, weil bereits die bloße Informationsverarbeitung die stets begrenzte menschliche Aufmerksamkeit konsumiert.

Zum Auswahlproblem gesellt sich das Bewertungsproblem, das aus Sicht des Journalismus durch die strategisch betriebene Wissenschaftskommunikation von wissenschaftlichen Verlagen und Forschungsinstitutionen noch verschärft wird, welche im Modus der Eigenwerbung dazu neigen, die Relevanz von Ergebnissen zu übertreiben (Lehmkuhl 2018; Sumner et al. 2014, 2016). Diese Praxis kann die Vertrauenswürdigkeit wissenschaftlicher Bewertungen gefährden, auf die der Journalismus gleichwohl angewiesen bleibt, weil er über eine eigene inhaltliche Bewertungskompetenz nicht oder nur in geringem Ausmaß und in extrem spezialisierten Redaktionen verfügt.

Nicht nur innerhalb des Journalismus stellt sich zunehmend die Herausforderung, die bereits den Ökonomen Herbert A. Simon umtrieb: Wie können wir Organisationen entwerfen, die unsere knappe Aufmerksamkeit individuell und kollektiv möglichst sparsam verbrauchen und sinnvoll verteilen? (Simon 1971). Simons mehr denn je relevante Antwort: Information Processing Systems (IPS) müssen die Überfülle der Informationen in handlungsrelevantes Wissen verwandeln helfen – also in „knowledge“ („verlässliches Wissen“) im Sinne eines Handlungswissens, eines „know how to act“.

Wissenschaftsjournalismus als bedrohter Beobachtungsposten

Wissenschaftsjournalistinnen und Wissenschaftsjournalisten gelten allgemein als Vertreter einer spezialisierten Profession, die im Verlauf ihrer Karriere interaktionelle Expertise erwerben, um die richtigen, für die Gesellschaft wichtigen Fragen an Forscherinnen und Forscher zu stellen und Erwartungen an die jeweils relevanten Wissenschaften zu formulieren. Aber der Kreis der Wissenschaftsjournalisten als Beobachtungsposten über das Wissen der Wissenschaft ist schlicht viel zu klein, um die breite Bedeutung der Wissenschaften mit all ihren politischen, technologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen zu überblicken, geschweige denn zu bewerten. In Zeiten des digitalen Medienwandels werden derzeit hauptsächlich Spezialisten entlassen. Dabei wäre das Gegenteil nötig: Für die Fähigkeit, Ereignisse mit Mehrsystemrelevanz in der Wissenschaft nicht nur zu erkennen, sondern zudem deren Auswirkungen für die unterschiedlichen Subsysteme der Gesellschaft zu thematisieren, bräuchte es in allen Ressorts mehr wissenschaftsjournalistische Horchposten, die zu erwartende Bedeutungen einzelner Entdeckungen thematisieren.

Als eine erste institutionelle Reaktion auf die systemischen Schwierigkeiten von Journalisten beim Erkennen disziplinär verschachtelter Expertisen in den Wissenschaften startete 2002 das britische Science Media Centre (sciencemediacentre.org) als eine Art „press office for science, when science hits the headlines“. In London pflegt bis heute das Team eine Datenbank mit rund 3000 registrierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zu wichtigen „public issues“. Diese erklären sich bereit, Journalisten in aktuellen Nachrichtenlagen proaktiv, zeitnah und institutionenübergreifend mit wissenschaftlicher Expertise zu versorgen. Der Vorreiter SMC UK und einige mehr oder weniger verwandte Organisationen in Australien, Neuseeland, den USA und Kanada verfolgen im Kern das Ziel, knappe wissensbasierte Einordnungen von Experten im tagesaktuellen Takt der massenmedialen Aufmerksamkeit anzubieten. In der täglichen Arbeit verschickt das SMC UK proaktiv „Roundups“, das heißt unabhängige Einordnung zu aktuellen wissenschaftlichen Publikationen noch unter Embargo. Dazu „Rapid Reactions“, in denen Wissenschaftler Großereignisse fundiert einordnen und erklären helfen. Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler liefern dabei knappe Stellungnahmen, meist durch mehrere Fachkundige mit unterschiedlichen Expertisen, um ein Thema für Journalisten einzuordnen. Und zwar genau dann, wenn Journalisten zuhören, weil sie aktuell über ein „Breaking News“-Thema mit Wissenschaftsbezug berichten müssen.

Nach intensiven Diskussionen und einer umfangreichen Machbarkeitsstudie (Hettwer et al. 2013) entstand in der Wissenschafts-Pressekonferenz, dem Verband der Wissenschaftsjournalisten in Deutschland, die Idee für ein redaktionell unabhängiges Science Media Center Germany im deutschsprachigen Raum unter der Leitung von Wissenschaftsjournalisten. Weil sich die Arbeitsbedingungen von Journalisten in Zeiten der digitalen Umwälzung rapide verändern und Redaktionen Stellen für journalistische Spezialisten streichen, erschien es ratsam, einen „Experten-Entdecker“ und glaubwürdigen Lotsen im Dienste journalistischer Aufklärung zu etablieren, dessen interessenneutrale Redaktion relevantes Wissen der Wissenschaft sucht und dann anbietet, wenn Journalisten egal welches Ressorts zuhören und auf der Suche nach verlässlichem Wissen sind.

Das Science Media Center Germany (SMC) konnte 2015 dank einer großzügigen Finanzierung der Klaus Tschira Stiftung als gGmbH mit einer Satzung gegründet werden, die seine redaktionelle Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit im Journalismus sichern hilft. Mehr unter: www.sciencemediacenter.de.

Seit dem zweiten Quartal 2016 liefert die Redaktion von Wissenschaftsjournalistinnen und Wissenschaftsjournalisten nun im SMC in Köln regelmäßig Angebote an registrierte Kolleginnen und Kollegen. Allein im Jahr 2018 konnten 102 Themenangebote an inzwischen 660 akkreditierte Journalistinnen und Journalisten aus Online-, Print-, Radio- und Fernsehredaktionen in Deutschland, der Schweiz und Österreich kostenfrei versendet werden. Die Redaktion konnte sich dabei auf bisher 700 disziplinar verortete Experten in ihrer Datenbank stützen, die bereit sind, mit Statements auf bestimmte aktuelle Nachrichtenlagen zu reagieren, bei denen wissenschaftliches Wissen bei der Einordnung von Ereignissen helfen kann.¹

Die Expertisen aus den Wissenschaften werden durch das SMC in den Rubriken „Research in Context“, „Rapid Reaction“, „Fact Sheet“ und „Press Briefing“ angeboten. Als redaktionell unabhängige Institution will das SMC zu einer verantwortungsvollen und sachgerechten Berichterstattung über ausgewählte Bereiche der Wissenschaften in journalistischen Medien beitragen. Das Team im SMC schreibt selbst keine fertigen Berichte, sondern will Berichterstattem insbesondere bei komplexen, mehrdeutigen oder kontroversen Themen Zugänge zu wissenschaftlichem Sachverstand verschaffen. Es versteht sich also als Lotse, der Journalisten Navigationshilfe im Ozean des wissenschaftlichen Wissens bietet und Grenzen des Wissens kenntlich macht im Sinne klassischer journalistischer Fragen: Was geschieht? Was ist wichtig? Wo fehlt es an (wissenschaftlicher) Expertise? Wer sollte bei welchem Thema mit Wissenschaftsbezug zu Wort kommen (Standing)? Welche Inhalte müssten aus Sicht der Wissenschaft diskutiert werden (Positioning)? Zu welchen Ergebnissen könnten die Debatten führen (Framing)?

Bisher in den Forschungsgebieten Medizin und Lebenswissenschaften, Energie, Mobilität, Klima, Umwelt, Technik sowie Künstliche Intelligenz beobachten derzeit sieben Redakteurinnen und Redakteure (Stand: Dezember 2018) zum einen den Strom aktueller wissenschaftlicher Publikationen mit dem Ziel, noch unter Sperrfrist unabhängige Experteneinschätzungen einzuholen, sofern zu erwarten ist, dass wissenschaftliche Erkenntnisse Schlagzeilen machen werden.

Ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit im SMC ist die Beobachtung von Themenkarrieren zu hochrelevanten „public issues“ im Sinne eines Agenda Settings. Dabei gilt es in der Wissenschaft „heiße“, für die Öffentlichkeit relevant werdende, neu aufkommende Handlungsfelder frühzeitig zu erkennen. Dann sind disziplinäre Kompetenzen zu identifizieren, um die

¹Eine Liste aller bisherigen SMC-Angebote findet sich auf: <https://www.sciencemediacenter.de/alle-angebote/alle-angebote/>.

Aussagen von im SMC versammelten Expertinnen und Experten in Form von knappen Einschätzungen in öffentliche Debatten einspeisen zu können. Immer dann, wenn diese Themen politisch virulent werden oder die Aufmerksamkeit für ein Thema im Journalismus allgemein zunimmt.

Ein gutes Beispiel für das strategische Erkennen von Themenkarrieren im SMC war das Vorgehen nach dem ersten „Tesla-Unfall“ im März 2016, bei dem ein Fahrer eines teilautomatisiert fahrenden Pkw zu Tode kam. Einige Zeit nach dem Unfall erstellte das SMC zunächst ein Fact Sheet zu den Grundlagen und den bisher bekannten Erkenntnissen zur Sicherheit des automatisierten Fahrens (SMC 14. September 2016). Zugleich identifizierte die Redaktion anerkannte Expertinnen und Experten zumeist aus Deutschland, die als Forscher im Feld oder als Entwickler von autonomen Fahrzeugen fachliche Expertise besitzen. Im Dezember 2016 führte das SMC dann das erste Press Briefing zum Thema durch: „Fahrprüfung für den Autopiloten? Was automatisierte Autos können müssen – und wie Forscher ihre Sicherheit testen“.

Mithilfe moderner Datenbanken und Tools zur Beobachtung von aktuellen Nachrichtenlagen verfolgt das Team seither die Debatten um die politische Regulierung des automatisierten Fahrens im öffentlichen Raum, zum Beispiel mit einer Rapid Reaction zum Thema „Gesetzentwurf zum automatisierten Fahren weist Lücken auf“ (SMC 6. März 2017).

Die SMC-Redaktion war damit thematisch und fachlich bestens vorbereitet, als im März 2018 ein Uber-Taxi im autonomen Fahrmodus eine Fußgängerin mit Fahrrad überrollte, die abends eine breite und leere Straße in Tempe im US-Staat Arizona überquerte. Nach dem ersten tödlichen Unfall mit einem im „Self Driving Mode“ fahrenden Pkw war es nach Ansicht der SMC-Redaktion nur eine Frage der Zeit gewesen, bis dass es zu einem ersten tödlichen Unfall mit Personenschaden von Unbeteiligten kommen würde. Mehrere im SMC registrierte Experten konnten deshalb in einer Rapid-Reaction direkt die ersten Meldungen über den Uber-Unfall kommentieren: „Erster Fußgänger von Roboterauto überfahren: Video wirft Fragen zur Technik auf“ (SMC 21. März 2018). Die vom SMC befragten Experten sahen zuerst, dass die Person auf der Straße von dem Auto zwar als Objekt erkannt worden sein musste (mittels LiDAR-Sensorsystem), die Uber-Software das Objekt aber offenbar nicht korrekt hatte klassifizieren können und daher keine Vollbremsung eingeleitet hatte.

Da sich das SMC in seiner Themenauswahl quantitativ beschränken muss, orientiert sich die Redaktion bei ihrer strengen Auswahl von „public issues“ an den Erkenntnissen der Kommunikationsforschung. Die Themen, bei denen die SMC-Redaktion Expertise in den Wissenschaften sucht, sollten genuin öffentliche Angelegenheiten betreffen. Höhere Priorität haben allgemein Themen mit

Wissenschaftsbezug, die sich dynamisch entwickeln, noch kein klares Framing in der öffentlichen Debatte haben, aber trotzdem dringend politisch reguliert werden müssen. Ein Beispiel hierfür sind rasante Entwicklungen im Bereich der Stammzellforschung, die es künftig ermöglichen könnten, „synthetische Embryonen“ im Labor allein aus Stammzellen zu züchten.

Ergebnisse der reinen Grundlagenforschung wie die Entdeckung eines fernen Planeten sind damit ebenso wenig Themen im SMC wie Debatten, bei denen die Argumente der Wissenschaft in der Öffentlichkeit keinen Unterschied (mehr) machen können. Weitere Kriterien der Auswahl von „public issues“ im SMC ist die gesellschaftliche Erwartung, dass sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zu einem Ereignis oder einer wissenschaftlichen Studie sachkundig äußern können und wollen. Es gilt zudem, wichtige mögliche Ereignisse den relevanten „public issues“ zuzuordnen und die Akteure und Akteurs-Konstellationen zu kartieren.

Wenn es um die Auswahl konkreter Publikationen in Fachjournalen für das Angebot „Research in Context“ geht, dann dienen Fragen wie die folgenden als Orientierung für die redaktionelle Selektion: Hat die wissenschaftliche Publikation das Potenzial, das Leben oder die Umwelt der Menschen radikal zu verändern? Handelt es sich um einen neuartigen, unvertrauten, aber gesellschaftlich hochrelevanten Aspekt oder wird das Thema extrem kontrovers diskutiert?

Bei Diskussionen mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern taucht an diesem Punkt stets die berechtigte Frage auf, wieso ein SMC in der Lage sein soll zu erkennen, wer im Fall des Falles wirklich etwas weiß. Die einfache Antwort darauf lautet: Das Alleinstellungsmerkmal von Wissenschaftsjournalisten als journalistischen Beobachtern des sozialen Systems Wissenschaft besteht darin, dass sie in ihrer Profession viele Wissenschaftskulturen streifen und so Erfahrungen mit unterschiedlichen disziplinären Expertisen sammeln. Sie erwerben dabei eine Form interaktioneller Meta-Expertise, die das journalistische Erkennen von kompetenten Experten erleichtert und das Enttarnen von Pseudoexperten ohne wissenschaftlich verdiente Reputation überhaupt erst ermöglicht.

Beim Erkennen und der Beobachtung relevanter Wissenschaftsgebiete und der Auswahl bahnbrechender Publikationen helfen im SMC Lab entwickelte Werkzeuge im Sinne von „Information Processing Systems“ (Simon 1971). Werkzeuge wie der ExpertExplorer, ein zusammen mit Yannick Mihan, Meik Bittkowski und Markus Lehmkuhl entwickeltes Recherchetool,² erstellt für

²Verfügbar unter: <http://94.130.185.175/#/>.

die Redaktion zum Beispiel Listen von anerkannten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler mit Reputation im Bereich Medizin und Lebenswissenschaften. Das Programm erkennt in Titeln und Abstracts Suchbegriffe und sortiert die markierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler dann nach der Anzahl und der Häufigkeit von Zitaten zu ihren Publikationen als Erst- und Letztautor. Der Embargo Explorer soll der Redaktion künftig dabei helfen, unter Embargo stehende Publikationen aus relevanten Wissenschaftsjournalen thematisch nach den Bedürfnissen der SMC-Redaktion zu sortieren und zu ranken. Selbst für die an Bedeutung rasch zunehmenden Pre-Print-Publication-Server wie BioArxiv (www.bioarxiv.org) entwickeln Informatiker und Datenwissenschaftler im SMC Lab in Wechselwirkung mit der Redaktion „Recommender Systeme“. Diese sollen die Aufmerksamkeit auf jene neuen Pre-Print-Publikationen lenken, die in bestimmten wissenschaftlichen Disziplinen sofort die Aufmerksamkeit der Forscherinnen und Forscher erregen. Das SMC Lab kooperiert zudem mit Forschern, um das Auswahlverhalten von Wissenschaftsjournalisten mithilfe von „Data Mining“-Ansätzen besser zu verstehen und künftig womöglich besser vorherzusagen zu können.

Zum Schluss noch ein Wort über die Finanzierung des Science Media Center Germany. Als Gesellschafter des SMC steuern der Verband der Wissenschaftsjournalisten WPK e.V. und die Klaus Tschira Stiftung zusammen mit der Geschäftsführung die Geschicke dieser in der gemeinnützigen deutschen journalistischen Landschaft einzigartigen Redaktion von Wissenschaftsjournalisten. Neben der Klaus Tschira Stiftung, die das SMC nachhaltig mit jährlich 750.000 Euro fördert, helfen insgesamt 45 weitere Institutionen (Stand: Oktober 2018), darunter Medien, Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Stiftungen und Unternehmen, die wachsende SMC-Redaktion zu finanzieren.³ Alle Förderer müssen die Unabhängigkeit der SMC-Redaktion respektieren; und die redaktionelle Leitung des SMC behält es sich vor, Förderer abzulehnen, die Einfluss nehmen oder der Glaubwürdigkeit des SMC schaden könnten.

Letztlich jedoch entscheiden unsere Abnehmer, also derzeit die aktuell 660 Journalistinnen und Journalisten, darüber, ob die Angebote des SMC und seiner Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern als unabhängig, integer und glaubwürdig wahrgenommen werden. Wir arbeiten daran, uns dieses Vertrauen zu verdienen: weil wir Aufklärung lieben.

³Die Liste aller aktuellen Förderer findet sich auf: <https://www.sciencemediacenter.de/fuer-foerderer/foerderer/>.

Literatur

- Hettwer, H., Schneider, M., & Zotta, F. (2013). Explorationsphase zur Gründung eines Science Media Center (SMC) in Deutschland. <http://bit.ly/1i1jJtQ>. Zugegriffen: 18. Febr. 2019.
- Lehmkuhl, M. (2018). Der Journalismus als Adressat der Hochschulkommunikation. In B. Fähnrich, J. Metag, S. Post, & M. S. Schäfer (Hrsg.), *Forschungsfeld Hochschulkommunikation* (S. 299–318). Wiesbaden: Springer VS.
- Qiu, X., Oliveira, D. F. M., Sahami Shirazi, A., Flammini, A., & Menczer, F. (2017). Limited individual attention and online virality of low-quality information. *Nature Human Behaviour*, *1*, 0132.
- SMC. (14. September 2016). Der Weg zum automatisch fahrenden Auto. <https://www.sciencemediacenter.de/alle-angebote/fact-sheet/details/news/der-weg-zum-automatisch-fahrenden-auto/>. Zugegriffen: 18. Febr. 2019.
- SMC. (2. Dezember 2016). Fahrprüfung für den Autopiloten? Was automatisierte Autos können müssen – und wie Forscher ihre Sicherheit testen. <https://www.sciencemediacenter.de/alle-angebote/press-briefing/details/news/fahrpruefung-fuer-den-autopiloten-was-automatisierte-autos-koennen-muessen-und-wie-forscher-ihre-sich/>. Zugegriffen: 18. Febr. 2019.
- SMC. (6. März 2017). Gesetzentwurf zum automatisierten Fahren weist Lücken auf. <https://www.sciencemediacenter.de/alle-angebote/rapid-reaction/details/news/gesetzentwurf-zum-automatisierten-fahren-weist-luecken-auf/>. Zugegriffen: 18. Febr. 2019.
- SMC. (21. März 2018). Erster Fußgänger von Roboterauto überfahren: Video wirft Fragen zur Technik auf. <https://www.sciencemediacenter.de/alle-angebote/rapid-reaction/details/news/erster-fussgaenger-von-roboterauto-ueberfahren-video-wirft-fragen-zur-technik-auf/>. Zugegriffen: 18. Febr. 2019.
- Simon, H. A. (1971). Designing organizations for an information-rich world. In M. Greenberger (Hrsg.), *Computers, communications, and the public interest* (S. 37–72). Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Stichweh, R. (2018). Wissensproduktion der Zukunft. In S. Mair, D. Messner, & L. Meyer (Hrsg.), *Deutschland und die Welt 2030 – Was sich verändert und wie wir handeln müssen* (S. 244–250). Berlin: Econ.
- Sumner, P., Vivian-Griffiths, S., Boivin, J., Williams, A., Venetis, C. A., Davies, A., et al. (2014). The association between exaggeration in health related science news and academic press releases: Retrospective observational study. *BMJ*, *349*, g7015.
- Sumner, P., Vivian-Griffiths, S., Boivin, J., Williams, A., Bott, L., Adams, R., et al. (2016). Exaggerations and caveats in press releases and health-related science news. *PLoS ONE*, *11*(12), e0168217.

- Weinel, M. (2008). Counterfeit scientific controversies in science policy contexts. <https://orca-mwe.cf.ac.uk/73744/1/wp120.pdf>. Zugegriffen: 18. Febr. 2019.
- Wilensky, H. L. (1964). The professionalization of everyone? *American Journal of Sociology*, 70(2), 137–158.

Volker Stollorz studierte Biologie und Philosophie an der Universität zu Köln und ist seit fast 30 Jahren Wissenschaftsjournalist aus Leidenschaft. Aktuell ist er Redaktionsleiter und Geschäftsführer im Science Media Center Germany in Köln. Alle Infos über diesen gemeinnützigen Intermediär zwischen Wissenschaft und Journalismus unter: www.sciencemediacenter.de

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Allianz gegen „Fake News“

Wissenschaft und Journalismus als Partner im Ringen um faktenbasierte Erkenntnisse

Henriette Löwisch

Donald Trump, der nicht mehr so neue US-Präsident, macht seinen Gefühlen gegenüber Journalistinnen und Journalisten so regelmäßig wie ungebremst Luft. Medien, die seine Amtsführung kritisch begleiten, wie CNN, die *New York Times* oder die *Washington Post*, verunglimpft er als „Fake News“. Der Vorwurf, zu Deutsch „Lügenpresse“, kommt bei Trumps Anhängern gut an. Sie verstehen darunter vor allem das Weglassen von Tatsachen, die ihnen wichtig erscheinen, und die Hervorhebung von Tatsachen, die ihnen egal sind. Sie verzeihen ihrem Präsidenten, dass er es selbst mit den eigentlichen Fakten nicht so genau nimmt, denn aus ihrer Sicht verzerren die Leitmedien tagtäglich die Wirklichkeit.

Viele Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sind ebenfalls der Ansicht, dass manche, viele oder alle Medien oft Sachverhalte verkürzt darstellen. Nicht erst seit Kurzem finden sie, dass Journalistinnen und Journalisten auf der Jagd nach einer guten Schlagzeile den Wert wissenschaftlicher Erkenntnisse übertreiben und falsche Gegensätze konstruieren. Interaktionen mit den Medien lassen Forscherinnen und Forscher frustriert zurück, auch wenn sie ihrem Frust selten öffentlich Ausdruck verleihen. Besonders in den Vereinigten Staaten prägen Spannungen das Verhältnis zwischen Wissenschaftlern und Journalisten, doch bekannt ist dieses Phänomen auch in den wissenschaftlichen und journalistischen Communitys in Deutschland und anderen europäischen Ländern.

H. Löwisch (✉)

Deutsche Journalistenschule, München, Deutschland

E-Mail: lowisch@djs-online.de

Dieses Spannungsverhältnis muss in der so genannten Post-Truth-Ära neu bewertet werden. Denn Trump drischt zwar seltener öffentlich auf die freie Wissenschaft ein als auf die freie Presse, doch kann er Forscherinnen und Forscher genauso wenig leiden wie Journalistinnen und Journalisten. Seit seinem Amtsantritt werden Wissenschaftler, die für Regierungsbehörden tätig sind, bei der Veröffentlichung ihrer Daten behindert, zur Selbstzensur genötigt oder aus Beiräten entfernt. Der Silencing Science Tracker der Columbia Law School (2019) sammelt solche Angriffe auf die Freiheit der Wissenschaft seit November 2016. Besonders betroffen sind die Klima- und Umweltforschung. Im April 2018 unterzeichneten mehr als 1000 Mitglieder der National Academy of Sciences einen Aufruf gegen die Verunglimpfung und Schikanie von Wissenschaftlern (Scientists for Science-Based Policy 2018).

Jahrzehnte haben Wissenschaftler und Journalisten gern übereinander gemeckert. Im Jahr 2018 wird klar, dass sie für ein- und dieselbe Sache arbeiten: die Erkenntnis auf Grundlage von überprüfbaren Fakten. Bisher aber herrscht Ratlosigkeit im Angesicht des Zusammenbruchs eines alten Konsenses, dem zufolge wissenschaftliche Beweise politisches Handeln legitimieren. Auf vielen Ebenen fehlt es an effektiver Kommunikation zwischen Bürgern, Medien, Regierung und Wissenschaft. Wie lässt sich dies ändern?

Veränderungen der Medienlandschaft im Wissenschaftsbereich

Auf der Suche nach Antworten müssen wir zunächst verstehen, wie sich die Wissenschaftsberichterstattung in den vergangenen Jahrzehnten entwickelt hat. Am Anfang dieser Entwicklung steht ein in den USA und anderswo zu beobachtendes Phänomen: Die Wissenschaftsredaktionen schrumpfen. Zurückzuführen ist das auf den wachsenden wirtschaftlichen Druck auf Zeitungen und Zeitschriften.

Früher erzielten Verlage mit einer Kombination von Anzeigen und Abonnements beträchtliche Renditen. Die Digitalisierung hat dieses alte Geschäftsmodell dramatisch geschwächt. Neue Internetpublikationen schufen zwar mehr Vielfalt, verschärften jedoch auch den Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Publikums. Ab den 1990er-Jahren verschwanden die Wissenschaftsseiten aus den US-Zeitungen (Russell 2006). 2008 schockte CNN die Branche mit der Entscheidung, die komplette Wissenschaftsredaktion zu schließen (Brainard 2009).

Verlage und Sender begannen auch, das neue Publikum im Internet genauer zu analysieren. Leserinnen und Leser mögen Meldungen, die ihnen einen Nutzwert bringen. Gebrauchstexte zu Gesundheit, Ernährung und ähnlichen Themen begannen die Wissenschaftsberichterstattung zu dominieren oder zu ersetzen. Auch Wissenschaftsthemen mit hohem Unterhaltungswert boomten. Um viele Zuschauerinnen und Zuschauer zu begeistern, fokussierten Programme wie Animal Planet oder Discovery Channel vor allem auf emotionale Inhalte. Im Internet bieten sich Artikel, die häufig geklickt werden, als positives Umfeld für Online-Werbung an.

Zusammengenommen haben diese Entwicklungen in den traditionellen Medien zu einer gröberen Wissenschaftsberichterstattung geführt. Poppige Themen mit direktem Bezug zur Lebenswelt des Publikums liegen im Trend, während Eigenrecherche und Fact-Checking in den Hintergrund treten. Weniger gut ausgebildete und verantwortungsbewusste Journalistinnen und Journalisten berichten über wissenschaftliche Themen, und unter wachsendem Zeitdruck (Brumfiel 2009).

Wissenschaftler als Kommunikatoren

Wie reagierte nun die Wissenschaft in den USA auf diese Herausforderungen? Sie setzte darauf, Forscherinnen und Forscher zu Kommunikatoren fortzubilden, um den Bedarf an nutzwertorientierten und emotionalen Inhalten zu adressieren und zugleich den Mangel an fähigen Wissenschaftsjournalisten zu kompensieren.

Vorreiterin dieser Strategie war die spätere Chefin der National Oceanic and Atmospheric Administration (Nationale Behörde für Ozeane und Atmosphäre, NOAA), Jane Lubchenko. Sie gründete schon 1999 eine Organisation zur Förderung der Wissenschaftskommunikation namens COMPASS, die zunächst Meeresbiologinnen und Meeresbiologen im Umgang mit den Medien schulte. COMPASS hat seither eine Reihe nützlicher Werkzeuge wie die Message Box entwickelt, um Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zu helfen, effektiv mit Journalisten und Politikern zu kommunizieren.¹ Allerdings müssen sie dabei willens sein, die Anwendbarkeit ihrer Forschungsergebnisse zu unterstreichen und ihre Wissenschaft in einen gesellschaftlich-politischen Zusammenhang zu stellen.

¹Eine Übersicht findet sich unter: <https://www.compasscomm.org/tools-resources>.

2010 lancierte die National Science Foundation (NSF) ein Workshopformat namens „Becoming the Messenger“ (Botschafter werden). Es bringt Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern unter anderem bei, den Kurznachrichtendienst Twitter zu nutzen oder Handyvideos aufzuzeichnen und zu veröffentlichen. Der Workshop tourte jahrelang durch die Universitätslandschaft der USA und richtete sich vor allem an Forschende aus den Naturwissenschaften.

2011 gründete der britisch-australische Journalist Andrew Jaspán eine Website namens „The Conversation“, die sich seither in englischsprachigen Ländern wie Großbritannien und den USA verbreitet.² Die Idee ist hier, akademische Expertise unmittelbar ans Publikum zu bringen, statt auf Journalisten als Mediatoren zu setzen. Um dies zu erreichen, werden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern professionelle Lektorinnen und Lektoren zur Seite gestellt. Nachrichtenmedien können die daraus resultierenden Artikel kostenfrei verwenden. Finanziert wird The Conversation von Universitäten und Forschungsinstitutionen, die sich natürlich auch einen PR-Effekt versprechen.

Alle diese Trends fußen auf der Idee, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ihre eigenen Geschichten erzählen, ohne sich auf Journalistinnen und Journalisten zu verlassen. Einige Forschende, die ich kenne, betrachten dies als Ablenkung von ihrer eigentlichen Arbeit. Darüber hinaus beinhaltet keines dieser Programme investigative Ansätze, die ein integraler Bestandteil des journalistischen Auftrags sind.

Wissenschaftsjournalismus und Wissenschaftskommunikation

An dieser Stelle ist es Zeit für einen kurzen Umweg: Was ist eigentlich Wissenschaftsjournalismus? Nun, er ist auf jeden Fall nicht gleichbedeutend mit Wissenschaftskommunikation. Ja, ein Aspekt des Wissenschaftsjournalismus ist die Übersetzung von Fachsprache in Laiensprache. Und, ja, ein weiterer sehr wichtiger Aspekt des Wissenschaftsjournalismus ist es, die Öffentlichkeit zu begeistern, indem man spannende Geschichten erzählt.

Darüber hinaus verstehen die besten Wissenschaftsjournalistinnen und Wissenschaftsjournalisten jedoch den wissenschaftlichen Prozess so gut, dass sie die Wissenschaft auch kritisch begleiten können, zum Beispiel indem sie

²Mehr dazu unter: <https://theconversation.com/au/who-we-are>.

untersuchen, woher Forschungsinstitute ihre Mittel beziehen, oder indem sie in der Post-Truth-Ära falsche Ergebnisse, die sogenannte Junk Science, entlarven. Solch investigative Berichterstattung gehört nicht zur Mission der Wissenschaftskommunikation.

Wenn wir also die Last der Vermittlung von Forschung nicht den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aufbürden wollen; wenn wir es Journalistinnen und Journalisten ermöglichen wollen, ihre Rolle als Watchdogs auch in der Forschung zu spielen, welche Alternativen haben wir dann?

In den Vereinigten Staaten bieten eine Reihe von Forschungseinrichtungen und Universitäten immersive Workshops für Redakteurinnen und Redakteure an, darunter herausragende Institutionen wie das Massachusetts Institute of Technology.³ An der University of Montana leitete ich sieben Jahre lang den Masterstudiengang in Umwelt- und Ressourcenjournalismus, an dem die Studierenden ebenso viele Kurse in den Naturwissenschaften belegen wie in journalistischen Recherche- und Erzähltechniken.⁴ In Deutschland unterstützen gemeinnützige Organisationen wie die Klaus-Tschira-Stiftung sowohl Journalisten als auch Wissenschaftler bei Ausbildung, Arbeit und Kommunikation.⁵

Wissenschaftsjournalismus – Vorbilder und Ausbildung

Die Alternative, für die ich hier plädieren möchte, ist die Ausbildung von mehr Wissensjournalisten. Gemeint sind Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die sich dafür entscheiden, das Labor oder den Hörsaal zu verlassen, professionelle Journalistinnen und Journalisten zu werden, und dadurch als Leuchttürme dienen, für ihre Professionen ebenso wie fürs Publikum.

Nehmen wir Atul Gawande, einen in Harvard ausgebildeten Chirurgen, dessen Arbeit für den *New Yorker*⁶ mehrfach mit Journalistenpreisen ausgezeichnet wurde. Gawande schreibt virtuos und kenntnisreich über Krankheiten ebenso wie über das Gesundheitssystem. Nutzwertorientiert, ja, aber zugleich hochpolitisch.

³Programm „Knight Science Journalism“; mehr unter: <https://ksj.mit.edu>.

⁴Mehr dazu unter: <https://jour.umt.edu/graduate>.

⁵Mehr zu den Förderprojekten der KTS unter: <https://www.klaus-tschira-stiftung.de/profil/?tag=wissenschaftskommunikation>.

⁶Übersicht über seine Artikel unter: <https://www.newyorker.com/contributors/atul-gawande>.

Oder Hillary Rosner, eine Umweltwissenschaftlerin und freie Autorin, die für *National Geographic*, die *New York Times* und andere arbeitet.⁷ Näher kann man als Leser einer aussterbenden Fischart oder dem Borkenkäferbefall der Wälder nicht kommen, und tiefer kann man die neueste Forschung dazu nicht verstehen.

Oder Ed Yong (Cambridge-Abschluss in Zoologie, Dissertation in Biochemie am University College of London), der ein Jahrzehnt lang den Blog „Not Exactly Rocket Science“ bei *National Geographic* verantwortete. Er ist jetzt der Wissensjournalist bei *Atlantic*, einem US-Politmagazin.⁸

Oder Marlene Weiss, eine junge Wissenschaftsredakteurin der *Süddeutschen Zeitung*. Sie promovierte in Physik und gewann kürzlich den KAVLI-Preis der American Association for the Advancement of Science für ihre Geschichte über einen japanischen Mathematiker, dessen Beweis für die sogenannte ABC-Vermutung selbst seine Kollegen nicht verstehen können.⁹

Diese herausragenden Wissensjournalistinnen und Wissensjournalisten vereint nicht nur ihre Leidenschaft für und ihr Talent zum Erzählen. Sie alle haben auch den Mut, Komplexität zu reduzieren, die Fähigkeit, mit Fremden zu sprechen, ein Interesse an der Demokratie und die Bereitschaft, mit einem kleineren Zeitbudget zu arbeiten, als dies in der Forschung üblich ist. Auch die Deutsche Journalistenschule (DJS) in München hat schon einige von ihnen hervorgebracht. Doch in Zukunft wollen wir noch mehr davon ausbilden, für Online- und Printmedien, Radio und TV.

Denn für uns sind Journalisten und Wissenschaftler keine Antagonisten, sondern natürliche Verbündete, deren Methoden starke Ähnlichkeiten aufweisen. So gibt es auch im Qualitätsjournalismus so etwas wie Peer Review: Wir nennen es Redaktion. Auch im Ethos stimmen die beiden Professionen überein: Die Wahrheitssuche zählt mehr als individueller Profit oder Ruhm. Wissenschaftler wie Journalisten schätzen ihre Unabhängigkeit. Beide verfolgen Hypothesen, arbeiten jedoch stets ergebnisoffen, denn ihre Annahmen können sich auch als falsch erweisen.

Dem Qualitätsjournalismus kann nichts Besseres passieren, als Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler für sich zu gewinnen, die Leidenschaft, Talent und Wahrheitsliebe mitbringen. Sie müssen dann nur noch lernen, zu recherchieren, zu berichten und zu erzählen, und zwar unabhängig vom

⁷Auswahl ihrer Artikel verfügbar unter: <http://www.hillaryr.net>.

⁸Artikel für *Atlantic* unter: <https://www.theatlantic.com/author/ed-yong>.

⁹Betreffender SZ-Artikel herunterladbar unter: <https://sjawards.aaas.org/profiles/marlene-weiss>.

Thema. Zugleich hoffen wir, dass ihr wissenschaftlicher Hintergrund an der Journalistenschule und in Redaktionen ansteckend wirkt. Denn es wird wirklich Zeit, dass Journalistinnen und Journalisten aller Ressorts grundlegende wissenschaftliche Konzepte verstehen, wie den Unterschied zwischen Korrelation und Kausalität.

Auf diese Weise wollen wir genau die Vorbilder hervorbringen, die wir in der Post-Truth-Ära dringender brauchen denn je.

Literatur

- Brainard, C. (2009). Science journalism's hope and despair. *Columbia Journalism Review*. https://archives.cjr.org/the_observatory/science_journalisms_hope_and_d.php. Zugegriffen: 20. Febr. 2019.
- Brumfiel, G. (2009). Science journalism: Supplanting the old media? *Nature*, 458, 274–277. <https://www.nature.com/news/2009/180309/full/458274a.html>.
- Columbia Law School. (2019). Silencing science tracker. <http://columbiaclimate-law.com/resources/silencing-science-tracker>. Zugegriffen: 20. Febr. 2019.
- Russell, C. (2006). Covering controversial science: Improving reporting on science and public policy. Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy: Working Paper Series. <https://shorensteincenter.org/covering-controversial-science-improving-reporting-on-science-and-public-policy>.
- Scientists for Science-Based Policy. (2018). Statement to restore science-based policy in government. <https://scientistsforsciencebasedpolicy.org>. Zugegriffen: 20. Febr. 2019.

Henriette Löwisch arbeitete als Nachrichtenredakteurin, Auslandskorrespondentin und Chefredakteurin beim deutschen Dienst der internationalen Nachrichtenagentur Agence France-Presse (AFP). Ihre journalistische Laufbahn begann sie als freie Mitarbeiterin bei der Badischen Zeitung in Freiburg, 1986 bis 1992 absolvierte sie die 25. Lehrredaktion der Deutschen Journalistenschule (DJS) in München und erwarb zugleich das Diplom in Journalistik an der Ludwig-Maximilians-Universität in München. 2017 übernahm sie die Leitung und Geschäftsführung der DJS. Zuvor war Löwisch als Journalistikprofessorin in den USA tätig.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Wissenschaftskommunikation und Social Media: Neue Akteure, Polarisierung und Vertrauen

Carsten Könneker

Dieser Beitrag¹ analysiert, wie soziale Medien die externe Wissenschaftskommunikation verändern: z. B. durch eine Vielzahl Neuer Akteure, von denen einzelne massenmediale Wirkungen erzielen, sowie durch neue Aufmerksamkeits- und Traffic-Ströme für wissenschaftsjournalistische Portale mit Rückwirkungen auf redaktionelle Strategien und Organisationsstrukturen. Auch Forschungseinrichtungen, wissenschaftsfördernde Institutionen und andere Organisationen sind mit eigenen Informations- und Meinungsangeboten zu Wissenschaftsthemen in sozialen Medien aktiv – ebenso wie Akteure mit antiaufklärerischer Agenda und Verfechter von Verschwörungsmysen. Dies provoziert die Frage, ob wissenschaftsskeptische Inhalte in sozialen Netzwerken, jenseits des Filters und der Moderation durch traditionelle Gatekeeper des Mediensystems, in besonderer Weise florieren können. Denn auch zu Wissenschaftsthemen werden Diskussionen in Social Media oft emotional geführt, Communitys mobilisieren und radikalieren sich. Als Erklärung für derlei Polarisierungsphänomene werden mehrere psychologische Effekte angeführt, welche gleichfalls in Offline-Kontexten virulent sind, unter den Bedingungen sozialer Netzwerke

¹Rainer Bromme (Münster) und Arnd Florack (Wien) sei herzlich für die kritische Durchsicht des Manuskripts und wichtige Anregungen gedankt.

C. Könneker (✉)
Spektrum der Wissenschaft, Heidelberg, Deutschland
E-Mail: koenneker@spektum.de

jedoch größere Wirkungen entfalten können. Dies führt dazu, dass sich vorhandene (wissenschaftsskeptische) Einstellungen in Social-Media-Diskursen stärker verfestigen und radikalieren können. Eine forcierende Rolle kommt hierbei verschiedenen technologischen Effekten sowie der (faktischen oder vermeintlichen) Anonymität in Online-Diskussionen zu. Ausgangs diskutiert der Beitrag, wie in digital vernetzten Öffentlichkeiten gesellschaftliches Vertrauen in Wissenschaft gesichert bzw. (wieder-)hergestellt werden kann. Wichtig erscheinen hier einerseits Aspekte der praktischen Wissenschaftskommunikation wie mehr authentische Einblicke in die Motive und Methoden von Forschenden sowie andererseits verbesserte institutionelle Rahmenbedingungen wie mehr Wertschätzung für ein entsprechendes Engagement von Forschenden sowie ein Ausbau einschlägiger praxisorientierter Lehrangebote.

I. Modell der Wissenskommunikation und Neue Akteure

Dieser Beitrag vertritt einen weiten Begriff von Wissenschaftskommunikation, der insbesondere auch den Wissenschaftsjournalismus eingedenk seiner spezifischen Besonderheiten und Funktionen umfasst. Hierzu werden in der Literatur verschiedene Modelle vertreten, die teils jedoch problematisch erscheinen, weil sie nahelegen, fremdvermittelte externe Wissenschaftskommunikation mit Wissenschaftsjournalismus gleichzusetzen (z. B. acatech et al. 2017, S. 21; Dogruel und Beck 2017, S. 142; Schäfer 2017; vgl. Hagenhoff et al. 2007). Tatsächlich macht der Wissenschaftsjournalismus jedoch nur einen – wenn auch nach wie vor bedeutenden und für demokratische Gesellschaften eminent wichtigen – Teil fremdvermittelter externer Wissenschaftskommunikation aus. Doch auch Politiker, die sich zu Wissenschaftsthemen äußern, oder Schriftsteller, die solche in ihren Werken aufgreifen und reflektieren,² wie auch Teile der Popkultur³ praktizieren fremdvermittelte externe Wissenschaftskommunikation, um drei konventionelle, teils traditionsreiche⁴ Beispiele nur anzureißen (Abb. 1). Unter den Bedingungen von Social Media entstand jedoch eine – rasant gewachsene und äußerst heterogene – Gruppe innerhalb der weiteren Akteure, die ich „Neue Akteure der Wissenschaftskommunikation“ nennen möchte: Personen

²Für physikalische Diskurse vgl. z. B. Özelt (2018).

³Für die Darstellung der Lebenswissenschaften in der Popkultur vgl. Allgaier (2019).

⁴Man denke z. B. an das Genre des Wissenschaftsromans, für dessen Tradition in der deutschsprachigen Literatur Werke wie Goethes *Die Wahlverwandtschaften* (1809) oder Hermann Brochs *Die Unbekannte Größe* (1933) stehen.

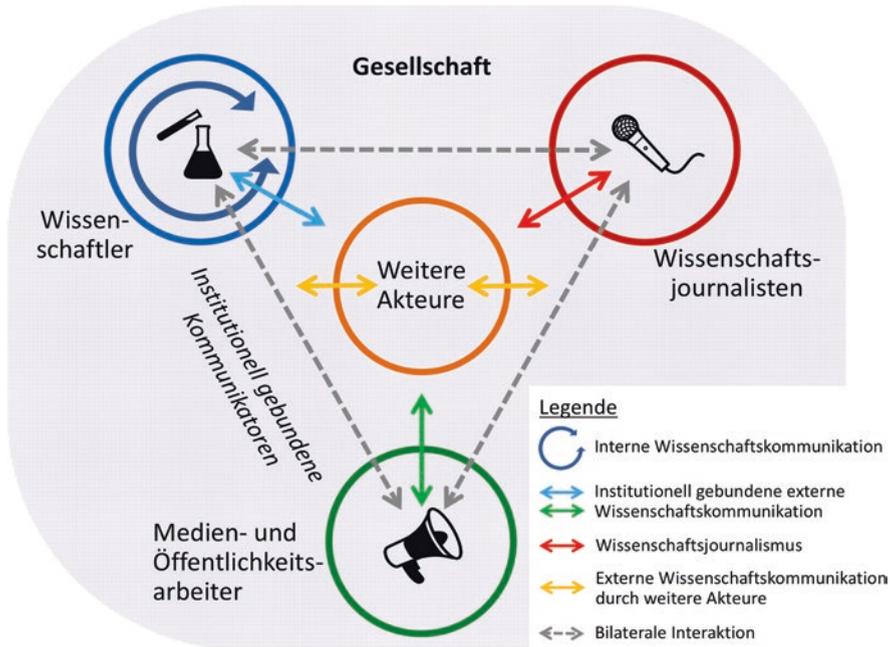


Abb. 1 Modell der Wissenschaftskommunikation nach Akteuren (nach Könneker 2016). Außer Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten praktizieren diverse weitere Akteure fremdvermittelte externe Wissenschaftskommunikation

einerseits ohne Affiliation zu wissenschaftlichen Institutionen – und damit fremdvermittelnd agierend – sowie andererseits ohne Erfüllung redaktioneller Standards wie beispielsweise systematische Überprüfung von Quellen und Vier-Augen-Prinzip – und damit nicht-journalistisch agierend. Sie erweitern das Feld der externen Wissenschaftskommunikation in erheblichem Ausmaß. Ermöglicht wird dies durch die radikal geschrumpfte Zutrittsbarrieren zum (massen-)medialen Betrieb durch die sozialen Netzwerke.

Dass einzelne dieser Neuen Akteure der externen Wissenschaftskommunikation massenmediale Wirkungen erzielen können, zeigen im englischsprachigen Social Web u. a. Beispiele von Youtubern wie Derek Muller, dessen 2010 eröffneter Kanal „Veritasium“ bis Herbst 2018 bei fast einer halben Milliarde Aufrufen⁵ beinahe 5 Millionen Abonnenten erreichte,⁶

⁵Laut Kanalinfo auf YouTube waren es am 12. Oktober 2018 458.607.244 Aufrufe (<https://www.youtube.com/user/1veritasium/about> – Zugegriffen: 12. Oktober 2018).

⁶Laut Übersicht des Kanals auf YouTube waren es am 12. Oktober 2018 4.964.175 Abonnenten (<https://www.youtube.com/user/1veritasium/featured> – Zugegriffen: 12. Oktober 2018). Zur Bedeutung von YouTube für die externe Wissenschaftskommunikation siehe Allgaier (2018).

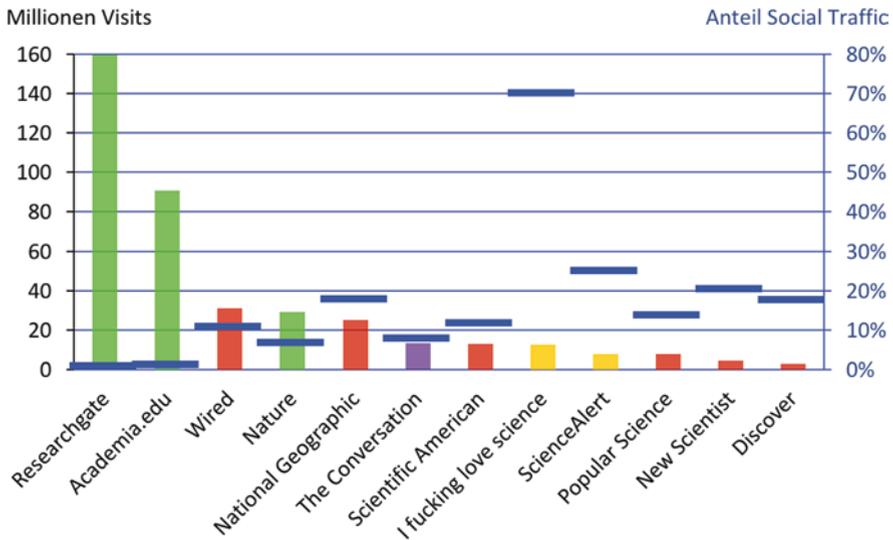


Abb. 2 Zugriffszahlen (in Visits) ausgewählter englischsprachiger Wissenschaftsportale im Monat November 2018 unter Wiedergabe des jeweiligen Anteils an Social Traffic (Daten per Similarweb abgeschätzt). Neben den in grün dargestellten Portalen der internen Wissenschaftskommunikation ResearchGate, Academia.edu und Nature sind in rot Portale journalistischer Provenienz aufgeführt, die jeweils eine populärwissenschaftliche Zeitschrift zum Ursprung haben, nämlich *Wired*, *National Geographic*, *Scientific American*, *Popular Science*, *New Scientist* sowie das *Discover Magazine*. In diese Gruppe stoßen mit vergleichbaren Reichweiten neuere Portale wie *The Conversation*, *IFLScience* und *ScienceAlert* vor, die andere Ursprünge haben (gelb dargestellt: Portale von Neuen Akteuren der Wissenschaftskommunikation, die jeweils aus einer Facebook-Seite hervorgegangen sind; lila: weitere)

oder Hashem Al-Ghaili, dessen Wissenschaftsvideos speziell auf Facebook, aber auch auf YouTube und in weiteren Netzwerken zum selben Zeitpunkt sogar noch reichweitenstärker waren.⁷ Zuerst als Facebook-Seite entstand 2012 zudem das Angebot „I fucking love science“⁸. Elise Andrew, die Urheberin, postete dort mit einer auch dem Journalismus zwar nicht fremden, dessen Funktion im Kern jedoch zuwiderlaufenden Attitüde der Bewunderung für (skurrile) wissenschaftliche Erkenntnisse und erzielte damit schnell erhebliche Resonanz. Erst daraufhin launchte sie mit IFLScience eine eigene Plattform außerhalb von Facebook;⁹ der Ursprung dieses Portals ist indes noch immer

⁷Al-Ghailis reichweitenstärkstes Angebot ist seine „Science Nature Page“ auf Facebook (<https://www.facebook.com/ScienceNaturePage>) mit 30,4 Millionen Abonnenten bei mehr als 10 Milliarden einzelnen Seitenaufrufen – Zugegriffen: 04. Dezember 2018.

⁸<https://de-de.facebook.com/IFeakingLoveScience>; Anzahl der Abonnenten: 24,8 Millionen – Zugegriffen: 04. Dezember 2018.

⁹<https://iflscience.com/> – Zugegriffen: 04. Dezember 2018.

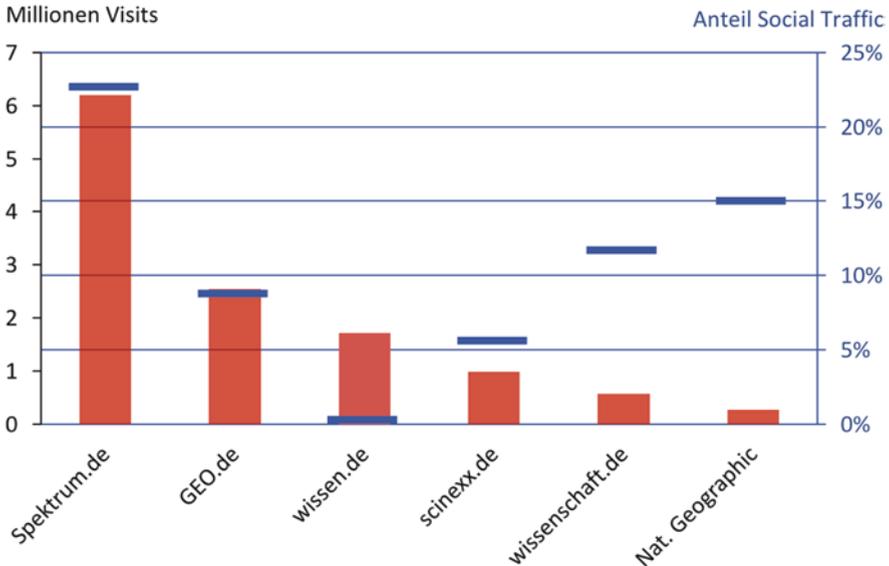


Abb. 3 Zugriffszahlen (in Visits) ausgewählter deutschsprachiger Wissens- und Wissenschaftsportale im Monat September 2018 unter Wiedergabe des jeweiligen Anteils an Social Traffic (Daten per Similarweb abgeschätzt). (Quelle: Autor)

an seinem vergleichsweise hohen Anteil an Social Traffic zu erkennen (Abb. 2). So stammten von den abgeschätzten 12.810.000 Visits von IFLScience im November 2018 70,2 Prozent aus sozialen Netzwerken (und hier fast ausschließlich von Facebook); im Juli 2018 waren es sogar 85,1 Prozent von 31.600.000 Visits.

Als traditionelle Anbieter populärwissenschaftlicher Inhalte, die ihre Geschäftsmodelle immer weiter in Richtung digitaler Angebote weiterentwickeln, stehen Verlage vor der Frage, wie viel Ressourcen sie mit welcher Zielsetzung in das Bespielen eigener Social-Media-Präsenzen investieren (Neuberger 2014); etliche Redaktionen wurden so um das Aufgabenprofil des Community Managements erweitert. Auch bei den einschlägigen deutschsprachigen Portalen spielt die Reichweitengewinnung über soziale Netzwerke teils eine strategische Rolle (Abb. 3). Während der Anteil der über soziale Medien generierten Visits der Portale von *Spektrum der Wissenschaft* sowie der Gruner und Jahr-Titel *GEO* und *National Geographic Deutschland* ähnlich wie die der meisten journalistischen englischsprachigen Portale aus Abb. 2 über das Jahr 2018 meist im Bereich zwischen 10 und 20 Prozent lagen,¹⁰

¹⁰Als Beispiel sind die Zahlen des Monats September 2018 aufgeführt.

rangierten etwa die von der Konradin-Verlagsgruppe betriebenen Portale wissen.de sowie wissenschaft.de (die *bild der wissenschaft* zugehörige Plattform) in den meisten Monaten unterhalb von 5 Prozent, d. h., sie bezogen umgekehrt mehr Traffic-Anteile über Suchmaschinen, Verlinkungen (Referrals) und Direktzugriffe (Directs).

II. Social Media-Nutzung und Wissenschaft auf Facebook

Um die Bedeutung von Social Media für die externe Wissenschaftskommunikation auch im deutschsprachigen Internet genauer fassen zu können, ist es wichtig, sich vor Augen zu führen, in welchen sozialen Netzwerken die Deutschen wie aktiv sind. Laut der bevölkerungsrepräsentativen ARD/ZDF-Onlinestudie (Frees und Koch 2018) waren 2018 31 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren regelmäßig, d. h. wöchentlich oder häufiger, auf Facebook aktiv. Stärker noch, nämlich zu 39 Prozent, nutzten sie Videoportale wie YouTube regelmäßig. Hier ist – anders als bei Facebook, wo der Zuspruch hiesiger Nutzerinnen und Nutzer seit 2016 vor allem bei den unter 30-Jährigen sinkt – im Jahresvergleich ein dynamisches Wachstum zu registrieren, ähnlich wie bei den insgesamt weniger stark, dafür aber bevorzugt von jungen Nutzerinnen und Nutzern frequentierten Netzwerken Instagram und Snapchat (Abb. 4). Twitter ist mit insgesamt 4 Prozent regelmäßiger Nutzung in Deutschland ein vergleichsweise kleines soziales Netzwerk, allerdings mit einer hohen Dichte an Entscheidungsträgern aus Politik und Medien unter seinen Mitgliedern. Knapp die Hälfte der Deutschen nutzt täglich das Smartphone als Zugang zum Internet, gefolgt von stationärem Rechner, Laptop sowie Tablet. Unter den jüngeren Nutzern ist die tägliche Webnutzung per Smartphone mit 86 Prozent noch erheblich stärker ausgeprägt (Abb. 5).

Auf Facebook findet sich ein äußerst mannigfaltiges Angebot deutschsprachiger Beiträge zur Wissenschaftskommunikation. Traditionelle Medienmarken aus dem öffentlich-rechtlichen wie dem privatwirtschaftlichen Bereich, insbesondere populärwissenschaftliche TV-Sendungen und Zeitschriften, sind ebenso vertreten wie beispielsweise Hochschulen, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, Wissenschaftsorganisationen, Akademien, wissenschaftsfördernde Stiftungen, Museen und Ministerien. Darüber hinaus sind auf Facebook namhafte Publizisten wie Eckart von Hirschhausen oder

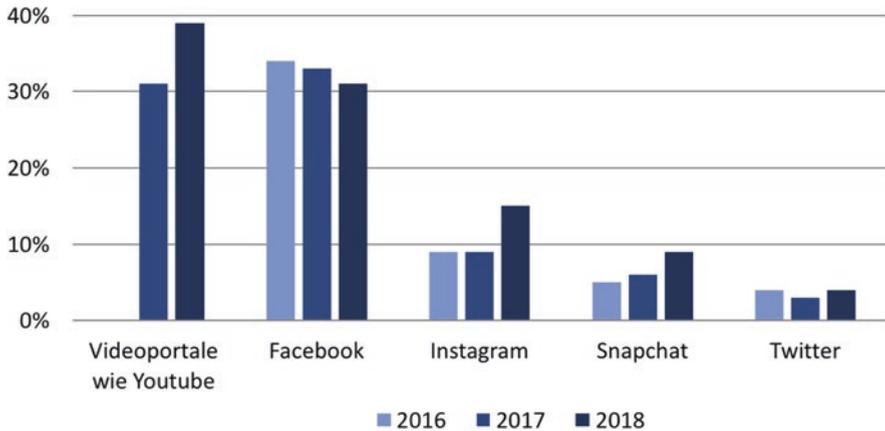


Abb. 4 Entwicklung der Anzahl regelmäßiger (d. h. mindestens wöchentlich aktiver) Nutzerinnen und Nutzer ausgewählter sozialer Netzwerke in Deutschland gemäß ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 bis 2018. Die Angaben zu den Videoportalen für 2016 fehlen, da erst ab 2017 entsprechend erhoben wurde. (Quelle: Autor)

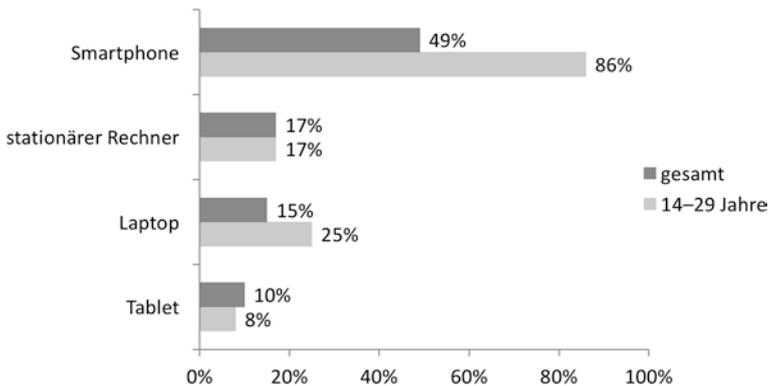


Abb. 5 Regelmäßige Gerätenutzung („Nutzung gestern“) für den Onlinezugang gemäß ARD/ZDF-Onlinestudie 2018, unterteilt in Gesamtbevölkerung Deutschland sowie jüngere Nutzerinnen und Nutzer (14 bis 29 Jahre). (Quelle: Autor)

Ranga Yogeshwar, aber auch – der Breite der Bevölkerung teils eher weniger bekannte – Wissenschaftsyoutuber wie Borja Schwember („Dr. Allwissend“)¹¹ oder Philip Häusser¹² vertreten (Abb. 6).

¹¹<https://www.youtube.com/user/doktorallwissend> – Zugegriffen: 29. Dezember 2018.

¹²Häusser produzierte bis November 2018 für den eigenen YouTube-Kanal „Phil’s Physics“. Seither ist dieses Angebot in dem erweiterten „Breaking Lab“ aufgegangen: <https://www.youtube.com/channel/UCE2hj9CYR57BYhk3TjVVG6w> – Zugegriffen: 29. Dezember 2018.

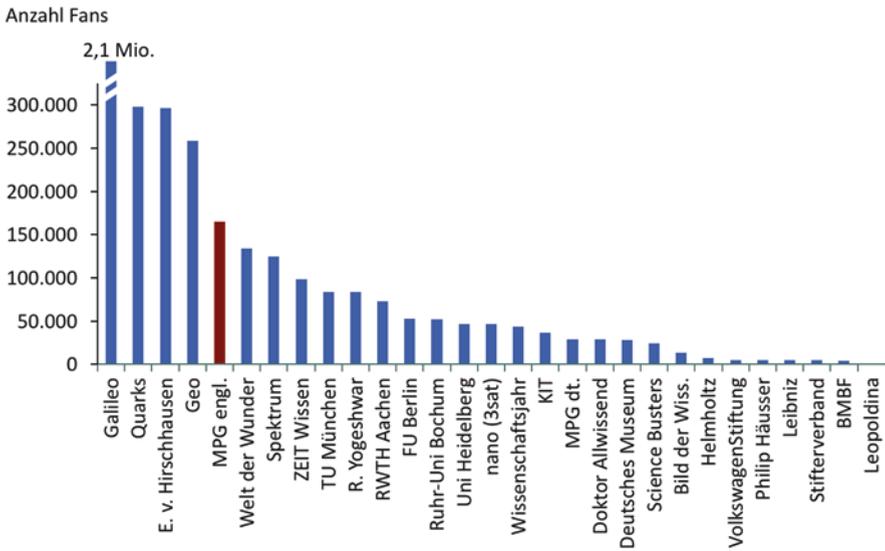


Abb. 6 Deutschsprachige Angebote der externen Wissenschaftskommunikation (Auswahl) nach Anzahl der Facebook-Fans („Gefällt mir“) – Stand: 29. Oktober 2018. In rot dargestellt ist das englischsprachige Angebot der Max-Planck-Gesellschaft. (Quelle: Autor)

Das heterogene Portfolio ist durch Angebote weiterer Akteure zu ergänzen, die dezidiert wissenschaftsskeptische oder antiaufklärerische Inhalte propagieren. Ein Beispiel hierfür ist die Facebook-Präsenz der „German Chemtrail Watchers“¹³, welche den Verschwörungsglauben verbreitet, dass die Kondensstreifen von Flugzeugen nicht auf Abgase zurückgehen, sondern auf absichtlich – etwa regierungsseits – ausgebrachte Chemikalien. Gemessen an ihren Fanzahlen rangierte die Seite 2018 in etwa gleichauf mit jenen der Helmholtz-Gemeinschaft oder der VolkswagenStiftung.¹⁴ Als weiteres Beispiel sei die Facebook-Seite der „Flat Earth Society“ angeführt,¹⁵ welche die Auffassung propagiert, die Erde habe keine Kugelgestalt, sondern sei empirisch belegbar flach. Diese englischsprachige Seite zählte 2018 mehr Fans als die englischsprachige Facebook-Seite der Max-Planck-Gesellschaft.¹⁶

¹³<https://de-de.facebook.com/German-Chemtrail-Watchers-113843298718096/> – Zugegriffen: 13. Dezember 2018.

¹⁴Anzahl der Facebook-Fans (Stand: 29. August 2018): 7111 Helmholtz-Gemeinschaft; 6626 German Chemtrail Watchers; 5215 VolkswagenStiftung.

¹⁵<https://www.facebook.com/FlatEarthToday> – Zugegriffen: 13. Dezember 2018.

¹⁶167.129 Facebook-Fans gegenüber 164.781 (Stand: 29. August 2018).

Die Reichweitenerfolge inhaltlich höchst fragwürdiger Facebook-Seiten wie der genannten erscheinen insbesondere vor dem Hintergrund brisant, dass 54 Prozent der deutschen Facebook-Nutzer nach eigener Einschätzung Nachrichten des Qualitätsjournalismus auf dem sozialen Netzwerk nicht von Falschmeldungen unterscheiden können, da sich die Darstellungen stark ähneln (Edelman Trust Barometer 2018).

Die für Rezipienten nur unzureichend nach Quellen differenzierende Darstellung von Inhalten stellt indes nur eines von mehreren gravierenden Problemen dar. Ein anderes ist die von Algorithmen gesteuerte personalisierte Ausspielung der Inhalte. Das Geschäftsmodell sozialer Netzwerke wie Facebook oder YouTube gründet darauf, Nutzer möglichst intensiv zu involvieren, d. h. zu möglichst vielen Interaktionen zu motivieren und sie dabei möglichst lange auf der jeweiligen Plattform zu halten. Denn die Vielzahl so gewonnener Daten über die individuellen Präferenzen der Nutzerinnen und Nutzer gestattet es den Netzwerk-Betreibern, individualisiert Werbung auszuspielen. Die auf KI-gestützten Big-Data-Analysen basierenden Facebook-Algorithmen etwa erzeugen für jede einzelne Nutzerin, jeden einzelnen Nutzer ein Modell sämtlicher persönlicher Präferenzen; auf Grundlage des Modells der realen Person werden dann solche Inhalte ausgespielt, die diese mit größtmöglicher Wahrscheinlichkeit zu weiteren Interaktionen innerhalb des Netzwerks veranlassen.

Derlei Mechanismen fördern diverse Community-Effekte: Personen mit ähnlichen Einstellungen können sich in sozialen Netzwerken über räumliche und zeitliche Grenzen hinweg identifizieren, miteinander austauschen und – anlassbezogen mitunter auch sehr kurzfristig – gegenseitig mobilisieren. Plakatativ formuliert: Wenn Tausende Menschen in Deutschland den Verdacht hegen, Regierungen ließen zur Eindämmung des Bevölkerungswachstums, zur Manipulation von Gedanken oder für militärische Zwecke gezielt Gifte von Flugzeugen in die Atmosphäre emittieren, dann sind die einzelnen Anhänger dieses Verschwörungsglaubens vergleichsweise isoliert, wenn sie ihre Sichtweise offensiv an den Stammtischen ihrer jeweiligen Wohnorte ausbreiten. Das Web 2.0 indes gestattet es ihnen – wie auch allen anderen Personen, die gleiche Ansichten, Einstellungen und Interessen pflegen –, einander zu finden, sich in ihren Auffassungen gegenseitig zu bestärken, ja sich gemeinsam zu erhitzen. Das macht soziale Netzwerke zu einem Motor gesellschaftlicher Polarisierung – auch, aber längst nicht nur in Bezug auf Wissenschaftsthemen.

III. Psychologische Effekte der Kommunikation und Meinungsbildung

Um die Wucht der Entwicklung genauer zu fassen, werden im Folgenden sieben psychologische Effekte näher erläutert, von denen sechs – auch unabhängig von digitalen Diskursen – bereits in der Literatur beschrieben wurden und als etabliert gelten; der siebte wird im Sinne eines Vorschlags eingebracht. Die übergeordnete These hierbei lautet: Wann immer Menschen Informationen oder Meinungsbeiträge auswählen, untereinander austauschen oder diskutieren, unterliegen sie diesen Effekten in Abhängigkeit etwa von individuellen Persönlichkeitseigenschaften mehr oder weniger stark. Unter den Bedingungen sozialer Netzwerke können die Wirkungen jedoch ungleich größer ausfallen, da andere, auch technologische Effekte, sie verstärken.

Confirmation Bias Hiermit bezeichnen Psychologen den Umstand, dass wir Informationen vorzugsweise so auswählen, deuten und erinnern, dass sie unsere bereits bestehende Sichtweise stützen. Das ebenfalls als Bestätigungsfehler bezeichnete Phänomen wurde bereits für Social-Media-Diskussionen untersucht. So zeigten Anhänger von Verschwörungstheorien und Wissenschaftsinteressierte – bei unterschiedlicher Ausbreitungsdynamik – ähnliche Nutzungsgewohnheiten auf Facebook, wenn sie Neuigkeiten teilten (Del Vicario et al. 2016); in beiden Domänen bildeten sich zudem jeweils homogene, polarisierte Communitys (Echokammern) heraus.

Partisan Bias Dieser Effekt bezeichnet eine Wahrnehmungsverzerrung zugunsten der eigenen Bezugsgruppe. Informationen aus gegnerischen Communitys werten wir ab, inkohärente oder fehlerhafte Informationen aus der eigenen bewerten wir hingegen milder. Als Illustration mag ein Nutzerkommentar auf der Facebook-Seite von *Spektrum der Wissenschaft* dienen, der sich auf einen dort geposteten redaktionellen Beitrag zweier Wissenschaftler zum Thema „Verschwörungstheorien“ bezieht:

Diese Professoren labern aber auch ein Fachchinesisch. Klar ist auf jeden Fall, diese Professoren verdienen ihr Geld mit dem was sie da raus lassen. Was aber mit den Verschwörungstheorien ist, bleibt im Dunkeln. Sinnloses Geschwafel von überflüssigen Wissenschaftlern.¹⁷

¹⁷<https://www.facebook.com/spektrumverlag>, 12. August 2017 – Zugegriffen: 13. August 2017.

Motivated Reasoning Ständig suchen, verwenden und bewerten wir Informationen. Dies tun wir allerdings nicht „neutral“. Vielmehr werden Schlüsse, die wir aus den Informationen ziehen, ständig durch innere Beweggründe verzerrt (Kunda 1990). In diesem allgemeinen Sinne können Confirmation Bias und Partisan Bias als Varianten des Motivated Reasoning angesehen werden. In einem engeren Sinne wird unter Motivated Reasoning jedoch eine Form der Emotionsregulation bei Entscheidungen verstanden, die auf das Vermeiden kognitiver Dissonanz abzielt. Kognitive Dissonanz entsteht, wenn wir gleichzeitig einander widersprechende Wertvorstellungen oder inhaltlich unvereinbare Annahmen zu vereinen suchen. Um den damit einhergehenden psychischen Stress zu regulieren, reagieren wir auf solche Informationen positiv, die stützen, was wir zuvor schon glaubten oder fühlten (Frimer et al. 2017). Zur Veranschaulichung mag dieser Nutzerkommentar zu einem von der Organisation „Ärzte gegen Tierversuche“ auf deren Facebook-Seite geposteten Video dienen, in dem sich ein Notfallmediziner kritisch gegenüber Experimenten an Tieren geäußert hatte:

Vielen vielen Dank für Eure Arbeit und diesen aufschlussreichen Beitrag, er bestätigt das, *was ich schon lange gefühlt habe*, wenn ich von Tierversuchen gelesen oder gehört habe. Ich unterstütze Euch *von ganzem Herzen und aus tiefster Überzeugung*. Es ist ein Wahnsinn was in manchen Laboren passiert.¹⁸

Backfire-Effekt Hierunter fassen Psychologen den Umstand, dass Versuche, inhaltlich falsche Annahmen durch Bereitstellung geprüfter Fakten von neutraler Seite auszuräumen, mitunter bewirken, dass Menschen ihre irrigen Standpunkte im Anschluss umso vehementer vertreten. Wie die zuvor angeführten Effekte ist auch der Backfire-Effekt hinlänglich aus Offline-Diskussionen bekannt und keineswegs speziell an Social-Media-Diskurse gebunden. So wurden Personen mit starken Vorurteilen gegenüber der Grippeimpfung in einer US-amerikanischen Studie noch skeptischer hinsichtlich der Impfung, nachdem man sie mit Sachargumenten des zuständigen Centers for Disease Control and Prevention versorgt hatte (Nyhan und Reifler 2015). In vergleichbaren Social-Media-Settings suchen Menschen offenbar verstärkt die Rückendeckung ihrer jeweiligen Commu-

¹⁸<https://de-de.facebook.com/aerztegegentierversuche>, 8. September 2017 –Zugegriffen: 09. September 2017. Hervorhebungen von C. K.

nitys, nachdem sie mit Gegenargumenten zur eigenen Position konfrontiert werden. So wandten sich Facebook-Nutzer, die Verschwörungsmythen anhängen, ebenso wie solche, die regelmäßig auf redaktionell geprüfte Informationen positiv reagieren, teils noch stärker ihrer jeweiligen Echokammer Gleichgesinnter zu, nachdem sie Beiträge zu lesen bekamen, die ihre eigene Ansicht in Frage stellten. Die Anhänger der Verschwörungsmythen beschäftigen sich dabei allerdings kaum mit Korrekturen, und ihre Sympathiebekundungs- und Kommentarraten für weitere Verschwörungsbeiträge stiegen nach der kontrollierten Interaktion sogar noch (Zollo et al. 2017).

Gruppenpolarisierung Ob offline am Stammtisch oder online in einem sozialen Netzwerk: Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmer äußern sich bevorzugt entlang einer bereits vorherrschenden Stoßrichtung. Die Folge: Gleichlautende Argumente werden wiederholt im Gedächtnis aktiviert und so leichter wieder abrufbar. Nicht nur bei den Sprechern, sondern auch bei den Zuhörern festigen sich vorhandene Einstellungen auf diese Weise weiter. Häufig verschärfen Diskutanten in Debatten zudem den Ton, um mehr Aufmerksamkeit zu erzielen – mit der Folge, dass manche Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Gruppendiskussionen zu extremeren Ansichten neigen als zuvor. Dieses in sozialen Netzwerken häufig zu beobachtende Phänomen wird durch (vermeintliche oder tatsächliche) Nichtverfolgbarkeit weiter verstärkt, denn anonyme Online-Diskussionen führen zu besonders extremen Meinungen (Sia et al. 2002). Zur Veranschaulichung des Effekts mögen die Kommentare zweier Nutzerinnen auf der Facebook-Seite von *Spektrum der Wissenschaft* unter einem dort geposteten homöopathiekritischen Artikel dienen:

Die Schulmedizin hat mehr Denkfehler! Gesunde Zellen zerstören um gesund zu werden?? (Chemo...bringt nichts) Die echte Homöopathie ist nicht Zucker!¹⁹

Der folgende Kommentar wurde rund 10 Stunden später eingestellt:

Verreckt an Eurer Pharmascheisse. Tierversuche, schwere Nebenwirkungen und null Heilung. Hauptsache, Geld fließt in die Taschen der Pharma. Euer Denkfehler ist es, daß es ewig so weitergeht.²⁰

¹⁹<https://de-de.facebook.com/spektrumverlag>, 7. September 2017 – Zugegriffen: 08. September 2017.

²⁰Ebd.

Emotional Contagion Dieser auch unter „Gefühl anstecken“ bekannte Effekt besagt, dass sich Menschen in Gruppendiskussionen an den affektiven Zustand ihrer Peers angleichen. So ist bekannt, dass Facebook-Nutzer nach dem Lesen trauriger oder fröhlicher Kommentare ihrer Freunde selbst häufiger Beiträge in entsprechender Tonlage posten. Dabei verbreiten sich Inhalte, die wütend machen, online besonders erfolgreich (Berger und Milkman 2012).

False News Value Effekt Dieser Effekt wird hier im Sinne eines Vorschlags neu eingeführt. Er besagt, dass Falschmeldungen ein besonders dynamisches Ausbreitungsverhalten (in sozialen Medien, vermutlich aber auch ganz allgemein) zeigen, weil die Teilenden mit ihnen ihr soziales Ansehen stärker steigern können als mit (längst) validierten und (bekanntermaßen) wahren Aussagen. Der Effekt beschreibt damit die Kombination zweier getrennter Phänomene: Zum einen heben Menschen ihr soziales Ansehen, ihre „social currency“, wenn sie wichtige oder überraschende Informationen mit anderen teilen (Berger 2016). Zum anderen teilen sie (in sozialen Medien) Falschmeldungen schneller und häufiger als validierte Nachrichten, wie bereits für Twitter gezeigt wurde (Vosoughi et al. 2018). Unser natürliches Verhalten befördert demnach die Verbreitung von Falschmeldungen, weil diese im Schnitt überraschender erscheinen als wahre.²¹

Die beschriebenen psychologischen Effekte sind unter den Bedingungen sozialer Netzwerke – so die These – im Schnitt wirkmächtiger als in vergleichbaren Situationen der Auswahl und Bereitstellung von Information und Meinung in Offline-Kontexten. Mit anderen Worten: Bereits vorhandene Auffassungen, bestehende Ressentiments und politische Einstellungen manifestieren sich durch Diskurse in sozialen Netzwerken tendenziell stärker, als dies infolge von Offline-Diskussionen der Fall ist, wo die Effekte jedoch gleichfalls auftreten und für alle Menschen – bei individuellen Unterschieden, die vor allem in Persönlichkeitseigenschaften wurzeln dürften – typisch sind. Auf gesellschaftlicher Ebene ist die Folge eine stärkere Polarisierung und Fragmentierung. Und auch bezüglich Sachfragen wird die Gesellschaft unter der Wirkung sozialer Medien gespalten.

Die Tatsache, dass dieselben psychologischen Mechanismen unter Social-Media-Bedingungen im Schnitt stärkere Wirkungen provozieren, liegt u. a. in technologischen Effekten begründet, wie sie charakteristisch für

²¹Da dieser Effekt hier neu vorgeschlagen wird, ist er – anders als die anderen angeführten Effekte – nicht bereits offline erforscht. Es erscheint freilich plausibel, dass er auch unabhängig von digitalen oder sozialen Medien virulent ist – dies jedoch wäre erst noch empirisch zu überprüfen.

Effekt	Umschreibung	Offline-Kontexte	Social Media	Wirkung verstärkt durch
Confirmation Bias	Bevorzugung von Informationen, die uns bestätigen	+	++	<ul style="list-style-type: none"> • Filterbubble-Effekt • Echokammer-Effekt • Quantifizierung und scheinbare Objektivierung des Selbstwerts durch Metriken von Likes, Fans, Retweets usw. • Anonymität (faktisch oder vermeintlich) • Social Bots
Partisan Bias	Informationen der Gegenseite werden abgewertet	+	++	
Motivated Reasoning	Im engeren Sinne: Vermeidung kognitiver Dissonanz bei Entscheidungen	+	++	
Backfire-Effekt	Entgegengebrachte Sachargumente führen zu mehr Widerstand	+	++	
Gruppenpolarisierung	Diskussionsteilnehmer äußern sich entlang vorherrschender Stoßrichtung	+	++	
Emotional Contagion	Angleichung an den affektiven Zustand der Peers	+	++	
False News Value Effekt	Falsche Nachrichten sind wertvoller, da meist überraschender	(+)	++	

Abb. 7 Verschiedene psychologische Effekte tragen dazu bei, dass sich Einstellungen zu (kontroversen) Themen im Zuge der Auswahl und des Teilens von Informations- und Meinungsbeiträgen tendenziell erhärten. Diese Effekte sind auch in Offline-Kontexten virulent, können aber unter den Bedingungen sozialer Netzwerke im Durchschnitt stärkere Wirkungen entfalten. Das hat verschiedene, insbesondere auch technologische Gründe. So fördern die auf Big-Data-Auswertungen durch KI-Systeme basierenden, individuell auf jeden Nutzer zugeschnittenen Interaktionsangebote sozialer Netzwerke Filterbubble- und Echokammer-Effekte. Auch die für soziale Medien charakteristischen Favorisierungsmetriken wie Anzahl von Likes („Gefällt mir“), Followern und Retweets, die (faktische oder vermeintliche) Anonymität in Online-Diskussionen sowie gezielte Manipulation durch automatisierte Diskussions Teilnehmer, sogenannte Social Bots, können zur Verstärkung der Effekte beitragen. (Quelle: Autor)

soziale Netzwerke sind (Abb. 7). Dies sei beispielhaft anhand der Gruppenpolarisierung erläutert. Für die (tatsächliche oder lediglich angenommene) Anonymität in Online-Diskussionen wurde eine verschärfte Gruppenpolarisierung bereits nachgewiesen (Sia et al. 2002). Auch der Umstand, dass der Selbstwert von Nutzern durch die Anzahl ihrer Likes, Follower oder Retweets scheinbar objektiviert wird und Nutzer mit ihren Diskussionsbeiträgen somit in direkte kommunikative Konkurrenz zueinander treten, dürfte Gruppenpolarisierung in sozialen Medien fördern; insbesondere emotionalisierende Äußerungen regen zu stärkerer Interaktion an, werden häufiger favorisiert, geteilt und kommentiert. Da die in sozialen Netzwerken zugestellten Informationen und Meinungsäußerungen seitens der Plattformanbieter vollautomatisch daraufhin ausgewählt werden, jede Nutzerin und jeden Nutzer mit größtmöglicher Wahrscheinlichkeit zur erneuten Interaktion auf der Plattform zu veranlassen, fördern auch Filterbubble-Effekte die weitere Polarisierung innerhalb der Echokammern. Des Weiteren dürfte

ein etwaiges Eingreifen von Social Bots Gruppenpolarisierungseffekte verstärken, sofern die Bots daraufhin programmiert sind, Argumente einseitig zu penetrieren und die Tonlage dabei ggf. noch zu verschärfen.

Zwischenfazit Mehrere in der Mehrzahl gut dokumentierte psychologische Effekte, denen wir alle beim Auswählen und Teilen von Informationen und Meinungen mehr oder weniger stark unterliegen, können zu einer Erhärtung vorhandener Einstellungen führen. Unter den Bedingungen sozialer Netzwerke entfalten die Effekte im Durchschnitt stärkere Wirkungen als in vergleichbaren Offline-Settings. Damit können soziale Netzwerke als eine Ursache steigender gesellschaftlicher Polarisierung und zunehmender Fragmentierung von Öffentlichkeit angesehen werden. Um die zugrunde liegenden Phänomene noch genauer zu fassen und der erheblichen gesellschaftlichen Bedeutung des Phänomens besser gerecht zu werden, müssen technologische, psychologische, soziologische, politik-, medien- und kommunikationswissenschaftliche sowie fachdidaktische Forschungsperspektiven künftig stärker integriert werden.

IV. Vertrauen in die Wissenschaft und Akteure in sozialen Medien

Auch wenn sich vorhandene wissenschaftsskeptische Einstellungen unter den Gegebenheiten sozialer Netzwerke eher manifestieren können, bedeutet das nicht automatisch, dass sich immer mehr Personen entsprechende Positionen zu eigen machen, dass sich also durch die Nutzung sozialer Medien per se Wissenschaftsskepsis ausbreitet. Tatsächlich gibt es keine Hinweise auf eine aktuell wachsende Wissenschaftsskepsis in Deutschland. Laut dem bevölkerungsrepräsentativen Wissenschaftsbarometer 2018 (Wissenschaft im Dialog 2018a) vertrauen 54 Prozent der Deutschen Wissenschaft und Forschung eher oder voll und ganz; 39 Prozent sind diesbezüglich unentschieden; 7 Prozent vertrauen Wissenschaft und Forschung nicht oder eher nicht. Die Zahlen ähneln denen des Vorjahrs: 2017 äußerten 50 Prozent Vertrauen und 12 Prozent Misstrauen; 37 Prozent zeigten sich unentschieden. Ebenfalls stabil sind zentrale Einzelbefunde: Jüngere äußern mehr Vertrauen, Ältere mehr Misstrauen als der Bevölkerungsschnitt; höhere Bildung geht mit mehr Vertrauen einher; Wähler von AfD und Linke äußern im Schnitt mehr Misstrauen²² (Wissenschaft im Dialog 2018b; vgl. Könniker 2018).

²²Jeweils am Ende der Telefonbefragungen des Wissenschaftsbarometers wird die „Sonntagsfrage“ gestellt.

Vertrauen in Experten entsteht einem psychologischen Modell zufolge, wenn Nicht-Experten ihnen Können/Expertise, Integrität und gute Absichten/Wohlwollen zuschreiben (Mayer et al. 1995; Hendriks et al. 2015). Wissenschaftler erhalten demnach positive Vertrauensurteile, wenn ihre Vertrauensgeber davon ausgehen, dass sie erstens über die notwendige Expertise zur Erkenntnisgewinnung und Problemlösung verfügen, zweitens sich in der eigenen Forschungsarbeit an begründbare Methoden und die Regeln ihrer jeweiligen Fachdisziplin halten und drittens durch ihre Forschung Nutzen für andere oder die Allgemeinheit mehren wollen. Die Daten des Wissenschaftsbarometers geben starke Hinweise darauf, dass Misstrauen gegenüber Wissenschaft hierzulande eher selten aufgrund (mutmaßlich) mangelnder Expertise entsteht, sondern weit häufiger wegen (mutmaßlich) unzureichender Integrität oder (mutmaßlich) zweifelhafter Beweggründe der Forschenden sowie speziell durch fragwürdige Abhängigkeiten, in denen diese (mutmaßlich) stehen. Daraus lässt sich folgern, dass die praktische externe Wissenschaftskommunikation stärker auch die Methodik und sogar die Leerstellen von Forschung wie auch die persönlichen Motive der Forschenden explizit machen sollte (Könneker 2018); wertvoll sollten hier Ich-Botschaften der Forschenden selbst sein, da diese von Rezipienten und Dialogpartnern als besonders authentisch aufgefasst werden dürften. Dabei schadet es der Reputation der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler vermutlich auch nicht, wenn Rezipienten feststellen, dass sich Forschende untereinander auch kritisieren – insbesondere dann nicht, wenn sie bereit sind, eigene Fehler einzuräumen (Hendriks et al. 2016).

Für eine derart gestaltete Wissenschaftskommunikation bieten gerade soziale Netzwerke prinzipiell gute Voraussetzungen (Könneker und Luggner 2013): Zum einen sind deren Zutrittsbarrieren – anders als bei journalistischen Massenmedien – gering, zum anderen sind Ich-Botschaften in sozialen Medien gebräuchlich und attraktiv. Darüber hinaus wäre mehr fachliche Expertise in Social-Media-Diskursen, authentisch eingebracht von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern selbst, auch aus gesellschaftlicher Perspektive wünschenswert. Denn bezüglich der Frage, wer hierzulande die Social-Media-Diskurse zu Wissenschaftsthemen prägt, sind dem Wissenschaftsbarometer 2018 starke Hinweise darauf zu entnehmen, dass es keineswegs ein Querschnitt der Gesellschaft ist, der hier aktiv ist. Demnach scheinen insbesondere AfD-Nahe – und damit tendenziell wissenschaftsskeptischer als der Bevölkerungsschnitt eingestellte Personen – die Diskurse über Wissenschaftsthemen in sozialen Netzwerken zu formen. 33 Prozent der Deutschen informieren sich laut Wissenschaftsbarometer 2018 (auch) in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter

über Wissenschaft und Forschung – nicht eingerechnet sind hier Blogs und Videoportale wie Youtube. Doch unter den nur 5 Prozent, die in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter häufig oder sehr häufig Informationen oder Meinungen über Wissenschaft und Forschung selbst posten und somit Diskurse anstoßen, sind AfD-Nahe wahrscheinlich deutlich überrepräsentiert. Dasselbe gilt sowohl für jene 6 Prozent, die Posts zu Wissenschaftsthemen liken oder favorisieren, als auch für jene lediglich 2 Prozent, die diese in Social Media kommentieren (Könneker 2018).

Parteien aus dem populistischen rechten Spektrum stellen nach Ansicht von Beobachtern eine Herausforderung für die Freiheit der Wissenschaft dar, was Erfahrungen in verschiedenen europäischen Nationen belegen, wo sie Regierungsbeteiligung erlangt haben (Nature 2018). Wenn Social-Media-Diskurse zu Wissenschaftsthemen stark von Personen – und hier wahrscheinlich größtenteils von Neuen Akteuren, die sich an populistischen Strömungen oder Parteien orientieren oder solchen anhängen – geprägt werden, berührt das demzufolge gerade auch die Wissenschaft selbst.

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Deutschland bringen sich im Vergleich zu Fachkollegen aus anderen Nationen offenbar deutlich seltener mit ihrer fachlichen Expertise in Social-Media-Diskurse ein. Das legt eine Befragungsstudie mit international rekrutierten Nachwuchsforschenden, Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Lindauer Nobelpreisträgertagungen bzw. des Heidelberg Laureate Forums, nahe (Könneker et al. 2018). So engagierten sich innerhalb eines Zweijahreszeitraums vor ihrer Befragung nur 24,6 Prozent der in den letzten Jahren vor allem oder ausschließlich in Deutschland forschenden bis 35-Jährigen mit ihrer fachlichen Expertise in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter; ihre Kollegen aus anderen europäischen Ländern taten dies zu 32,1 Prozent, Forschende aus den USA zu 40,7 Prozent und solche aus asiatischen Ländern gar zu 52,3 Prozent. Entsprechende Unterschiede bestehen beim Erstellen und Hochladen von Webvideos über die eigene Forschung sowie beim Wissenschaftsbloggen (Abb. 8).

Die Studie liefert zudem mögliche Gründe für die auch bei den meisten Offline-Formaten der externen Wissenschaftskommunikation vorhandene relative Zurückhaltung hiesiger Forscherinnen und Forscher. Zum einen meinen signifikant weniger von ihnen, dass sich ein Engagement in externer Wissenschaftskommunikation für eine Karriere innerhalb der Wissenschaft auszahle. Einer entsprechenden Aussage stimmten nur 51,3 Prozent der 224 befragten hiesigen Nachwuchsforschenden zu. Ihre 744 Kollegen aus anderen Nationen bejahten dies im Schnitt hingegen zu 74,2 Prozent, wobei die Zustimmung bei den in den USA Forschenden am stärksten war (Abb. 9).

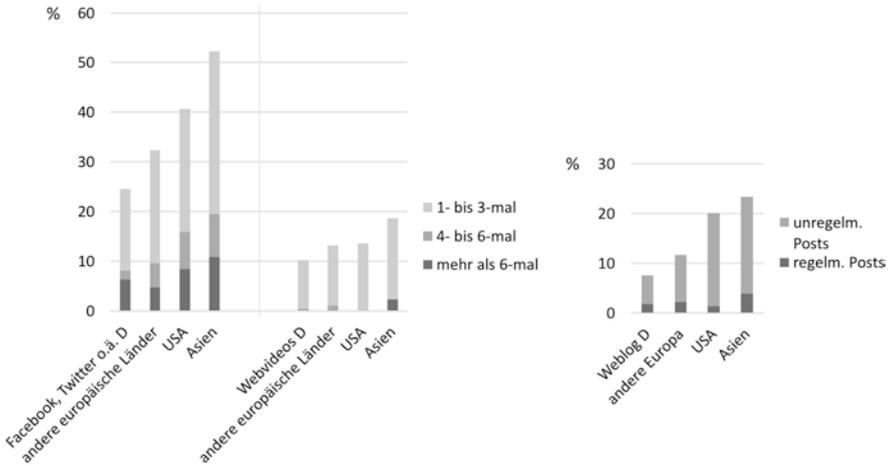


Abb. 8 Selbst genutzte Social-Media-Formate junger Forscherinnen und Forscher für die eigene externe Wissenschaftskommunikation (N = 988; Befragte Deutschland (D) = 224, andere europäische Länder = 272, USA = 214, Asien = 128). (Quelle: Autor)

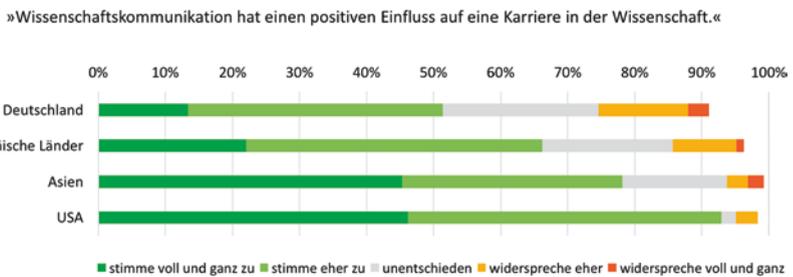


Abb. 9 Hiesige junge Forschende der MINT-Disziplinen sowie der Wirtschaftswissenschaften sind im Vergleich zu ihren Kolleginnen und Kollegen in anderen Ländern deutlich skeptischer bezüglich der Frage, ob sich ein Engagement in externer Wissenschaftskommunikation für eine Karriere innerhalb der Wissenschaft auszahlt (N = 988; Befragte Deutschland = 224, andere europäische Länder = 272, Asien = 128, USA = 214). (Quelle: Autor)

Zum anderen werden künftige Forschende in anderen Ländern offenbar systematischer auf eigene Beiträge zur externen Wissenschaftskommunikation vorbereitet. So beurteilten die in Deutschland forschenden Jungwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler ihre Möglichkeiten, bereits während des Studiums praktische Fertigkeiten in der Vermittlung von Wissenschaft zu erwerben, retrospektiv zu 80,3 Prozent als schlecht oder sehr schlecht und nur

»Manche Hochschulen bieten ihren Studierenden praxisorientierte Schulungen in der Vermittlung wissenschaftlicher Themen an Nicht-Wissenschaftler an. Wenn Sie an Ihr eigenes Studium zurückdenken, wie beurteilen Sie die Möglichkeiten, sich entsprechende Fähigkeiten anzueignen?«

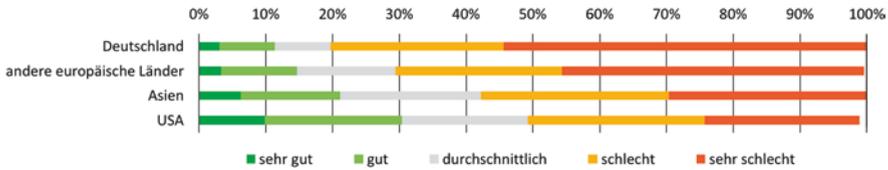


Abb. 10 Im Vergleich zu ihren Kolleginnen und Kollegen, die in anderen Ländern forschen, beurteilen hiesige junge Forschende der MINT-Disziplinen sowie der Wirtschaftswissenschaften die Möglichkeiten, im Studium in praktischer Wissenschaftskommunikation ausgebildet zu werden, retrospektiv deutlich schlechter (N = 988; Befragte Deutschland = 224, andere europäische Länder = 272, Asien = 128, USA = 214). (Quelle: Autor)

zu 11,4 Prozent als gut oder sehr gut. Damit zeichnen sie ein noch düsteres Bild als ihre Kolleginnen und Kollegen in anderen Ländern Europas oder Asien. Die besten Möglichkeiten, sich während des Studiums auf die Praxis der externen Wissenschaftskommunikation vorzubereiten, dürften demnach junge Forschende in den USA haben, die ihre entsprechenden Möglichkeiten rückschauend zu 30,6 Prozent als gut oder sehr gut beurteilten (Abb. 10).

Mehr Anerkennung für persönliches Engagement in externer Wissenschaftskommunikation in den wissenschaftlichen Institutionen und mehr Schulungsangebote, um Hintergrundwissen über den Medienbetrieb sowie praktische Fertigkeiten zu erwerben, erscheinen daher als wichtige Maßnahmen auf dem Weg zu einer Verbesserung der Situation.

Gleichwohl sollte man sich nicht der Illusion hingeben, sämtlichen Herausforderungen einer „post-faktischen“ Mediengesellschaft allein durch intensivere, verbesserte praktische Wissenschaftskommunikation von Forschenden begegnen zu können. Darauf machen Lewandowsky, Ecker und Cook mit ihrem *Technocognition*-Ansatz aufmerksam (Lewandowsky et al. 2017a, b). Sie schließen ebenfalls, dass ein komplexes Zusammenspiel psychologischer und technologischer Ursachen bewirkt, dass sich Fehlinformationen in digitalen Diskursen hochgradig dynamisch und mit besonders nachhaltigen Folgen verbreiten. Adäquate Antworten darauf sollten folglich in erster Linie technologische Maßnahmen unter Beachtung psychologischer Prinzipien darstellen. Konkret schlagen sie etwa die Ausweitung algorithmischer Filterbubble-Radien vor mit dem Ziel, dass auch Inhalte aus anderen Echokammern in den individualisierten Newsfeeds sozialer Netzwerke berücksichtigt werden, oder die Entwicklung von Factchecking-Tools, die falsche Informationen

automatisch identifizieren und kennzeichnen. Diese könnten auf Social-Media-Plattformen integriert werden, um Nutzer vor der eigenen Interaktion auf fehlerhafte Informationen aufmerksam zu machen.

Unter dem Strich jedoch sei die „post-truth malaise“ keine Folge von Kommunikationsversäumnissen, sondern eine gesellschaftliche, ja politische Krise mit technologischen und psychologischen Versatzstücken. Gezielt gestreute Fehlinformationen und eine dadurch geschürte Wissenschaftskepsis stellen demzufolge rationale Strategien zur Verfolgung politischer und ökonomischer Ziele dar. Um die Krise zu meistern, bedürfe es folglich zu allererst eines dezidierten politischen Willens. Vor diesem Hintergrund erscheint eine quantitativ wie qualitativ verbesserte externe Wissenschaftskommunikation in sozialen Medien nur als eine, wenn auch notwendige Bedingung dafür, wissenschaftsbezogene Social-Media-Diskurse performanter zu gestalten und negative Auswirkungen auf die Wissenschaft und ihre gesellschaftliche Verankerung zu verhindern.

Trotz dieser Einschränkung steht in diesem Sinne zu wünschen, dass mehr Forschende die sozialen Medien mit deren Tendenz, vorhandene Einstellungen und Vorurteile zu zementieren, in der eigenen externen Wissenschaftskommunikation berücksichtigen.²³ Es geht um die Glaubwürdigkeit von Wissenschaft, um die Bereitstellung verlässlicher Expertise, authentischer Einsichten und methodischen Know-hows für eine demokratisch-pluralistische Gesellschaft, die in steigendem Ausmaß soziale Netzwerke zur Informations- und Meinungsbeschaffung auch zu Wissenschaftsthemen nutzt. Wo entsprechende inhaltliche Angebote in Social Media schlicht nicht zur Verfügung stehen, können auch politische und technologische Maßnahmen Desinformation und Wissenschaftskepsis kaum eindämmen.

Literatur

- Acatech, et al. (Hrsg.). (2017). *Social Media und digitale Wissenschaftskommunikation. Analyse und Empfehlungen zum Umgang mit Chancen und Risiken in der Demokratie*. München: Acatech.
- Allgaier, J. (2018). Science and medicine on youtube. In J. Hunsinger, L. Klustrup, & M. M. Allen (Hrsg.), *Second international handbook on internet research* (S. 1–21). Dordrecht: Springer.

²³Schäfer (2016) macht in seiner Analyse von disziplinenübergreifenden Befragungen ebenfalls darauf aufmerksam, dass Forschende sowie Institutionen Onlinemedien weniger stark für externe Wissenschaftskommunikation nutzen als andere Akteursgruppen. Sofern sie es doch tun, stehen als wichtigste Motive Unterrichtung der Öffentlichkeit sowie Führen gesellschaftlicher Dialoge im Vordergrund.

- Allgaier, J. (2019). Cool geeks, dangerous nerds, entrepreneurial scientists and idealistic physicians? Exploring science and medicine in popular culture. In A. Görgen, G. A. Nunez, & H. Fangerau (Hrsg.), *Handbook of popular culture and biomedicine* (S. 25–39). Cham: Springer.
- Berger, J. (2016). *Contagious: Why things catch on*. New York: Simon & Schuster.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49, 192–205.
- Del Vicario, M., et al. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554–559.
- Dogruel, L., & Beck, K. (2017). Social Media als Alternative der Wissenschaftskommunikation? Eine medienökonomische Analyse. In P. Weingart, et al. (Hrsg.), *Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter* (S. 123–187). Weilerswist: Velbrück.
- Edelman Trust Barometer. (2018). Global report. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf. Zugegriffen: 19. Nov. 2018.
- Frees, B., & Koch, W. (2018). ARD/ZDF-Onlinestudie 2018: Zuwachs bei medialer Internetnutzung und Kommunikation. *Media Perspektiven*, 9, 398–413. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie-2018/artikel-2018/>.
- Frimer, J. A., Skitka, L. J., & Motyl, M. (2017). Liberals and conservatives are similarly motivated to avoid exposure to one another's opinions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 72, 1–12.
- Hagenhoff, S., et al. (2007). *Neue Formen der Wissenschaftskommunikation. Eine Fallstudienuntersuchung*. Göttingen: Universitätsverlag.
- Hendriks, F., Kienhues, D., & Bromme, R. (2015). Measuring laypeople's trust in experts in a digital age: The Muenster Epistemic Trustworthiness Inventory (METI). *PLoS ONE*, 10(10), e0139309.
- Hendriks, F., Kienhues, D., & Bromme, R. (2016). Disclose your flaws! Admission positively affects the perceived trustworthiness of an expert science blogger. *Studies in Communication Sciences*, 16(2), 124–131.
- Könneker, C. (2016). Wissenschaftskommunikation in vernetzten Öffentlichkeiten. In H. Bonfadelli, et al. (Hrsg.), *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation* (S. 453–476). Wiesbaden: Springer VS.
- Könneker, C. (2018). Vertrauen, Misstrauen, Social Media – Schlüsse aus dem Wissenschaftsbarometer 2018. <https://www.wissenschaftskommunikation.de/vertrauen-misstrauen-social-media-schluesse-aus-dem-wissenschaftsbarometer-2018-19243>. Zugegriffen: 19. Nov. 2018.
- Könneker, C., & Lugger, B. (2013). Public Science 2.0 – Back to the future. *Science*, 342(6154), 49–50.
- Könneker, C., Niemann, P., & Böhmert, C. (2018). Weniger Wertschätzung, weniger Engagement. Zur Situation der Wissenschaftskommunikation in Deutschland. *Forschung und Lehre*, 10, 870–872.
- Kunda, Z. (1990). The case of motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480–498.

- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017a). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6, 353–369.
- Lewandowsky, S., Cook, J., & Ecker, U. K. H. (2017b). Letting the gorilla emerge from the mist: Getting past post-truth. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6, 418–424.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Nature. (2018). Beware the rise of the radical right. *Nature*, 563, 599 (Editorial).
- Neuberger, C. (2014). Social Media in der Wissenschaftsöffentlichkeit. Forschungsstand und Empfehlungen. In P. Weingart & P. Schulz (Hrsg.), *Wissen – Nachricht – Sensation. Zur Kommunikation zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und Medien* (S. 315–368). Weilerswist: Velbrück.
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2015). Does correcting myths about the flu vaccine work? An experimental evaluation of the effects of corrective information. *Vaccine*, 33(3), 459–464.
- Özelt, C. (2018). *Literatur im Jahrhundert der Physik. Geschichte und Funktion interaktiver Gattungen 1900–1975*. Göttingen: Wallstein.
- Schäfer, M. (2016). Wissenschaftskommunikation Online. In B. Heinz, et al. (Hrsg.), *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation* (S. 275–293). Wiesbaden: Springer VS.
- Schäfer, M. (2017). Wissenschaftskommunikation ist Wissenschaftsjournalismus, Wissenschafts-PR ... und mehr. <https://www.wissenschaftskommunikation.de/wissenschaftskommunikation-ist-wissenschaftsjournalismus-wissenschafts-pr-und-mehr-3337>. Zugegriffen: 31. Okt. 2018.
- Sia, C.-L., Tan, B. C. Y., & Wei, K.-K. (2002). Group polarization and computer-mediated communication: Effects of communication cues, social presence, and anonymity. *Information Systems Research*, 13(1), 70–90.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- Wissenschaft im Dialog. (Hrsg.). (2018a). *Wissenschaftsbarometer 2018*. Berlin: WiD. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2018/>.
- Wissenschaft im Dialog. (Hrsg.). (2018b). *Wissenschaftsbarometer 2018: Ergebnisse nach Subgruppen*. Berlin: WiD. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2018/>.
- Zollo, F., et al. (2017). Debunking in a world of tribes. *PLoS ONE*, 12(7), e0181821.

Carsten Könneker ist Chefredakteur von *Spektrum.de* und *Spektrum der Wissenschaft*. Von 2012 bis 2018 bekleidete er den Lehrstuhl für Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsforschung am Karlsruher Institut für Technologie und war am Aufbau des dortigen Studiengangs „Wissenschaft – Medien – Kommunikation“ beteiligt. Von 2012 bis 2015 leitete er zudem als Gründungsdirektor das Nationale Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik).

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





„So wie Müller reden nur Dogmatiker“

Das Format „Müllers Memo“ bei Spiegel Online: ein Werkstattbericht

Henrik Müller

Einleitung

Wissenschaftler, die aus öffentlichen Geldern bezahlt werden, haben die Aufgabe, sich gegenüber der Öffentlichkeit zu erklären. Sie sollten an politischen Debatten teilnehmen, weil sie zur Versachlichung und Aufklärung beitragen können. Sich kontroversen Diskussionen zu stellen, hilft übrigens auch bei der Schärfung der eigenen Argumente. Als ehemaligem Journalisten kommt bei mir noch ein hedonistisches Motiv hinzu: Der öffentlich ausgetragene argumentative Schlagabtausch macht mir Spaß. Deshalb schreibe ich seit Herbst 2013 jede Woche eine Kolumne für *Spiegel Online* („Müllers Memo“). Die Texte erscheinen fast immer sonntags. Meist greifen sie ein wirtschaftspolitisches Thema der bevorstehenden Woche auf, ergänzt um einen kommentierten Terminplan mit den wichtigsten bevorstehenden wirtschaftspolitischen Ereignissen. Insgesamt sind bis Ende 2018 gut 260 Texte erschienen. Dieser „Werkstattbericht“ ist der Versuch einer selbstkritischen Zwischenbilanz, die auf gemessenen Nutzungsdaten und persönlichen Erfahrungen basiert – und so auch ein Schlaglicht auf die Mechanismen öffentlicher Debatten in Zeiten der Aufmerksamkeitsökonomie wirft.

H. Müller (✉)

Institut für Journalistik, Technische Universität Dortmund,
Dortmund, Deutschland

E-Mail: henrik.mueller@tu-dortmund.de

Der Beitrag ist wie folgt gegliedert: Der nächste Abschnitt gibt Einblicke in Ziele, Nebenbedingungen und Arbeitsprozesse bei der Produktion von „Müllers Memo“. Abschn. „[Bitcoin, Trump, Europa: Was gelesen wird – und was nicht](#)“ zeigt, welche Beiträge gut im Lesermarkt ankommen – und welche nicht. Abschn. „[Unverifizierte Ideologie und gequirelter Unsinn](#)“ – [Kommentare von Lesern](#)“ wirft einen Seitenblick auf die Kommentare der Leser in den Foren. Abschn. „[Schlussfolgerungen](#)“ schließlich zieht einige verallgemeinernde Schlussfolgerungen.

Ziele, Nebenbedingungen und Produktionsprozesse

Mit den Kolumnen verfolge ich vier Ziele:

1. Aspekte und Themen herausstellen, die meinem Eindruck nach in der öffentlichen Debatte vernachlässigt werden;
2. Hintergründe und Zusammenhänge auf Basis von nachprüfbaren Fakten (Zahlen!) beleuchten, gerade im Grenzbereich zwischen Wirtschaft und Politik;
3. Gesprächsstoff für eine hoffentlich kontroverse Debatte liefern, damit sich die Leser selbst ein Urteil bilden können;
4. Aufmerksamkeit schaffen: Ein Text muss sich durchsetzen können gegen das allgemeine Grundrauschen der Nachrichten und Aufregungen – was nicht gelesen wird, ist leider nicht viel wert.

Die Memos sind, so gesehen, eine Mischung aus Journalismus und Populärökonomik, aus Aufklärung und Provokation. Die vier Ziele sind nicht widerspruchsfrei. Ziel 1 und 2 laufen tendenziell Ziel 4 zuwider: Ein abgewogener Text über ein Thema, das am Erscheinungstag kaum jemanden interessiert, droht unterzugehen und kaum gelesen zu werden – und damit auch Ziel 3 zu verfehlen. Ein stark zugespitztes Stück zu einem gerade heiß diskutierten Thema, geschrieben im Sound des Alarmismus, erfüllt vielleicht Ziel 1, 3 und 4, aber nicht unbedingt Ziel 2 – der aufklärerische Ansatz bleibt womöglich auf der Strecke. Allen vier Zielen gerecht zu werden gelingt mal besser und mal schlechter, je nach Thema, Anlass, Nachrichtenenumfeld und persönlicher Form (auch ein Kolumnist hat bessere und schlechtere Wochen).

Immerhin haben in den Jahren 2017 und 2018 rund die Hälfte der Stücke sechstellige Leserzahlen erreicht. Ziel 4 erreiche ich also ziemlich häufig.

Was die Beurteilung des Erreichungsgrads der anderen drei Ziele angeht, bin ich als Autor naturgemäß befangen.

Es sei nicht unterschlagen, dass die Zielerreichung diversen Nebenbedingungen unterliegt. Insbesondere:

- Die Gesamtheit der Kolumnen sollte ein konsistentes Bild ergeben. Das ist ein Gebot der Glaubwürdigkeit. Die Texte sollten einander nicht widersprechen, sondern Entwicklungen fortschreiben, mit neuen Fakten konfrontieren und, wenn es gut läuft, gewissermaßen über die Zeit eine Story erzählen.
- Ein Memo sollte beim Lesen möglichst wenig Mühe bereiten. Die Materie mag kompliziert sein, der Text sollte sich so leicht wie möglich konsumieren lassen. Das heißt: Er braucht eine klare These, eine klare Struktur und eine schnörkellose, aber abwechslungsreiche Sprache.
- Ein Text sollte knapp sein. Die Aufmerksamkeitsspannen sind beschränkt, gerade bei Nutzern, die unterwegs oder nebenbei auf dem Smartphone auf die Seite zugreifen. Andererseits sollte ein Stück nicht zu knapp sein – nicht nur um den Inhalt hinreichend differenziert und mit Fakten und Quellen belegt darstellen zu können, sondern auch weil die Verweildauer inzwischen eine wichtige Kennziffer für die Verlage darstellt.
- Der Zeitaufwand muss vertretbar sein. Das heißt: Ich schreibe nicht über jedes Thema, sondern ausschließlich über solche, bei denen ich mich auskenne. Die Produktion inklusive Recherche sollte eher eine Sache von Stunden als von Tagen sein – was nicht ausschließt, dass ich mich gelegentlich in neue Themen, die auf die Agenda kommen, einarbeite.
- Die Memos müssen in die sonstige Themenplanung der Redaktion passen. Ein Text zu einem Thema, zu dem bereits ein Dutzend anderer Artikel erschienen ist, geht mit großer Wahrscheinlichkeit in der Nutzerwahrnehmung unter. Umgekehrt: Einen Text, der völlig neben der Aktualität liegt, wird die Redaktion vermutlich nicht prominent platzieren.

Damit keine Missverständnisse entstehen: Die Redaktion von *Spiegel Online* lässt mir größtmögliche Freiheit. Das betrifft die Themenwahl, die von mir vertretenen Thesen und die Form. Über Ziele und Nebenbedingungen haben ich nie mit den Kolleginnen und Kollegen gesprochen; die oben erwähnten Maximen sind meine eigenen, sie haben sich im Laufe der Zeit implizit herausgebildet. Aber wir alle wissen natürlich, dass das Format „Müllers Memo“ für alle Beteiligten nur befriedigend funktioniert, wenn die Stücke das Interesse einer hinreichend großen Zahl von Nutzern wecken.

Nutzungsdaten bekomme ich selten zurückgespielt, schon gar nicht, wenn eine Kolumne kaum gelesen wurde.

In der Regel schlage ich der Leitung des Wirtschaftsressorts irgendwann am Donnerstag per knapper E-Mail ein Thema vor, insbesondere um zu eruieren, ob es sich mit der übrigen redaktionellen Planung beißt. Gelegentlich bitte ich die Kollegen um thematische Wünsche. Vor dem Erscheinen werden die Texte kompetent redigiert, manchmal gibt es Rückfragen zu Fakten und Formulierungen. Ich mache Vorschläge für Überschriften und Vorspanne („Teaser“), die manchmal von der Redaktion übernommen werden, häufig aber auch nicht.

Bitcoin, Trump, Europa: Was gelesen wird – und was nicht

Tab. 1 zeigt die Top 20 und die Flop 20 der Jahre 2017 und 2018. Ganz oben steht ein Text, der das Phänomen Bitcoin in einen größeren Kontext stellt. Keine andere Kolumne fand so viele Leser. Insgesamt wurde der Text mehr als eine Million Minuten lang genutzt – das sind rechnerisch mehr als 690 Tage. Dabei ist das Stück alles andere als leichte Kost. Es schlägt einen weiten Bogen – von Mutmaßungen über die Natur des Geldes bis hin zur Frage, wohin die Strategie der großen Notenbanken führt. Kostprobe:

Was ist Geld? Klingt nach einer simplen Frage. Aber ganz so leicht ist sie nicht zu beantworten.

In der bevorstehenden Woche wird das Geld im Mittelpunkt stehen. **Mittwoch** wird die US-Notenbank Fed ihren weiteren Kurs bekanntgeben, **Donnerstag** die Europäische Zentralbank (EZB). **Donnerstag** und **Freitag** soll es beim EU-Gipfel nicht nur um den Brexit gehen, sondern am Rande auch um die Zukunft der Eurozone. Währenddessen bläht sich beim Krypto-Geld Bitcoin eine Blase sondergleichen auf; die Kurssprünge der vergangenen Woche waren atemberaubend.

All das hat etwas miteinander zu tun.

Geld hat ein paar magische Eigenschaften. Sein Wert beruht auf einem komplexen Glaubensgebäude, auf Dogmen und kollektiven Überzeugungen. Geld ist letztlich soviel wert, wie wir ihm alle miteinander zubilligen. Wenn der Glaube daran schwindet, geraten Gesellschaften in ernste Schwierigkeiten, weil dann der Maßstab verlorengeht, an dem wir uns messen und mittels dessen wir aushandeln, wer wem was schuldet.

Das mag reichlich esoterisch klingen; schließlich ist der Umgang mit Geld so alltäglich und so technisch geworden, dass von Magie nicht viel zu spüren ist. [...]

Tab. 1 Top 20- und Flop 20-Kolumnen der Jahre 2017 und 2018. (Quelle: Analyse-tool Parse.ly, Stand: 7. Januar 2019)

	Titel	Erschienen
Top 20		
1	Kryptogeld: Warum der Bitcoin-Hype Vorbote eines großen Crashes sein könnte	10.12.2017
2	USA vs. China: Warum Trump diesmal richtig liegen könnte	23.09.2017
3	Wirtschaft und Populismus: Das Ende der Trump-Blase	26.03.2017
4	Neue Weltordnung: Die fünf Feinde der Globalisierung	18.03.2018
5	„Abwärtsrisiken“ für die Weltwirtschaft: Deutschland droht der Realitätsschock	12.08.2018
6	Brexit und die Wirtschaft: Der Abstieg hat begonnen	17.12.2017
7	Deutschland vs. USA: Konflikt mit Ansage	12.03.2017
8	Zinspolitik der EZB: Wenn die Party zu Ende geht	21.01.2018
9	Demokratie in der Demografie-Falle: Landluft macht unfrei	05.08.2018
10	Trotz Pöbeleien und Tabubrüchen: Deutschlands stiller Zuwanderungskonsens	04.11.2018
11	Zukunft der EU: Italien ist die Sollbruchstelle des Euro	27.05.2018
12	Politische Instabilität: Deutschland sucht den Super-Kanzler	11.02.2018
13	Freiheit in Gefahr: Ist der Westen noch zu retten?	21.10.2018
14	G20-Gipfel: Intoleranz gegen Intoleranz	02.07.2017
15	28 Jahre Wiedervereinigung: Deutschland droht die Ausländer-Lücke	30.09.2018
16	EU-Annäherung an Peking: Willkommen in Chinopa	28.05.2017
17	Deutschlands Autofixierung: Wer bremst, verliert	23.07.2017
18	Großbritannien gegen die EU: Europa lässt sich nicht auflösen	18.11.2018
19	30 Prozent Inflation in Argentinien: Die nächste Krise zieht herauf	16.09.2018
20	200. Geburtstag von Karl Marx: Der Kapitalismus geht zugrunde	29.04.2018
Flop 20		
20	Weltwirtschaft: Warum ökonomische Gesetze Populisten ausbremsen	02.09.2018
19	Woche der Entscheidungen: Misstrauen gegen das System	25.02.2018
18	Deutschland nach dem Jamaika-Aus: Die verunsicherte Republik	25.11.2017
17	Kanzlerin in der Krise: Nervöse Demokratie, brüchiges Europa	24.06.2018
16	Europäische Geldpolitik: Immer den Amis nach	16.07.2017
15	Katalonien, Brexit, Trump: Geistige Kleinstaaterei	08.10.2017
14	Müllers Memo: Präsident Xi und die Zombies	15.10.2017
13	Expansive Geldpolitik: Draghis Dilemma	03.09.2017
12	Politik des billigen Geldes: Europas Qualen und Draghis Beitrag	24.04.2017
11	Zukunft der EU: Legt Europa in die Hand der Bürger!	06.08.2018
10	Müllers Memo: Attention, Monsieur Macron!	14.05.2017

(Fortsetzung)

Tab. 1 (Fortsetzung)

	Titel	Erschienen
9	Zehn Jahre nach Lehman: Der Krisen-Knick	09.09.2018
8	Unsichere Wirtschaft: Emanzipation vertagt	22.04.2018
7	Kapitalismus in der Krise: Stresstest für die Demokratie	19.02.2017
6	Zuwanderung: Doch, wir sind ein offenes Land!	15.04.2018
5	Europas Probleme: Auf den letzten Drücker	14.10.2018
4	Wirtschaft, Börsen, Politik 2018: Heiße Zeiten	31.12.2018
3	EU-Wirtschaftspolitik: Globalisierung ist nicht zu stoppen	27.08.2017
2	Klimagipfel in Bonn: Wir sind viel zu pessimistisch	05.11.2017
1	Themen für den Wahlkampf 2017: Eine Strategie gegen die Angst	09.07.2017

Der Aufhänger Bitocin wird hier genutzt, um die Mechanismen des modernen Notenbankings zu erläutern. Ohne Zweifel ein sperriges Thema. Der Text ist lang für ein aktuelles Stück auf einer Nachrichtenwebsite, fast 8000 Zeichen. Doch er verfügt über einen wertvollen Aktivposten: Timing. Das Stück erschien im Dezember 2017, als die Bitcoin-Blase gerade ihr Maximum erreichte. Ein geradezu idealer Zeitpunkt, denn der immer weiter nach oben schnellende Bitcoin-Kurs beflügelte damals die Fantasie vieler (übrigens auch einiger meiner Studenten). Während der Text im Urteil relativ abgewogen war und dementsprechend mein Headline-Vorschlag („Bitcoin, Draghi und die Magie des Geldes“) eher ätherisch klang, entschied sich die Redaktion (glücklicherweise) für eine eindeutige Zuspitzung:

Kryptowährung

Warum der Bitcoin-Hype Verbote eines großen Crashes sein könnte

Unser Geldsystem ist aus den Fugen geraten. Die Notenbanken verpassen den Ausstieg aus ihrer Niedrigzinspolitik, an den Märkten blähen sich Spekulationsblasen auf. Die absurdeste zeigt sich im Bitcoin-Boom.

Das ging in Ordnung; die Tendenz war durch den Text gedeckt.

Schlechter erging es hingegen der Kolumne vom 9. Juli 2017. Leider. Der Text war ein Plädoyer dafür, den damals dahinplätschernden Bundestagswahlkampf mit einem großen Zukunftsentwurf für die Eurozone anzureichern – einer echten, ernsthaften Antwort auf die Vorschläge des französischen Präsidenten Emmanuel Macron. Eigentlich ein kontroverses Thema. Doch das Stück erreichte lediglich ein Zwanzigstel der Leser der Bitcoin-Kolumne. Die Redaktion hatte meinen Headline-Vorschlag („Eine Strategie gegen die Angst“) übernommen – vielleicht zu wenig konkret, oder zu konstruktiv? Erschwerend kamen die beginnenden Sommerferien

hinzu, eine Zeit, in der viele Bürger harte Themen offenkundig lieber meiden. Auch der Text zur Klimakonferenz von Anfang November 2017 („Wir sind viel zu pessimistisch“) – ein Stück, das die enormen Effizienzgewinne bei erneuerbaren Energien in Zentrum der Argumentation stellte – erreichte nur wenige Leser.

Daraus zu schließen, konstruktive Ansätze funktionierten nicht und nur Negativität und Alarmismus locke Leser an, wäre jedoch voreilig. Das Memo auf Rang 2 wird durchaus positiv eingestimmt („Warum Trump diesmal richtigliegen könnte“); es geht um die US-Linie im Handelskonflikt mit China. Das Timing ist in Ordnung, auch wenn man nach einem Dreivierteljahr Zuspitzung im Handelskrieg zum Erscheinungsdatum allmähliche Ermüdung beim Publikum hätte vermuten können. Aber offenbar ist die Headline überraschend genug, in einer ansonsten hochgradig negativ gefärbten Berichterstattung über den US-Präsidenten. Der Text erreichte annähernd so viele Leser wie die Bitcoin-Kolumne.

Nicht selten bin ich überrascht von den Leseresultaten eines Texts, so bei „Deutschlands stiller Zuwanderungskonsens“ (Rang 10). Ein Stück ohne konkreten aktuellen Anlass, mit der abgewogenen These, dass sich die Extrempositionen pro und kontra Zuwanderung inzwischen so weit angenähert hätten, dass sich eine Art neuer Konsens herauszukristallisieren schien, was ich als hoffnungsfrohes Zeichen für die deutsche Diskurskultur wertete. Aber das Thema erregt immer noch viele Gemüter, was auch die große Zahl von 670 Leserkommentaren zeigt (dazu mehr im folgenden Abschnitt).

Manchmal hilft eine spielerische Überschrift („Deutschland sucht den Super-Kanzler“, „Brüssel, wir haben ein Problem!“), Interesse für ein sperriges Thema zu wecken. Doch dieses Rezept funktioniert nicht zuverlässig; „Europas Qualen und Draghis Beitrag“ (über die Nebenwirkungen des expansiven EZB-Kurses) schnitt ebenso mau ab wie „Präsident Xi und die Zombies“ (über eigentlich bankrotte chinesische Staatskonzerne), der kaum mehr Leser erreichte. Manchmal lenkt brutale Zuspitzung die Aufmerksamkeit auf einen intellektuell eher verspielten Text, wie den zum 200. Geburtstag von Karl Marx („Der Kapitalismus geht zugrunde“), der über die Frage spekulierte, mit welchen Phänomenen sich der linke Großdenker heute wohl beschäftigen würde (Rang 20). Doch auch Zuspitzung ist kein Patentrezept: Dass die Probleme des real existierenden Kapitalismus dem Populismus Auftrieb geben und daher einen „Stresstest für die Demokratie“ darstellen, wollten am 19. Februar 2017 nur vergleichsweise wenige Leser wissen.

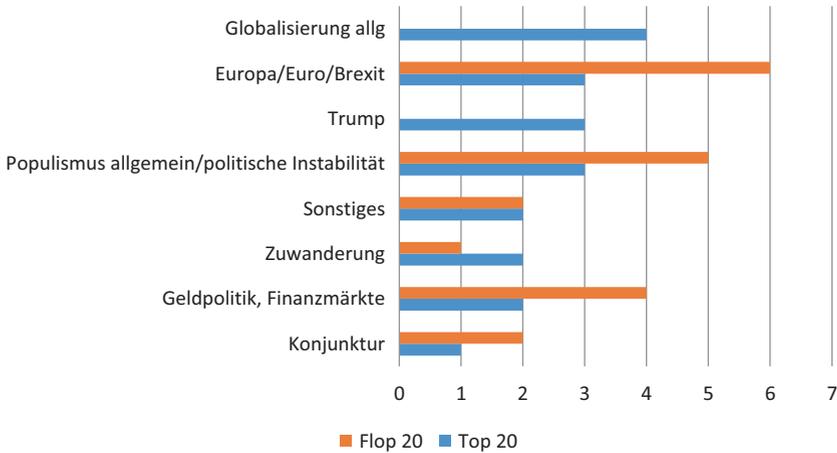


Abb. 1 Themen der Top-20- und Flop-20-Memos der Jahre 2017 und 2018

Welche Themen gut laufen und welche schlechter, ist im Einzelfall schwer prognostizierbar. Abb. 1 zeigt eine Kategorisierung der Top 20/Flop 20 der Jahre 2017 und 2018. Allenfalls lässt sich sagen, dass es Kolumnen zum Thema Europa mit einem konstruktiven Ansatz schwer haben. Negativ gedreht hingegen wird das Thema im Kontext von Krisen (Brexit, Italiens Schuldenprobleme, in früheren Jahren: Griechenland) sehr wohl wahrgenommen. Die Geldpolitik der Europäischen Zentralbank war jahrelang ein Aufreger, inzwischen aber scheint eine gewisse Gewöhnung eingetreten zu sein, bei entsprechend geringerem Leserinteresse.

Neben prinzipiell beeinflussbaren Gründen – interessantes Thema, überraschende These, originelle Überschrift – hängt der Erfolg bei den Lesern von diversen weiteren Faktoren ab, die jenseits der Beeinflussbarkeit durch den Autor liegen, darunter die sonstige Nachrichtenlage und das übrige redaktionelle Programm. Kolumnen, die beispielsweise wegen aktueller Ereignisse erst abends auf der Seite erscheinen, haben es schwerer. Desgleichen hat die initiale Positionierung erheblichen Einfluss auf den Erfolg im Lesermarkt. Ein Text, der zur Primetime ganz oben auf der Website erscheint, hat die besten Chancen. Werktags ist die Primetime morgens etwa zwischen 8 und 9 Uhr, wenn die Leute auf dem Weg zur Arbeit via Smartphone zugreifen oder, am Arbeitsplatz angekommen, erst mal die Nachrichtenlage checken. Sonntags ist die nutzungsintensivste Zeit später. Wie für Online-Texte typisch, folgt die Nutzungsintensität einer Verteilung, die aussieht wie eine etwas windschiefe Gauß'sche Glockenkurve. So hatte der Konjunkturausblick vom 6. Januar 2019 („Dem deutschen Export-

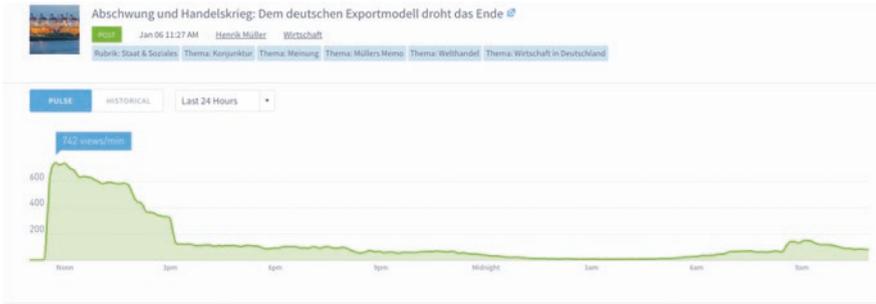


Abb. 2 Nutzungsintensität der Kolumne vom 6. Januar 2019 im Zeitablauf (Screenshot des Analysetools Parse.ly)

modell droht das Ende“) das Glück, um 11.27 Uhr auf Position 1 online zu gehen (Abb. 2). Allmählich bröckeln im Zeitablauf die Zugriffe, sodass der zuständige Chef vom Dienst den Text allmählich auf tiefere Positionen schiebt und irgendwann ganz von der Homepage verschwinden lässt. Gegen 15 Uhr geht die Nutzungsintensität daher stark zurück. Texte, die initial viele Leser erreichen, haben bessere Chancen, in die Empfehlungslisten („meist gelesen“, „meist empfohlen“) aufzutauchen, was einen zusätzlichen Schub bei den Leserszahlen entfacht.

„Unverifizierte Ideologie und gequirelter Unsinn“ – Kommentare von Lesern

Anders als andere Formen des klassischen Journalismus bieten Online-Medien den Lesern die Gelegenheit, Texte zu kommentieren, ohne dabei ihre Identität preisgeben zu müssen. Dadurch entsteht ein öffentlicher Resonanzraum, in dem nicht nur berufsmäßige Journalisten und Publizisten das Wort ergreifen, sondern jede und jeder, der oder die sich dazu berufen fühlt. Verhetzende Äußerungen werden von der Redaktion getilgt. Wenn zu viele diffamierende Äußerungen auf die Redaktion einprasseln, kann es vorkommen, dass die Kommentarfunktion gesperrt wird. Kritik, auch in der Wortwahl harsche, gelangt jedoch reichlich auf die Seiten.

Autoren haben verschiedene Strategien entwickelt, mit den Kommentaren umzugehen. Einige Kollegen greifen sofort nach Erscheinen selbst in die Debatte ein, um einem allzu negativen Spin entgegenzutreten. Manche ignorieren die Lesermeinungen gänzlich. Ich halte es so: In Debatten mische ich mich nie ein. Zum einen möchte ich mich nicht in die Freiräume

der Leser hineindrängen. Zum anderen fehlt mir die Zeit. Und manchmal habe ich dafür auch schlicht nicht die Nerven. Aber wenn ich etwas Muße habe, lese ich durchaus Leserkommentare. Manchmal entspinnen sich dort wunderbar reflektierte und perspektivenreiche Debatten. Der Philosoph Jürgen Habermas, der den „deliberativen Diskurs“ zum Ideal erhoben hat, wäre wohl von dieser Lektüre angetan. So animierte der Beitrag zum 200. Marx-Geburtstag immerhin 132 Kommentare – ein anregender Lese-genuss.

Manchmal allerdings ist das Resultat zum Haareraufen: Aggression, vorgefasste Meinungen, persönliche Angriffe – die allermeisten hinter Pseudonymen versteckt. Da unterstellt dann beispielsweise Kommentarschreiber „hle“, dass eine Kolumne, die eine ziemlich abgewogene Analyse zum Zuwanderungsdiskurs präsentierte – das bereits erwähnte Stück „Deutschlands stiller Zuwanderungskonsens“ – wohl „eine Auftragsarbeit“ sei, „um jedem einzutrichtern, dass man mehr Ausländer braucht“, nämlich mit dem Ziel, die Löhne niedrig zu halten. Zu einem anderen Text schreibt „Sossosos“: „Wie verpeilt muss man eigentlich sein um so einen Nonsens schreiben zu können.“ Ein gewisser „Rubikon2016“ meint, der Memo-Autor litte, „wie viele der gut situierten Menschen in diesem Land darunter, dass sie die Realität nicht mehr wahrnehmen können, da Sie sich offensichtlich in einer Parallelgesellschaft befinden“.

„spon 1873159“ fragt: „Wie lange noch Henrik Müller? Wie lange müssen wir noch solchen Unfug ertragen?“ Ein – oder eine – „Öko Nom“ meint: „So wie Müller reden nur Dogmatiker. Blind gegenüber der Realität. Das sind die wirklich gefährlichen Charaktere für eine Gesellschaft.“ Und so weiter und so fort.

Zu einem Beitrag, in dem ich mich kritisch mit den Protesten der „Gilets Jaunes“ in Frankreich auseinandersetze, hält mir „Soziopathenland“ vor, mein Text sei ein Versuch, „die Gelbwesten niederzuschreiben“. Anlässlich einer Kolumne, in der ich mich mit den Schwierigkeiten des EU-Ausstiegs Großbritanniens beschäftige und die These zur Diskussion stelle, die EU sei womöglich faktisch nicht auflösbar, jedenfalls nicht zu halbwegs vertretbaren Kosten, und man deshalb über Modelle der abgestuften EU-Integration nachdenken solle, schreibt „tailspin“, das sei „alles unverifizierte Ideologie und gequirelter Unsinn“. Einer von 183 Beiträgen.

Ein Kollege fragte mich kürzlich besorgt, ob ich das wirklich alles lese und wie ich das eigentlich aushielte. Nein, ich lese das nicht alles. Und ich halte es aus, weil ich es zunächst einmal gut finde, dass sich Leute aktiv und kritisch mit jenen Themen auseinandersetzen, die ich selbst für wichtig erachte. Im Übrigen glaube ich daran, dass, wer sich mit Meinungsbeiträgen

öffentlich äußert, sich über Kritik, auch beißende, nicht beklagen darf. Wer Leser dazu provozieren will, selbst nachzudenken, sollte nicht beleidigt sein, wenn genau das eintritt, auch wenn einem selbst die Richtung nicht gefällt. Kritik gehört zum Projekt der Aufklärung. Wenn Leser miteinander in Debatten eintreten – umso besser. Auch das findet sich in den Foren: Diskussionen, die sich von meinen Texten lösen und sich verselbstständigen, manchmal über Nebenaspekte, die den Diskutanten besonders wichtig sind. Davon abgesehen: Undifferenzierte Angriffe schätze ich selbstverständlich nicht. Gerade der offene, unmoderierte Diskurs braucht Form und Anstand.

Schlussfolgerungen

Alle, die sich professionell öffentlich äußern, tun dies unter den Bedingungen der Aufmerksamkeitsökonomie. Das gilt für Wissenschaftler genauso wie für Politiker, Journalisten oder Aktivisten. Wer nicht öffentlich wahrgenommen wird, spielt keine Rolle, verliert womöglich sogar seine wirtschaftliche Existenz. Wem an evidenzbasierter Aufklärung und der Verständigung auf vernünftige politische Ziele gelegen ist, sich aber aus dem Diskursgetümmel heraushält, der überlässt den öffentlichen Raum jenen, denen an Polarisierung und Konflikt gelegen ist. Insofern verstehe ich meine eigenen sonntäglichen Texte als kleinen, bescheidenen Beitrag im großen Ringen um den Fortbestand von Vernunft und Liberalität.

Aus meinen wöchentlichen Erfahrungen ziehe ich insbesondere drei vorläufige Schlussfolgerungen:

Erstens: Wellen zu reiten ist gefährlich, aber notwendig. Öffentlichkeiten sind heute durchzogen von Erregungszyklen. Solche „issue-attention cycles“ gab es auch früher; der US-Kommunikationswissenschaftler Anthony Downs hat sie bereits 1972 beschrieben (Downs 1972). Affektzentrierte Öffentlichkeiten produzieren sie allerdings heute in rascher Abfolge. Und es scheint, als habe ihre Dauer ab- und ihre Intensität zugenommen. Diese Zyklen stellen eine zentrale Nebenbedingung dar für alle, die öffentlich wahrgenommen werden wollen. Aber sie sollten eben dies sein: eine Nebenbedingung – nicht das Ziel selbst. Erregungszyklen kann man nutzen, um Themen, Thesen, Argumente und Fakten in die Diskussion zu streuen, die ansonsten unterbelichtet bleiben. Doch die Versuchung ist groß, die Erregungszyklen als Selbstzweck zu nutzen, selbst aufzuspringen, die Emotionen womöglich nochmal zu befeuern mit einer weiteren Zuspitzung und Dramatisierung. Ich spreche in diesem Zusammenhang von „Lärmspiralen“ (Müller 2017). Sie sind hochproblematisch, zumal wenn sie von Populisten in Gang gesetzt

werden. Die Bürger haben nicht selten das Gefühl, dass die wirklich relevanten Themen gar nicht öffentlich verhandelt werden, wie eine Umfrage zum „ARD-Deutschlandtrend“ vom Sommer 2018 zeigte: Die Befragten äußerten dort den Eindruck, in der Debatte werde dem Thema Zuwanderung zu viel Aufmerksamkeit zuteil, während Probleme, die sie selbst in ihrer Lebenswirklichkeit viel stärker beschäftigen, Kapazitätsengpässe in der Pflege oder die Qualität von Schulen beispielsweise, zu wenig berücksichtigt werden (Infratest dimap 2018). Der Grund für diese Schieflage liegt auf der Hand: Über das generelle Thema Zuwanderung kann man trefflich populistisch aufgeheizt streiten; die komplexen Problematiken der Pflege oder der Schulen kennen die Bürger aus eigenem Erleben. Der populistische Kurzschluss funktioniert da nicht. Wer als seriöse Stimme wahrgenommen werden will, sollte auf jene Themen setzen, die man selbst, nach eingehender Befassung, als wichtig und richtig erkannt hat, auch wenn es nur relativ wenige Leser interessieren mag. Mehr als ein Viertel meiner Memos in den Jahren 2017 und 2018 hatten in der einen oder anderen Form Europa zum Thema. Denn ich bin davon überzeugt, dass unser politischer Bezugsrahmen nicht mehr rein national sein sollte, sondern europäisch. Einige dieser Texte schnitten eher dürftig ab, andere landeten unter den Top 20 (s. Tab. 1).

Zweitens: Es ist ein Fehler, die Leser zu unterschätzen. Glücklicherweise gibt es da draußen viele Millionen denkende Menschen, die bereit sind, sich auch auf durchaus anspruchsvolle Argumentationen einzulassen. Der Top-4-Text („Die fünf Feinde der Globalisierung“) ist beispielsweise ein ziemlich kurzes, wenn auch komplexes Stück, das die damals aktuelle Nachrichtensituation anhand großer Abstrakta – von „Institutionen“ bis „Weltordnung“ – zu erhellen versuchte. Der Impuls, zu vereinfachen und zu personalisieren, der in der politischen Kommunikation genauso anzutreffen ist wie im Journalismus, lässt offenkundig eine Menge Bürger zurück: ratlos, frustriert, schlimmstenfalls wütend. Wir sollten diese Leute nicht unterfordern, indem wir zu stark vereinfachen und indem wir ihnen Fakten, Zahlen, Belege, Quellen vorenthalten. Ähnliches gilt für Zuspitzungen. Einerseits basieren die Mechanismen des Internets auf menschlichen Affekten: Das Beängstigende erhält tendenziell mehr Aufmerksamkeit als das Abgewogene, weshalb auch der Online-Journalismus ständig in Gefahr ist, übermäßig zu dramatisieren. Andererseits ist auch Glaubwürdigkeit eine wichtige Währung. Wer ständig „Alarm“ ruft, wird irgendwann nicht mehr ernst genommen, wenn sich nämlich die beschworenen Gefahren doch nicht materialisieren. Leser haben ein Gespür für das Wahrhaftige. An meinem eigenen Schreiben habe ich festgestellt, dass ich im Laufe der Jahre vorsichtiger geworden

bin, was meine Urteile angeht. Auch sprachlich habe ich abgerüstet, eine Reaktion auf all das laute Gedröhne um uns herum. Im Zweifel gilt: Konsistenz ist wichtiger als Klicks.

Drittens: Ein bisschen Demut schadet nicht. Traditionelle demokratische Öffentlichkeiten waren hierarchisch strukturiert. Oben eine Elite aus Politikern, Technokraten und Interessenvertretern, unten das Volk – dazwischen standen die Massenmedien. In mediatisierten Systemen wurde Politik im veröffentlichten Raum verhandelt, wobei Politik und Medien ein sich wechselseitig stabilisierendes Doppelsystem bildeten. Die mediale Öffentlichkeit dieser Ära lässt sich als wohlstrukturierter Raum verstehen, durchzogen von Machtstrukturen, die von einer begrenzten Anzahl von etablierten Akteuren dominiert wurden. Diese Zeiten sind längst vorüber, auch wenn das offenkundig noch nicht alle Akteure verstanden haben. Das Internet seit den 1990er-Jahren und mehr noch das Aufkommen sozialer Medien seit den 2000er-Jahren haben die Strukturen der Öffentlichkeit grundlegend verändert. Dieser Wandel vollzog sich vor allem durch das Einreißen von Zutrittsbeschränkungen. Nun gilt: Jeder kann sich äußern. Jeder wird kritisiert. Die vormalige Ehrfurcht vor Prominenz und Eminenz ist einer Haltung gewichen, die zwischen Skepsis und Abscheu changiert. Diesen Wandel zu ignorieren, wäre töricht. Diejenigen, die sich berufsmäßig öffentlich zu Wort melden – und das gilt gerade auch für Wissenschaftler und Journalisten –, sollten dies in einer Form tun, die ihre eigenen Zweifel nicht verhehlt. Schließlich widerspricht der traditionelle Impuls, als Wissenschaftler so etwas wie ewige Wahrheiten verkünden zu wollen, dem Wesen der Wissenschaft, in der es ja immer nur vorläufige Erkenntnisse geben kann, die jederzeit widerlegt werden können – durch neue Erkenntnisse, Messergebnisse und, gerade in den Sozialwissenschaften relevant, Entwicklungen. Zweifel gehören deshalb zur mentalen Grundausstattung des Wissenschaftlers. Niemand ist in Besitz absoluter Wahrheit. Entsprechend sollten wir öffentlich auftreten.

Literatur

- Downs, A. (1972). Up and down with ecology: The “issue-attention cycle”. *The Public Interest*, 28, 38–50.
- Infratest dimap. (2018). ARD Deutschlandtrend Juli 2018. <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/ard-deutschlandtrend/2018/juli>. Zugegriffen: 19. Febr. 2019.
- Müller, H. (2017). Populism, de-globalisation, and media competition: The spiral of noise. *Central European Journal of Communication*, 1, 64–87.

Henrik Müller studierte Volkswirtschaftslehre und wurde an der Universität der Bundeswehr Hamburg mit einer Forschungsarbeit zur Wechselkurspolitik Europas zum Dr. rer. pol. promoviert. Er absolvierte an der Deutschen Journalistenschule in München eine Redakteursausbildung und arbeitete u. a. für das *Deutsche Allgemeine Sonntagsblatt* sowie den *Stern*. Seit dem Jahr 2000 war Müller für die Zeitschrift *manager magazin* tätig, seit 2009 als stellvertretender Geschäftsführer. 2013 wurde Müller als Professor an die Technische Universität Dortmund berufen, wo er die neugeschaffene Professur für wirtschaftspolitischen Journalismus übernahm. Seine wöchentliche Kolumne „Müllers Memo“ bei Spiegel Online beschäftigt sich mit aktuellen wirtschaftspolitischen Ereignissen. Für seine journalistische Arbeit und als Buchautor wurde er mit mehreren Preisen ausgezeichnet.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Woher nehmen und nicht stehlen?

Der Journalismus und sein Finanzierungsproblem

Franco Zotta

In jeder Epoche muß versucht werden, die Überlieferung von neuem dem Konformismus abzugewinnen, der im Begriff steht, sie zu überwältigen.

(Walter Benjamin 1978, S. 695)

Die Liste der Preisträger des Georg von Holtzbrinck Preises für Wissenschaftsjournalismus¹ liest sich wie ein Who is Who der deutschsprachigen wissenschaftsjournalistischen Szene – kein Wunder, gilt dieser Preis doch seit seiner Gründung 1995 als eine der renommiertesten Auszeichnungen für Wissenschaftsjournalisten hierzulande. In der Preisjury sitzen journalistische Kollegen wie der frühere „Quarks“-Moderator Ranga Yogeshwar, der Wissenschaftsressortleiter Andreas Sentker von der *ZEIT* oder der scheidende *Spektrum*-Chefredakteur Carsten Könneker.

In der Jury sitzen aber auch Nicht-Journalisten wie der DFG-Präsident Peter Strohschneider, wie der Präsident der Leibniz-Gemeinschaft, Matthias Kleiner, oder der Präsident des Stifterverbands für die Deutsche Wissenschaft, Andreas Barner, Mitglied des Gesellschafterausschusses beim Pharmakonzern Boehringer

¹Siehe unter: <https://www.vf-holtzbrinck.de/veranstaltungen/georg-von-holtzbrinck-preis-fuer-wissenschaftsjournalismus.html>.

F. Zotta (✉)

Wissenschaftspressekonferenz e. V., Köln, Deutschland

E-Mail: franco.zotta@wpk.org

Ingelheim. Kann man aus dieser Jurykonstellation den Verdacht ableiten, dass Journalisten, die diesen mit 5000 Euro dotierten Preis annehmen, nicht mehr unbefangenen berichten können über die DFG, die Leibniz-Gemeinschaft oder das Unternehmen Boehringer Ingelheim?

Würde man diese Frage an den bekannten australischen Medizinjournalisten Ray Moynihan richten, würde er das rundweg bejahen. Auf der wissenschaftsjournalistischen Fachkonferenz WissensWerte plädierte Moynihan 2008 dafür, dass Journalisten gar keine Preise annehmen dürften. Sie würden schließlich über ihr Honorar oder das Gehalt bereits für ihre Arbeit entlohnt. Wer Preise annehme, so Moynihan damals, der fröne persönlichen Eitelkeiten, begeben sich mindestens emotional in Abhängigkeit zu einem Gönner und helfe letztlich nur, die Preisstifter als Förderer mit positivem Image aufzuladen. Und im Gegenzug beschädige der ausgezeichnete Journalist dadurch den Nimbus der absoluten Unabhängigkeit des eigenen Berufsstands, weil er Geld von Dritten akzeptiere.

Diese strikte Haltung ist absolut integer. Bedeutet es aber im Umkehrschluss, dass Journalisten, die nicht so strikt wie Moynihan argumentieren, ihre persönliche Integrität beschädigen? Korrumpiert es den Journalismus im Kern, wenn er Geld von Dritten annimmt?

Man könnte diesen grundsätzlichen Fragen mit diversen Relativierungen begegnen. Bezogen auf den oben genannten Preis klänge das dann in etwa so: Es sind doch nur einmalig 5000 Euro, eine solche Summe könne die journalistische Integrität gar nicht tangieren. In der Jury sitzen mehrheitlich Journalisten, insofern sei doch garantiert, dass die Juryentscheidung auf journalistischen Maßstäben basiere und keine anderen Motive die Auswahl dominierten. Man habe weit mehr Zeit in die Recherche der prämierten Arbeit investiert, als dass das gezahlte Honorar diese Arbeit angemessen honoriere; insofern sei das Preisgeld eine nachträgliche Anerkennung dieser herausragenden Bemühungen und allenfalls Motivationshilfe für ähnlich aufwendige Arbeiten in der Zukunft. Und schließlich gebe es auch andere angesehene Berufsgruppen wie Schauspieler, Wissenschaftler oder Politiker, die für besondere Leistungen mit Preisen ausgezeichnet werden, ohne dass man daraus den Vorwurf ableite, die ausgezeichneten Personen verlören dadurch ihre Unabhängigkeit.

Das Problem derartiger Relativierungen ist ein doppeltes: Gegenüber Moynihans gesinnungsethisch rigoroser Position haftet ihnen immer ein gewisser Makel an. Sie klingen wie trotzig Rechtfertigungsversuche eines ertappten Sünders, der von der unangreifbaren Berufsmoral eines renommierten Kollegen beschämt wird und nun nach Hilfsargumenten suchen muss, um die

eigene Inkonsequenz zu kaschieren. Und: Gegen jede Relativierung lassen sich aus der Warte desjenigen, der jede Geldannahme kategorisch ablehnt, wiederum sehr gute Gründe ins Feld führen:

1. Unabhängig von der Summe erzeuge die Annahme von Geld immer Abhängigkeiten, denen man sich nur entziehen könne, wenn man es eben erst gar nicht annehme.
2. Eine Jury, in der Wissenschaftler sitzen, die ihrerseits die Arbeit von Wissenschaftsjournalisten und damit von Menschen begutachten, die über sie selbst berichten, sei ein Widerspruch in sich. Und sei es denn ein bloßer Zufall, dass einige Holtzbrinck-Preisträger für Medien arbeiten, die zur Holtzbrinck-Verlagsgruppe gehören und deren leitenden Redakteure selbst in der Jury sitzen?
3. Zu glauben, die eigene Integrität und Psyche sei völlig immun gegen Schmeicheleien von Institutionen, denen man einen Preis verdanke, sei magisches Denken.

Wie man es auch dreht und wendet: Man steht argumentativ mindestens auf sumpfigem Grund, wenn man versucht, tragfähige Argumente gegen Moynihans gesinnungsethischem Rigorismus zu suchen.

Journalistische Geschäftsmodelle

Zumindest auf den ersten Blick. Auf den zweiten Blick jedoch entdeckt man auch an Moynihans schneeweißer Weste manchen bemerkenswerten Fleck.²

Zunächst: Journalismus nimmt immer Geld. Das spricht nicht für die Annahme von Journalistenpreisen, aber sehr wohl gegen die Haltung, Unabhängigkeit könne es nur geben, wenn man von niemandem Geld akzeptiere. Alle journalistischen Geschäftsmodelle basieren darauf, dass die journalistische Arbeit ganz maßgeblich von Dritten finanziert wird, seien es Abonnenten, Anzeigenkunden, Gebührenzahler, Stiftungen oder Genossen. All diese Konstruktionen sind mit Blick auf ihre Implikationen für die Unabhängigkeit des journalistischen Mediums vielfach kritisiert worden. Wer wie der Autor dieses Beitrags bei der genossenschaftlich organisierten *taz*

²Und das nicht nur deshalb, weil Moynihan inzwischen den Beruf gewechselt hat und drittmittelfinanziert als Forscher arbeitet, sondern weil er darüber hinaus doch Preise für seine medizinjournalistische Arbeit angenommen hat (siehe unter: <https://raymoynihan.org/about>).

gearbeitet hat, kann abendfüllende Vorträge halten über erboste Genossen und Abonnenten, denen beim Anblick ihrer Zeitung speiübel wurde, weil sie dort grässliche Anzeigen von Autokonzernen oder Energieunternehmen entdeckten und infolgedessen die *taz* auf dem Weg zum willfährigen Büttel des allmächtigen Großkapitals sahen.

Die Abhängigkeit vieler Regionalzeitungen von wenigen Großanzeigenkunden ist ebenso häufig Gegenstand publizistischer Forschung gewesen wie der Umstand, dass es Auto- oder Reisetile in vielen Medien allein deshalb gibt, weil das lukrative Anzeigen nach sich zieht. Man muss auch nicht das Mindsetting eines Populisten haben (vgl. Schlamp 2018), um den Umstand zu problematisieren, dass sich führende Medienkonzerne im Besitz von wenigen Milliardären mit starkem politisch-ökonomischen Eigeninteressen befinden (vgl. Herrmann 28. November 2017). Ist es Ausdruck der Unabhängigkeit eines Mediums, dass die *New York Times* und der britische *Guardian* Artikelpatenschaften durch Stiftungen und Mäzene zulassen, die mithilfe der jeweiligen Redaktion massenmediales Agendasetting für Themen betreiben können, die den Geldgebern ein Anliegen sind (vgl. Beisel 5. September 2017)? Und wie alt sind die Vorwürfe gegen die öffentlich-rechtlichen Medien³ und ihre finanzielle wie inhaltliche Abhängigkeit vom parteipolitischen System?

Kein Journalist, auch Ray Moynihan nicht, kann seinem Beruf nachgehen jenseits dieser Strukturen. Und kein Journalist sollte so naiv sein zu glauben, die eigene Unabhängigkeit sei nicht vielfach verwoben mit und tangiert von eben jenen Strukturen, aus denen sich journalistische Arbeit speist. Was folgt daraus?

Für Populisten ist die Antwort wie immer einfach: Systempresse, rufen sie, weg damit! Kann man brüllen, hilft aber nicht. Denn der Witz einer unabhängigen Medienlandschaft ist ja gerade, dass sie dazu verdammt ist, ewig an der Quadratur des Kreises arbeiten zu müssen: Ohne Geld gibt es keinen Qualitätsjournalismus. Mit Geld gibt es ihn. Aber bis zum Beweis des Gegenteils muss er jeden Tag und für alle überprüfbar belegen, dass dieses Geld ihn nicht korrumpiert, dass er trotz diverser Geldströme unabhängig berichtet.

Dieses chronische Dilemma setzt journalistische Akteure permanent einer zuweilen zermürbenden Hermeneutik des Verdachts aus. Aber paradoxerweise erarbeitet sich guter Journalismus so auch jenen Glaubwürdigkeitskredit beim Publikum, von dem seine gesellschaftliche Akzeptanz letztlich abhängt.

³Allein schon die Geschichte der BBC hält hier interessante Lektionen bereit (siehe unter: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/financial-journalism-guidelines/guidance-full>).

Der im vergangenen Jahr veröffentlichte Spielberg-Film „Die Verlegerin“ zeigt diese existenzielle Gemengelage wie durch ein Brennglas: Die *Washington Post*-Verlegerin Katharine Graham und ihr Chefredakteur Ben Bradlee veröffentlichen nach langem Ringen geheime Pentagon-Papiere über den Vietnamkrieg, wissend, dass das den Ruin der Zeitung zur Folge haben könnte, und obwohl Graham und Bradlee enge freundschaftliche Beziehungen zu ranghohen Politikern pflegen, denen die Veröffentlichung das Amt kostet. Warum? Weil sie Journalisten sind und das nun mal ihre professionelle Pflicht ist, lautet die lapidare Antwort des Films.

Das Ende des Anzeigenmodells

Aktuell hat Journalismus aber ein weit größeres Problem als die Abhängigkeit von Geldgebern. Es ist die zunehmende Abwesenheit von Geld, die ihm nun das Genick zu brechen droht (vgl. Zotta 2018). Ein aktueller Bericht über den Niedergang der Schweizer Medienlandschaft (fög 2018) demonstriert das im Detail: Das anzeigenbasierte Geschäftsmodell ist kaputt. Die Online-Erlöse kompensieren die Anzeigenverluste bei Weitem nicht. Die Folgen: eine zunehmende Medienkonzentration inklusive des Verlusts publizistischer Vielfalt, hohe Arbeitsplatzverluste – und keine Hoffnung darauf, dass ein Licht am Ende dieses dunklen Tunnels den Ausweg weisen könnte.

Es wäre (und ist) ein Leichtes, diesen Schweizreport für die Medienstandorte in Deutschland, UK⁴, Kanada⁵, USA⁶ usw. mit gleichem Tenor zu verfassen. Dem Journalismus droht, man muss es in aller Deutlichkeit sagen, der Tod auf Raten.

Diese existenzbedrohende Situation hat zu vielen Suchbewegungen im Journalismus geführt, in deren Zentrum alternative Finanzierungsmodelle stehen. Es gibt Projekte, die maßgeblich von Stiftungen getragen werden (z. B. piqd, Science Media Center, CORRECTIV, ProPublica)⁷. Andere set-

⁴Siehe dazu: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/779882/021919_DCMS_Cairncross_Review_.pdf.

⁵Siehe dazu: <http://www.ourcommons.ca/Content/Committee/421/CHPC/Reports/RP9045583/chpcrp06/chpcrp06-e.pdf>.

⁶Siehe dazu: <https://www.challengegray.com/press/press-releases/media-2018-saw-highest-number-job-cuts-industry-2009>.

⁷Mehr dazu unter: <https://www.piqd.de/about>; <https://www.sciencemediacenter.de/das-smc/finanzierung>; <https://correctiv.org/ueber-uns>; <https://www.propublica.org/supporters>.

zen auf genossenschaftliche Finanzierungskonzepte (z. B. The Correspondent, Republik)⁸. Wiederum andere gründen ihre ökonomische Basis auf Communitybuilding (z. B. MedWatch)⁹ oder kombinieren ebendas zusätzlich mit Micropaymentverfahren (z. B. RiffReporter)¹⁰. Und manche Projekte haben sehr wohlhabende Einzelpersonen für sich gewinnen können, sie maßgeblich zu finanzieren (z. B. The Intercept, enorm, The Marshall Project)¹¹.

All diese Projekte sind wunderbare, innovative Beispiele dafür, wie Journalismus dem Strukturwandel des Mediensystems aktiv zu begegnen sucht. Aber auch keines dieser neuen Projekte entkommt dem zuvor beschriebenen Dilemma, dass der Geldfluss, woher auch immer er in der Hauptsache kommt, Abhängigkeiten erzeugt. Auch diese Projekte begegnen diesem Dilemma so, wie es honoriger Journalismus immer schon getan hat: Sie etablieren Governance-Strukturen, um die Unabhängigkeit der in den Redaktionen arbeitenden Journalisten zu sichern. Sie machen ihre Finanzierungssituation transparent und geben dem Publikum so die Möglichkeit, selbst zu prüfen, ob die Geldgeberstruktur die Themen-selektion und die Inhalte der Beiträge beeinflusst und wie viel Vertrauensvorschuss man infolgedessen dem Medium entgegenbringen kann.

Ein zweites Problem aber löst auch Transparenz nicht: Qualitätsjournalismus kann nur dann seiner Aufgabe gerecht werden, wenn er auf lange Sicht auskömmlich finanziert ist. Denn am Rande des noch vergleichsweise kurzen Weges in eine neue journalistische Zukunft findet sich bereits so manche schwindsüchtige Existenz: lokale Nachrichtenblogs, die ihren laufenden Betrieb nicht refinanzieren konnten (z. B. Heddesheimblog; s. Hirschler 2014) oder am Rande des Existenzminimums agieren (z. B. Prenzlauer Berg Nachrichten; s. Eber 2015), groß gestartete, thematisch breit angelegte Online-Magazine, die nun zum Nischenprodukt mit eher winzigen Abonnentenzahlen mutiert sind (z. B. *Krautreporter*; Niemeier 2016) oder als Special-Interest-Angebot eine Daseinsform fristen, in der weder Autoren noch Redaktion ernsthaft bezahlt werden für das, was sie tun (z. B. *CARTA*),¹² mit der Gefahr, dass sie früher oder später wieder verschwinden (z. B. *Substanz*)¹³.

⁸Mehr dazu unter: <https://thecorrespondent.com/principles>; <https://www.republik.ch/aktionariat>.

⁹Mehr dazu unter: <https://medwatch.de/unterstuetzen>.

¹⁰Mehr dazu unter: <https://www.riffreporter.de/bezahlhinweise>.

¹¹Mehr dazu unter: <https://theintercept.com/about>; <https://enorm-magazin.de>; <https://www.themars-hallproject.org/about?via=navright>.

¹²Mehr dazu unter: <http://www.carta.info/was-ist-carta>.

¹³Mehr dazu unter: <https://www.substanzmagazin.de/substanz-macht-pause>.

All das ist kein Anlass zu Häme und Besserwisseri – im Gegenteil zeigen diese und viele andere Beispiele nur, dass der Journalismus nach dem Zusammenbruch des anzeigenbasierten Geschäftsmodells und trotz jahrelanger Anstrengungen weltweit keine stabile neue Basis gefunden hat, die ihn in der Breite und nachhaltig tragen kann. Man kann die Versuche schon nicht mehr zählen, wo Verlage mithilfe von mal hoch-, mal hinuntergelassenen Paywalls versucht haben, ihre journalistischen Produkte im Netz zu refinanzieren. Am Ende all dieser Monetarisierungsstrategien steht die ernüchternde Einsicht, dass die ökonomische Basis, die in Zukunft massenmedialen Qualitätsjournalismus tragen wird, schrumpft wie die Gletscher in den Alpen im Angesicht des Klimawandels.

Das ist, wie schon erwähnt, kein deutsches, sondern ein globales Problem, ausgelöst durch viele Faktoren, von denen der maßgeblichste die digitale Revolution mit ihren neuen sozialen Kommunikationsplattformen ist, in denen Qualitätsjournalismus als Kostenfaktor offensichtlich keine Überlebenschance hat. Das Erstaunliche ist, dass die Medienkrise eher früher als später auch zu einer Bedrohung für die Demokratie wird, wir aber hierzulande nicht einmal im Ansatz eine öffentliche Debatte darüber führen, wie wir diesem absehbaren Risiko begegnen können. Wir überlassen es stattdessen den großen Zeitungsverlagen, Lobbyarbeit zu betreiben für ihren eher von Verzweiflung getriebenen Versuch, mit fadenscheinigen Argumenten irgendwie neue Geldquellen für ihr sterbendes Geschäft zu mobilisieren (vgl. Eisenring 11. September 2018). Das ist keine Strategie, das ist ein eher mehr als wenig aussichtsloser Überlebenskampf.

Qualitätsjournalismus, das wird nach langen Jahren des weltweiten Suchens nach neuen Finanzierungskonzepten im digitalen Zeitalter deutlich, hat kein stabiles Finanzierungskonzept mehr. Das bedeutet nicht, dass allen Medien der Ruin droht. Aber es bedeutet sehr wohl, dass das Biotop, das bislang die Grundlage darstellt für das gesamte Medienökosystem, trocken fällt. Insbesondere große Pflanzen in diesem System werden diesen Klimawandel nicht überleben – und das bleibt nicht folgenlos für das massenmediale Medienökosystem und die von ihr abhängige Demokratie.

Die Folgen für die Demokratie

Studien zeigen bereits, dass sich Bürger in Regionen, in denen keine Tageszeitung mehr erscheint, messbar weniger zivilgesellschaftlich, ehrenamtlich oder politisch engagieren (Reichel 2018). Ein aktueller Bericht der BBC, der untersucht hat, wie sich Fake News und Desinformation in Ländern

verbreiten, in den die mobile Kommunikation ohne journalistische Intermediäre primär über Plattformen wie WhatsApp abläuft, liefert deutliche Belege dafür, dass dort der öffentliche Raum dysfunktional wird (BBC 12. November 2018). Das heißt: Meinungsbildungsprozesse auf Grundlage geprüfter Informationen werden schwierig bis unmöglich, zum Schaden der Bürger und der Demokratie, aber zum Nutzen ihrer Feinde (Owen 2018).

Ein Beispiel zeigt besonders deutlich, welche Gefahren die beschriebenen medienökonomischen Zersetzungsprozesse gerade für entwickelte Demokratien mit sich bringen: Tageszeitungen sind noch immer das Rückgrat der allermeisten Mediensysteme weltweit. An ihnen hängt zumeist die gesamte Regionalberichterstattung. Ohne sie gäbe es keine Nachrichtenagenturen wie dpa, die ein flächendeckendes, zum Teil weltweites Korrespondentennetz vorhalten. Tageszeitungen beschäftigen die meisten Journalisten, bilden die größten und damit recherchestärksten Redaktionen, sind also das Mediensegment, das die elaborierteste Struktur zur kontinuierlichen Beobachtung gesellschaftlicher Prozesse ausgebildet hat. Kurzum, „newspapers“, wie es die Kommunikationswissenschaftler Nisbet, Kristiansen und Bajak (2018) für die USA unlängst feststellten, „remained at the core of the country’s information ecology, serving as the major source for original reporting on problems, corruption, and policy debates, with this coverage shaping broader discussion, from television news to social media to interpersonal conversations.“

Tageszeitungen sind aber zugleich auch die größten Verlierer der Disruption des anzeigenbasierten Geschäftsmodells (vgl. Pew Research Center 2018). Sie verlieren seit Jahren Einnahmen und infolgedessen Mitarbeiter (vgl. Grieco 2018), haben zusätzlich mit Auflagenschwund zu kämpfen (vgl. Schröder 2018), auf den sie wiederum mit Substanz und publizistische Vielfalt bedrohenden Sparkonzepten reagieren.

Ganz unabhängig von der Frage, ob man nun ein Anhänger der als gestrig geschmähten Holzmedien ist oder nicht: Die in diesen Entwicklungen schlummernde Gefahr ist nicht, dass womöglich bald schon kein Zeitungspapier mehr bedruckt wird. Vielmehr droht der weitgehend ersatzlose Zusammenbruch einer bislang tragenden Säule des Mediensystems mit zahlreichen Kollateralschäden für das Mediensystem insgesamt und damit letzten Endes auch für das demokratische Gemeinwesen, das ohne ein leistungsfähiges Mediensystem dysfunktional wird (vgl. Pöttker 2018; Freedom House 2018).

Denn wenn man den Einschätzungen kundiger Medienbeobachter folgt, dann kompensiert der neu entstandene Online-Journalismus diesen Verlust nicht (Lobigs und Neuberger 2018). Im Gegenteil, wie der Medienökonom

Frank Lobigs unlängst in einer Expertise für die Schweizer Medienkommission gerade mit Blick auf die unübersehbare Binnendynamik der neuen, digitalen Online-Medienwelt festgehalten hat:

Gleichwohl erhebt die Expertise den Anspruch, jene Neu- und De-Institutionalisierungsprozesse, die die publizistischen Auswirkungen des Übergangs in ein neues Paradigma der Ökonomie digitaler Medieninhalte massgeblich prägen, plausibel nachvollziehbar – und hoffentlich unter Evozierung des einen oder anderen ‚Aha-Erlebnisses‘ – zu beschreiben. Die gänzlich unromantische *Grundthese* besteht hierbei darin, dass der Paradigmenwechsel zu einem Prozess der *De-Institutionalisierung* eines *gesellschaftlich-relevanten Onlinejournalismus* führen wird, der durch einen *Neu-Institutionalisierungsprozess pseudo-journalistischer* Angebote parallel begleitet wird. (Lobigs 2016/2017, S. 5 f.).¹⁴

Was in Lobigs Grundthese unübersehbar mitschwingt, ist die mit Händen zu greifende Sorge im Angesicht eines hochdynamischen, kaum steuerbaren Prozesses, an dessen Ende nicht weniger als das gesamte Qualitätsmedien-system, wie wir es bis dato kennen, in Trümmern liegt – mit dem untrennbaren Effekt, „that a crisis in civic culture, tied to a loss of news capacity, is unfolding, one requiring a mass mobilization of organizational resources and professional expertise that remain in short supply“ (Nisbet et al. 2018).

Anders als hierzulande hat diese offensichtliche Gefahr in den USA bereits seit Längerem zu einer regen medienpolitischen Debatte geführt. Es zeichnen sich dort, sehr grob zusammengefasst, zwei Tendenzen ab:

1. Sehr reiche Menschen kaufen sich Zeitungen oder ganze Zeitungs-imperien zusammen (vgl. Henkel 18. Juni 2018; Leonhard 13. November 2018), – nicht deshalb, weil sie besser als die kriselnden Verlage wüssten, wie man mit Zeitungen Geld verdienen kann, sondern weil sie so reich sind, dass sie mit den Zeitungen im Grunde gar kein Geld

¹⁴Er ergänzt diese besorgniserregende These mit dem wichtigen Hinweis auf eine daraus folgende, zusätzliche Strukturnotwendigkeit, nämlich die „Einsicht, dass ein *effektiver Service public* für Qualitätsjournalismus im neuen [digitalen, F.Z.] Paradigma *immer* auch – *und zu einem grossen und wachsenden Anteil* – ein *‚Content Marketing für guten Content‘* mitumfassen muss.“ Demnach müssten auch dafür „neue, umfangreiche Budgets einkalkuliert und eingesetzt werden, die es dem *Service public* ermöglichen, sich für das neue Paradigma *quasi selbst in eine mit allen nötigen Kompetenzen und Mitteln ausgestattete digitale Content Marketing Agentur zu transformieren*, freilich in eine Agentur ausschliesslich für ‚guten digitalen Content‘ – namentlich in eine Digitalagentur für *wirksamen digitalen Qualitätsjournalismus im neuen Paradigma*.“ (Lobigs 2016/2017, S. 61).

verdienen müssen. Stattdessen motiviert sie im besten Fall, zum Erhalt eines Kulturgutes beizutragen (vgl. Dye 28. November 2018; Lewis 2018; Smith 2018). Und im nicht so guten Fall die Aussicht darauf, sich mit am Ende vergleichsweise wenig Geld eine reichweitenstarke, einflussreiche Plattform für eigene Anliegen gesichert zu haben (vgl. Herrmann 28. November 2017).

2. Allein im Zeitraum von 2010 bis 2015 haben insgesamt 6568 US-Stiftungen 1,8 Milliarden (!) Dollar für 32.462 journalistische Non-Profit-Aktivitäten gestiftet. Die lesenswerte Studie von Nisbet et al. (2018) zeigt, dass die Mittel vor allem in das Segment „Public Media“ geflossen sind, also in einen Bereich der Medien, der bislang von (privatwirtschaftlich organisierten) massenmedialen Angeboten bestimmt war und der aus den schon genannten Gründen besonders stark vom Verlust des Geschäftsmodells tangiert ist.

Was hier deutlich wird ist nicht nur das gewaltige Ausmaß des Engagements, sondern auch, auf wie vielen Ebenen US-Stiftungen versuchen, den Medienstrukturwandel zu begleiten und zu gestalten.

Von derartigen Verhältnissen¹⁵ und von einem solchen Problembewusstsein sind wir in Deutschland Lichtjahre entfernt (siehe zum überschaubaren Engagement deutscher Stiftungen auf dem Feld des Journalismus Friedland und Konieczna 2011, S. 40–46). Hierzulande gilt es bereits als großes Stiftungsinvestment, wenn ein tolles Start-up wie das noch junge medizinjournalistische Blog „Medwatch“ mit 10.000 Euro unterstützt wird.¹⁶ Um nicht falsch verstanden zu werden: Dass Stiftungen diesen Preis verleihen, ist ohne jeden Zweifel ehrenwert und wertvoll. Doch zugleich zeigt sich darin auch das ganze Dilemma der deutschen Situation: Trotz analoger Strukturprobleme des Mediensystems fehlt momentan noch die Bereitschaft, dieser für die Demokratie so zentralen Herausforderung problemadäquat und substanziell zu begegnen. Man muss es so drastisch formulieren: Der Qualitätsjournalismus befindet sich mitten im größten Überlebenskampf seiner Geschichte – und die deutsche Gesellschaft schaut ihm vor allem beim Sterben zu.

¹⁵Vgl. dazu den aktuellen Report „Global Media Philanthropy“, der u. a. zeigt, wie sehr das Medienengagement europäischer Philanthropen hinter dem zurückfällt, was im gleichen Zeitraum Philanthropen in den USA investiert haben <https://mediainpactfund.org/wp-content/uploads/2019/03/Gates-Report-Final-3-26-19.pdf>.

¹⁶Mehr dazu unter: <https://netzwerke.com>.

Ein mögliches neues Finanzierungsmodell

Getrieben von der Sorge um den Wissenschaftsjournalismus, den die beschriebene Strukturkrise aufgrund seiner zumeist kleinteiligen Ressortstruktur noch existenzieller trifft als andere journalistische Felder – und das angesichts einer gesellschaftlichen Wirklichkeit, die inzwischen in jedem Politikfeld mit komplexer Wissenschaft konfrontiert ist, deren Implikationen und Herausforderungen sich nicht von selbst erschließen –, haben Reinhard Hüttl und Volker Stollorz kürzlich einen neuen Vorschlag formuliert: Sie regen die Gründung einer „Stiftung für Wissenschaftsjournalismus“ an. Das Stiftungskapital, so die Autoren, könne „aus der öffentlichen Forschungsförderung und aus privaten Mitteln kommen“. Die Stiftung solle „die Aus- und Weiterbildung von Journalisten aller Ressorts fördern“ und zudem „als Experimentierraum für neue journalistische Formen“ dienen. (Hüttl und Stollorz 11. Oktober 2018) Es gelte in einer Gesellschaft, in der Wissenschaft für politische Entscheidungen immer wichtiger werde, auch die journalistische Beobachtung der Wissenschaft zu verbessern – Augmented Science Journalism sozusagen.

Der Vorschlag geriet schnell in die Kritik. Hauptvorwurf: Wer als Journalist Geld vom Staat nehme, verliere seine Unabhängigkeit. Schlimmer noch: Wenn Wissenschaftsjournalisten gefördert würden von jenem Ministerium, das für die Forschungsförderung zuständig ist, verliere er die professionell notwendige Distanz zu einem gewichtigen Teil seines täglichen Berichtserstattungsfeldes (König 2018; vgl. Helmholtz-Gemeinschaft 2019).

Das klingt auf den ersten Blick, ähnlich wie das eingangs erwähnte Argument des australischen Medizinjournalisten Ray Moynihan zum Umgang mit Journalistenpreisen, sehr plausibel – und ist es beim genauen Hinsehen doch auch nicht.

Zunächst: Warum sollte der Journalismus seine Unabhängigkeit verlieren, wenn er das Geld einer derart finanzierten Stiftung annimmt? Gibt die Rosa-Luxemburg-Stiftung ihre kommunistusaffine Haltung auf, weil sie sich ausschließlich aus Steuermitteln eines bürgerlich-kapitalistischen Staates finanzieren lässt? Hat die katholische Kirche ein kritikloses, affirmatives Verhältnis zur Regierung, weil allein diese darüber entscheidet, wie viel Steuergeld in die katholische Begabtenförderung Cusanuswerk fließt? Ist die Wissenschaft unfähig, sich kritisch mit dem Gebahren des Staates innerhalb und außerhalb der Wissenschaft auseinanderzusetzen, weil sie ohne staatliche Mittel schlichtweg nicht existieren könnte? Und ist die deutsche Kulturlandschaft bevölkert von lauter staatsergebenen Künstlern, nur weil der Staat Museen, Theater oder Filmförderungstiftungen unterhält?

Die Herkunft des Geldes allein erzeugt offenbar kein unauflösbares Dilemma.¹⁷ Vielmehr hängt die Frage der Unabhängigkeit des Geförderten maßgeblich davon ab, unter welchen formalen Bedingungen wer Unterstützung erhalten kann. Selbstverständlich ist eine Governance denkbar, in der der Staat zwar Kapital zur Verfügung stellt, aber keinen Einfluss auf die Vergabe der bereitgestellten Mittel nimmt. Das funktioniert aus unterschiedlichen Gründen beispielsweise bei der DFG ebenso wie bei der Filmförderung von Bund und Ländern, beide zu 100 Prozent ausgestattet mit staatlichen Mitteln. (In welcher Weise Unabhängigkeit und Nachhaltigkeit eine Herausforderung sind für stiftungsfinanzierte Projekte, erläutern Schnedler und Schuster 2015, S 42–46).

Plausibler erscheint hingegen der zweite Vorwurf, Wissenschaftsjournalisten sollten sich nicht ausgerechnet von jenem Ministerium fördern lassen, über dessen politisches Gebahren sie kritisch und unabhängig berichten sollen. Aber auch hier lohnt ein detaillierterer Blick: Würde eine Stiftung für Wissenschaftsjournalismus gezielt Themenrecherchen fördern, einzelne Medien finanzieren oder diese gar infolge kontinuierlicher Förderung auf Dauer in finanzielle Abhängigkeit von der Förderstiftung geraten, sähe sich die Stiftung aus guten Gründen diesem Verdacht ausgesetzt. Doch müsste die von Hüttl und Stollorz propagierte Stiftung einer solchen Förderlogik folgen?

Nimmt man die oben beschriebene Analyse der Medienkrise zum Maßstab, dann ist klar, dass keine Stiftung denkbar ist, die finanziell überhaupt in der Lage wäre, zum Beispiel eine Tageszeitung auf Dauer vor dem Untergang zu retten. Und aus dem Gesagten sollte ebenfalls deutlich geworden sein, dass man der Medienstrukturkrise nicht dadurch sinnvoll begegnet, dass man versucht, den unwiederbringlichen Wegfall des bisherigen Geschäftsmodells zu kompensieren.

¹⁷Und das gilt, auch wenn eine hartnäckig sich haltende, sehr verbreitete Folklore (bedauerlicherweise auch und gerade unter Journalisten) permanent den Eindruck erweckt, es genüge, auf Geldflüsse zu verweisen, um Akteure und ihre Arbeit in ein fragwürdiges Licht nackter Eigeninteressenverfolgung zu rücken. Interessanterweise wird auch das Wissenschaftssystem regelmäßig mit dem zersetzenden Verdacht konfrontiert, das (staatliches) Geld keine gute Wissenschaft ermöglichen, sondern am Ende nur eine Art von staatshörigem Vasallentum der Wissenschaftler hervorbringe. Häufig kaschiert hier aber der eher billige Vorwurf fehlender Unabhängigkeit die Unfähigkeit des Kritikers, sich mit den Produkten wissenschaftlicher Forschung so substanziell auseinanderzusetzen, dass er an ihnen selbst den formulierten Anfangsverdacht auch erhärten kann. Der fatale Nebeneffekt hier wie auch in der Auseinandersetzung mit neuen Finanzierungsstrukturen im Journalismus ist, dass komplexe Wirklichkeiten mithilfe des Interessenbegriffs so zurechtgestutzt werden, dass man die komplexe Wirklichkeit hinter dieser simplen Inszenierung, dass ein jeder Träger von Interessen ist, gar nicht mehr zu verstehen sucht. Im Grunde fängt qualitätsjournalistische Recherche und Wahrheitssuche aber erst an diesem Punkt an.

Blickt man auf die Aktivitäten der US-Stiftungen, dann erkennt man aber, dass diese ihr Engagement vor allem als flankierende *Transformationshilfe* in Zeiten des Strukturwandels begreifen. Das bedeutet: Die US-Stiftungen halten nicht künstlich moribunde Medienakteure am Leben, sondern ermöglichen es finanzschwachen Start-ups überhaupt, innovative Konzepte für einen Journalismus im digitalen Zeitalter auszuprobieren. Sie helfen völlig neuen Institutionen wie dem weltweit beachteten, gemeinnützigen Investigativrecherchebüro ProPublica dabei, ein substanzielles Angebotsportfolio zu entfalten, das anschließend vom bestehenden Mediensystem kostenfrei genutzt werden kann. Derartig riskante, mindestens auf mittlere Sicht nicht aus sich selbst heraus finanzierbare, aber für die Gestaltung des Medienstrukturwandels unverzichtbare Projekte können ohne Förderung durch Dritte nicht entstehen und auch nicht gedeihen.

Da man in der deutschen Stiftungslandschaft aber weitgehend vergeblich nach potenten Stiftungen¹⁸ sucht, die eine solche Funktion einnehmen könnten, fehlt es hierzulande schlicht an der nötigen Förderinfrastruktur, an die sich Start-ups und Träger gemeinnütziger neuer Konzeptideen wenden können. Die Gründung einer eigenen Stiftung, deren einziger Daseinszweck es wäre, solche Innovationen zu ermutigen und zu unterstützen, könnte zumindest in dieser Hinsicht die dringend benötigte Abhilfe schaffen, mithin ein *dringend benötigter Anfang* sein.

Aus dieser Gründungsintention folgt schon, dass die Sorge unbegründet ist, eine solche Stiftung würde sich in Interessenkonflikten aufreiben, sollte sie mit Mitteln aus dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gegründet werden können. Worin sollten diese Interessenkonflikte bestehen? Der Zweck der Stiftung wäre ja eben nicht, thematische wissenschaftsjournalistische Recherchen/Projekte zu befördern, die womöglich Überschneidungen hätten zu Förderschwerpunkten des BMBF. Die Stiftung würde sich allein dem Ziel verpflichtet fühlen, im Geiste der Transformationshilfe Strukturen zu befördern, die es dem Wissenschaftsjournalismus ermöglichen würden, ein künftiges mediales Biotop hervorzubringen.

¹⁸Eine große Ausnahme ist die in Nordrhein-Westfalen gegen erhebliche Widerstände 2015 ins Leben gerufene Stiftung Vor Ort NRW, die ausschließlich in Nordrhein-Westfalen Medienexperimente fördert. Die Stiftung wurde inzwischen wieder aufgelöst und firmiert nun als gemeinnützige GmbH unter dem Dach der Landesmedienanstalt (<https://www.vor-ort.nrw/ueber-uns/wer-wir-sind/>). Überdies haben einige wenige Stiftungen wie die Klaus Tschira Stiftung, die Brost Stiftung oder die August Schwingenstein Stiftung mithilfe ihrer Förderung einzelne neue journalistische Entitäten zum Leben erweckt (Science Media Center, CORRECTIV, piqd).

Welche wissenschaftsjournalistischen Pflanzen dort später wurzeln und gedeihen, entscheiden allein unabhängig besetzte Stiftungsgremien. Unabhängig meint hier, dass nicht die Geldgeber über die Förderanträge entscheiden, sondern berufene Experten aus Journalismus und Journalismusforschung, die fachlich in der Lage sind, die journalistische Substanz eines Antrags zu erkennen, und die zugleich Weitsicht genug besitzen, um das Projekt und seine Chancen vor dem Hintergrund des rasanten ökonomischen und technischen Strukturwandels der Öffentlichkeit richtig zu verorten.

Eine derartige Förderorganisation würde überhaupt und somit erstmals ermöglichen, dass der Wissenschaftsjournalismus praktisch erproben kann, ob er Wege findet, seine gesellschaftlich unverzichtbare Einordnungsfunktion in neu zu schaffenden Strukturen zu übertragen, weil die bisherigen Strukturen unwiederbringlich verloren gehen. Er könnte, ähnlich dem Science Media Center, neue Intermediärkonzepte erproben, indem er zum Beispiel zentral wissenschaftsjournalistische Dienstleistungen erbringt und diese anderen Redaktionen und Journalisten kostenfrei zur Verfügung stellt. Warum nicht mithilfe einer Stiftung ein Science Center für Computational Science Journalism gründen? Warum keine Akademie entwickeln, die dem Wissenschaftsjournalismus hilft, kostenlos den Zugang zu besten wissenschaftlichen Primärquellen zu eröffnen? Weshalb kein gemeinnütziges Lab schaffen, das Tools wie etwa den ExpertExplorer¹⁹ weiterentwickelt, die wissenschaftsjournalistische Recherchen nach Experten und Daten erleichtern oder die Auswertung und Visualisierung großer Datenmengen vereinfachen? Wieso keinen neuen Akteur befördern, der in Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern Verifikations-Werkzeuge für Journalisten erforscht und bereitstellt, die Desinformationskampagnen in sozialen Medien und Fake News enttarnen können? Warum nicht Beratungs- und Professionalisierungs-Strukturen aufbauen, die auch Journalisten ohne regelmäßigen Kontakt in die Wissenschaft die Beobachtung derselben erleichtern, weil die Wissenschaften und ihre Disziplinen von außen einem undurchdringlichen Dschungel an Expertisen gleicht?

¹⁹Verfügbar unter: <http://94.130.185.175/#>.

Ausblick

Ideen wie diese und andere gäbe es vermutlich zu Genüge. Doch bislang fehlt es den Trägern dieser Ideen an einer Institution, an die man mit derartigen Ideen herantreten kann und die hilft, sie rasch und unbürokratisch umzusetzen, und das mit langem Atem. Eine Stiftung für künftigen Journalismus über Wissenschaft wäre genau diese Institution, mit deren Hilfe der Wissenschaftsjournalismus den Strukturwandel des Mediensystems aktiv gestalten könnte.

Natürlich weiß auch der Autor dieses Textes, dass Unabhängigkeit das höchste Gut im Journalismus ist. Und hätten wir in Deutschland auch nur eine annähernd so risikofreudige wie spendable Stiftungslandschaft wie in den USA, müsste man über die Idee einer primär durch staatliche Mittel ermöglichte Stiftung zur Unterstützung des Wissenschaftsjournalismus wohl nicht reden. Aber der Text sollte deutlich gemacht haben, dass alle Finanzierungskonzepte für den Journalismus, sowohl die bislang praktizierten als auch jene, die sich für die Zukunft womöglich neu abzeichnen, die Unabhängigkeit des Journalismus herausfordern und ihn zwingen, Antworten für die jeweils mit dem Finanzierungsmodell verknüpften Unabhängigkeitsrisiken zu finden. Die Antwort, grundsätzlich auf staatliche Unterstützung zu verzichten, kann dabei keinen per se höheren moralischen Status für sich reklamieren als jene, die darauf setzt, sich von Mäzenen, Stiftungen oder Communitys tragen zu lassen.

Der Kommunikationswissenschaftler Markus Lehmkuhl hat sich schon vor einigen Jahren in einem sehr lesenswerten Text mit der Frage befasst, unter welchen Bedingungen es statthaft wäre, Geld von Dritten für die journalistische Arbeit zu nehmen (Lehmkuhl 2014). Ausgehend von einem Bewertungsschema, das die beiden neuseeländischen Philosophen Peter Adams und Fiona Rossen entwickelt haben, formuliert Lehmkuhl drei ethische Prüfsteine/Risikodimensionen:

- Verlust oder Einschränkung der Unabhängigkeit
- Verlust von Reputation und Glaubwürdigkeit
- Risiken für die Zusammenarbeit in einer Redaktion.

Lehmkuhls Analyse zeigt sehr schön, dass diese Risikodimensionen prinzipiell für alle journalistischen Finanzierungskonzepte gelten, für die neuen ebenso wie für die tradierten. In Österreich etwa finanziert das dortige Forschungsministerium seit fast zwei Jahrzehnten die Wissenschaftsseiten

renommierter Tageszeitungen direkt. In der Schweiz haben zwei renommierte Stiftungen eine Wissenschafts-PR-Agentur gefördert, die mithilfe dieser Förderung in einer Gratis-Zeitung eine Wissenschaftsseite produziert hat. Solche und andere Beispiele erzeugen begründete Skepsis, ganz unabhängig davon, ob nun in dem einen Fall der Staat und in dem anderen Stiftungen als Finanzier fungieren. Das Problem ist hier weniger die Quelle, aus der das Geld stammt, als vielmehr die Konstruktion und die damit einhergehenden, unvermeidbaren Kollateraleffekte, die letztlich die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit dieser Projekte untergraben und überdies große Organisationsrisiken nach sich ziehen.

Der neuralgische Punkt künftiger Finanzierungsmodelle ist also nicht so sehr, woher das Geld stammt. Vielmehr muss für jedes Projekt eine Güterabwägung *innerhalb* der drei von Lehmkuhl formulierten Rahmenbedingungen erfolgen. Die entscheidende Frage lautet dann: Überwiegen die Vorteile, die sich aus den eingeworbenen Mitteln mit Blick auf das intendierte journalistische Ziel ergeben, die möglichen Nachteile, die sich in der Öffentlichkeit und in der geförderten journalistischen Redaktion durch die externe Finanzierung ergeben können?

Ausgehend von diesem Bewertungsraster erscheint so manche Entwicklung in jüngerer Zeit in einem anderen Licht. So anerkennenswert es zum Beispiel ist, dass immer mehr NGOs in den USA dazu übergehen, journalistische Recherchen zu finanzieren, weil das tradierte redaktionelle Mediensystem diese Recherchen eben nicht mehr selbst hervorbringt, so fragwürdig ist es grundsätzlich, wenn Journalismus zum verlängerten Arm von Agendasetting-Strategien Dritter mutiert (vgl. Weissenburger 3. November 2018). Die Kolonialisierung des öffentlichen und medialen Raumes durch Interessengruppen birgt enorme Glaubwürdigkeits- und Unabhängigkeitsrisiken für den Journalismus, ganz unabhängig davon, ob man den journalistischen Beiträgen auf Anhieb ansieht, wer die Recherchen finanziert hat.

Einer Stiftung mit den oben skizzierten Förderschwerpunkten jedoch kann man meines Erachtens diesen Vorwurf gerade nicht machen. Zwar basiert ihre Initialfinanzierung auf staatlichen Mitteln – aber daraus folgt weder, dass sich das in ihrer Governancestruktur niederschlagen muss, noch, dass die von ihr geförderten Projekte zum verlängerten Arm des Forschungsministeriums werden. Gemäß des Lehmkuhlschen Bewertungsrasters ist eine Stiftungsstruktur denkbar, die auf Grundlage staatlicher Finanzierung unabhängig Start-ups und Intermediäre fördern kann.

Aber damit die Stiftung überhaupt als Transformationshilfe fungieren kann, muss es sie erst einmal geben. Das kann, das soll, das muss der Staat ermöglichen, auch weil aus genannten Gründen kaum andere potente

Akteure zur Verfügung stehen und es zudem keine Zeit mehr zu vergeuden gilt, soll die Transformationshilfe der Stiftung noch konstruktiv auf die beschriebene Krise des (Wissenschafts-)Journalismus einwirken können. Nichts spricht dagegen, die Initialförderung durch das Forschungsministerium zu ergänzen und auszuweiten um weitere Geldgeber, die eine solche Stiftung mit weiterem Kapital anreichern – wünschenswert ist das allemal. Eine Studie der Hamburg Business School und des Hans-Bredow-Instituts, die sich mit der Frage befasst hat, wie zukünftig trotz Medienkrise noch ebenso kostspieliger wie gesellschaftlich notwendiger investigativer Journalismus ermöglicht werden kann, formuliert ein Fazit, das ohne Abstriche auch Stiftung mit weiterem Kapital anreichern Stiftung mit weiterem Kapital anreichern Stiftung mit weiterem Kapital anreichern und eine ihn fördernde Stiftung gelten kann: Je pluralistischer die Finanzierungsformen, desto geringer das Risiko sachfremder Kontrolle durch Kapitalgeber. Das Forscherteam empfiehlt daher in diesem Fall der EU (also einem staatlichen Akteur), sowohl gemeinnützigen als auch gewinnorientierten Journalismus zu unterstützen. „Reine Marktmechanismen“, so die Autoren, „werden nicht zu einem zufriedenstellenden Level von investigativem Journalismus führen.“ (Clement et al. 2018)

So sieht es aus. Und nicht anders.

Für einen wissenschaftsjournalistischen Berufsverband wie die Wissenschafts-Pressekonferenz (WPK), für die der Autor dieses Textes tätig ist, erwachsen aus dem Gesagten vielfältige Herausforderungen. Denn die bisherige Arbeit der WPK und jedes anderen journalistischen Berufsverbandes basiert auf der stillschweigenden Annahme, dass das Biotop, in dem journalistische Arbeit verwurzelt ist, zwar vielfältigen Wandlungen unterliegt, aber nicht substantiell bedroht ist. Was aber, wenn der Realitätsbezug dieser Annahme zunehmend schwindet?

Für dieses Worst-Case-Szenario sind nicht nur die hilflos agierenden Verlage nicht gerüstet. Auch die Organisationen, die sich als Anwälte qualitätsjournalistischer Anliegen verstehen, haben bislang auf diese Maximalbedrohung nicht adäquat reagiert, weil sie strukturell und konzeptionell auf eine Medienwelt ausgerichtet sind, die sich gerade in atemberaubender Geschwindigkeit auflöst. Die bloße Klage darüber, dass die alte Medienwelt schwindet und die neue für Journalisten vor allem Härten und Zumutungen zu bieten hat, ist keine zukunftssträchtige Strategie.

Sinnvoller scheint mir, wenn sich Verbände aus der bisweilen lähmenden Fixierung auf die Entwicklungen in taumelnden Verlagen und kriselnden Sendern lösen. Sie könnten sich stattdessen neu positionieren als zivilgesellschaftliche Kraft, die neue Finanzierungskonzepte entwickelt für zukünftig tragfähigen Journalismus. Sie könnten Architekten ganz neuer

Aktionsbündnisse zwischen Journalismus, Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und öffentlichem Sektor werden, die die Überzeugung eint, dass eine gedeihliche Entwicklung der Demokratie ohne einen starken, unabhängigen und kompetenten Journalismus nicht zu haben ist. Freilich wäre ein Kollateraleffekt dieser partiellen Neuausrichtung, dass Verbände auch mit ihren journalistischen Mitgliedern intensiver als bisher darüber diskutieren müssen, wo genau die Schmerzgrenzen zwischen neuen Bündnissen und innovativen Finanzierungskonzepten auf der einen und dem journalistischen Anspruch, seinem Beruf in Freiheit und Unabhängigkeit nachgehen zu können, auf der anderen Seite verlaufen. Diese Einsichten werden nicht konfliktfrei zu haben sein. Doch diese Auseinandersetzung lohnt sich.

Zumindest weit mehr, als das Warten darauf, dass der Markt allein ein neues Geschäftsmodell für den Journalismus gebiert. Wer die berühmte Eingangssequenz aus dem Western „Spiel mir das Lied vom Tod“ kennt, der ahnt jedenfalls, dass bloßes langes Warten schlussendlich kein glückliches Ende nimmt.

Literatur

- Armour-Jones, S., & Clark, J. (2019). Global media philanthropy. What funders need to know about data, trends and pressing issues facing the field. <https://mediainc.org/wp-content/uploads/2019/03/Gates-Report-Final-3-26-19.pdf>. Zugegriffen: 9. Apr. 2019.
- BBC. (12. November 2018). Nationalism a driving force behind fake news in India, research shows. <https://www.bbc.com/news/world-46146877>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Beisel, K. M. (5. September 2017). Gutes Geld. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/medien/journalismus-gutes-geld-1.3652201/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Benjamin, W. (1978). Über den Begriff der Geschichte. In R. Tiedemann & H. Schweppenhäuser (Hrsg.), *Gesammelte Schriften* (2. Aufl., Vol. I.2, S. 691–704). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Cairncross, F. (2019). The cairncross review. A sustainable future for journalism. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/779882/021919_DCMS_Cairncross_Review_.pdf. Zugegriffen: 9. Apr. 2019.
- Challenger, G., & Christmas, Inc. (2019). 2018 media job cuts report. <https://www.challengergray.com/press/press-releases/media-2018-saw-highest-number-job-cuts-industry-2009>. Zugegriffen: 9. Apr. 2019.

- Clement, M., Lepthien, A., Schulz, P., & Loosen, W. (2018). *Research report: Alternative models of financing investigative journalism*. Hamburg: Hamburg Business School & Hans-Bredow-Institut. https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/Publikationen/cms/media/p21vfeg_Financing-JournalismClement_et_al_180627.pdf. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Dye, J. (28. November 2018). ‚Journalism needs champions‘: Philanthropist donates \$100 million for new institute. *The Sydney Morning Herald*. <https://www.smh.com.au/national/journalism-needs-champions-philanthropist-donates-100-million-for-new-institute-20181128-p50iwn.html>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Eber, J. (2015). Jeder Abonnent per Handschlag: Die Prenzlauer Berg Nachrichten als Offenbarungseid der Paid Content-Strategie. <https://pixeloekonom.de/2015/05/23/jeder-abonnent-per-handschlag-die-prenzlauer-berg-nachrichten-als-offenbarungseid-der-paid-content-strategie/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Eisenring, C. (11. September 2018). Das Zombie-Gesetz der Zeitungsverleger. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/wirtschaft/das-zombie-gesetz-der-zeitungsverleger-ld.1418114>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft. (2018). Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz – Hauptbefunde. https://docs.wixstatic.com/ugd/440644_fe13dbccc9bd46379b7ae36a78e72c53.pdf. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Freedom House. (2018). Freedom in the world 2018: Democracy in crisis. <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2018/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Friedland, L., & Konieczna, M. (2011). *Finanzierung journalistischer Aktivitäten durch gemeinnützige Organisationen in den USA*. TU Dortmund, Institut für Journalistik. http://mediafunders.net/projekt/wp-content/uploads/2011/07/Studie_Stiftungsfinanzierter_Journalismus_in_USA_final.pdf.
- Fry, H. (2017). Disruption: Change and churning in Canada’s media landscape. <http://www.ourcommons.ca/Content/Committee/421/CHPC/Reports/RP9045583/chpcrp06/chpcrp06-e.pdf>. Zugegriffen: 9. Apr. 2019.
- Grieco, E. (2018). Newsroom employment dropped nearly a quarter in less than 10 years, with greatest decline at newspapers. Pew Research Center. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/07/30/newsroom-employment-dropped-nearly-a-quarter-in-less-than-10-years-with-greatest-decline-at-newspapers/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Helmholtz-Gemeinschaft. (2019). Sollte die Wissenschaft den Journalismus fördern? https://www.helmholtz.de/wissenschaft_und_gesellschaft/sollte-die-wissenschaft-den-wissenschaftsjournalismus-foerdern/. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Henkel, C. H. (18. Juni 2018). Amerikas Milliardäre eilen den Zeitungen zur Rettung. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/wirtschaft/amerikas-milliardae-re-eilen-den-zeitungen-zur-rettung-ld.1396013>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Herrmann, U. (28. November 2017). Medienkonzerne in den USA: Zwei gegen Trump. *taz*. <https://www.taz.de/Medienkonzerne-in-den-USA/!5462852/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.

- Hirschler, M. (2014). Heddesheimblog macht „Pause“ – Einzelfall oder Symptom für freie Online-Macher? DJV, Aktuelles. <https://www.djv.de/startseite/service/news-kalender/detail/aktuelles/article/heddesheimblog-macht-pause-einzelfall-oder-symptom-fuer-freie-online-macher.html?cHash=4ea776b1f066e9d021e3b0633d5d61c3&type=500>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Hüttl, R., & Stollorz, V. (11. Oktober 2018). Wie man Wissen zugänglich macht. *ZEIT*, 42. <https://www.zeit.de/2018/42/wissenschaft-medien-zugang-fake-news/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- König, J. (2018). Wissenschaft ist für jeden zugänglich. <https://www.wissenschaftskommunikation.de/wissenschaft-ist-fuer-jeden-zugaenglich-19985/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Lehmkuhl, M. (2014). Gefahr erkannt! Gefahr gebannt? Dossier: Sponsoring des Journalismus. *meta. Das Magazin über Journalismus und Wissenschaft*. <https://www.meta-magazin.org/2014/03/25/gefahr-erkannt-problem-gebannt/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Leonhard, R. (13. November 2018). Investor Benko kauft sich in Zeitungen ein: Auf kurzem Weg zum Verleger. *taz*. <https://www.taz.de/Investor-Benko-kauft-sich-in-Zeitungen-ein/!5547210/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Lewis, C. (2018). The pace of nonprofit media growth is picking up. The conversation. <https://theconversation.com/the-pace-of-nonprofit-media-growth-is-picking-up-98376>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Lobigs, F. (2016/2017). Paradigmenwechsel in der Ökonomie gesellschaftlich relevanter digitaler Medieninhalte. Expertise im Auftrag der Eidgenössischen Medienkommission EMEK. https://www.emek.admin.ch/inhalte/pdf/Expertise_EMEK_Frank_Lobigs_v.pdf. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Lobigs, F., & Neuberger, C. (2018). *Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategien von Medienunternehmen. Gutachten für die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)*. Leipzig: Vistas.
- Niemeier, T. (2016). Im dritten Jahr: Wie geht es Krautreporter heute? *DWDL.de*. [https://www.dwdl.de/magazin/58810/im-dritten_jahr_wie_geht_es_krautreporter_heute/](https://www.dwdl.de/magazin/58810/im-dritten-jahr_wie_geht_es_krautreporter_heute/). Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Nisbet, M., Kristiansen, S., & Bajak, A. (2018). Funding the news: Foundations and nonprofit media. Shorenstein Center. <https://shorensteincenter.org/funding-the-news-foundations-and-nonprofit-media/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Owen, L. (2018). Notifications every 2 minutes: This in-depth look at how people really use WhatsApp shows why fighting fake news there is so hard. Nieman Lab. <http://www.niemanlab.org/2018/11/notifications-every-2-minutes-this-in-depth-look-at-how-people-really-use-whatsapp-shows-why-fighting-fake-news-there-is-so-hard/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Pew Research Center. (2018). Newspapers fact sheet. <http://www.journalism.org/fact-sheet/newspapers/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.

- Pöttker, H. (2018). Quo vadis Journalismus? Über Perspektiven des Öffentlichkeitsberufs in der digitalen Medienwelt. *Journalistik*, 2. <http://journalistik.online/ausgabe-02-2018/quo-vadis-journalismus/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Reichel, C. (2018). Civic engagement declines when local newspapers shut down. *Journalist's Resource*. <https://journalistsresource.org/studies/society/news-media/local-newspapers-civic-engagement/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Schlamp, H.-J. (2018). Italiens Krieg gegen die Pressefreiheit. *Spiegel online*. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/italien-krieg-gegen-die-pressefreiheit-a-1235774.html>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Schnedler, T., & Schuster, M. (2015). Gemeinnütziger Journalismus weltweit. Typologie von journalistischen Non-Profit-Organisationen. <https://netzwerk-recherche.org/nonprofit/wp-content/uploads/sites/4/2016/02/Report-Gemeinnuetziger-Journalismus-weltweit.pdf>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Schröder, J. (2018). IVW-Auflagen der 82 größten Regio-Zeitungen: Mopo verliert 18 %, Tagesspiegel und Norderneyer Badezeitung legen zu. *MEEDIA*. <https://meedia.de/2018/07/20/ivw-analyse-die-auflagenzahlen-der-82-groessten-regionalzeitungen-hamburger-mopo-verliert-18-tagesspiegel-und-norderneyer-badezeitung-legen-zu/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Smith, A. (2018). Why do billionaires decide to buy newspapers (and why should we be happy when they do)? Nieman Lab. <http://www.niemanlab.org/2018/08/why-do-billionaires-decide-to-buy-newspapers-and-why-should-we-be-happy-when-they-do/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Weissenburger, P. (3. November 2018). Zeitungssterben in den USA: Enthüllen ist zu teuer. *taz*. <https://www.taz.de!/5544791/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.
- Zotta, F. (2018). (K)eine Grabrede – Oder: Über die Krise des Journalismus und warum wir Auswege suchen müssen. *meta. Das Magazin über Journalismus und Wissenschaft*. <https://www.meta-magazin.org/2018/06/15/keine-grabrede-oder-ueber-die-krise-des-journalismus-und-warum-wir-auswege-suchen-muessen/>. Zugegriffen: 4. Jan. 2019.

Franco Zotta ist Geschäftsführer der Wissenschafts-Pressekonferenz (WPK), Deutschlands größtem Berufsverband für Wissenschaftsjournalisten. Nach Philosophiestudium, *taz*-Volontariat und Tätigkeit als Kulturredakteur bei der *taz* in Bremen widmet er sich seit 2003 dem Wissenschaftsjournalismus – lange Zeit in Form von stiftungsfinanzierten Projekten zur Förderung des Wissenschaftsjournalismus, seit 2017 im Dienste der WPK.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



Rollenbilder: Über Stiftungen in der Wissenschaftskommunikation



Qualitätsjournalismus und Stiftungen

Erfahrungen mit einer Initiative

Katrin Kowark

Einleitung

Ist stiftungsfinanzierter Journalismus ein Resultat der vielbeschworenen Medienkrise? Ja, sicher! Ist stiftungsfinanzierter Journalismus darauf zu reduzieren? Ganz sicher nicht! Unbestritten ist: Stiftungsfinanzierter Journalismus ist ein weiterer Weg, neue Erlös- und Einnahmequellen für Journalismus zu generieren. Aber er zeigt noch mehr:

1. Immer mehr Journalistinnen und Journalisten gründen. Jenseits herkömmlicher Redaktionsarbeit gibt es vonseiten sowohl etablierter wie auch der Nachwuchs-Medienschaffenden den Bedarf, in neuen Strukturen zu denken und zu arbeiten. Die Gründe dafür sind mannigfaltig. Seien es die Arbeitsbedingungen in Verlagen oder Rundfunkanstalten, welche die umfangreiche Recherche nicht mehr zulassen. Sei es die Unzufriedenheit, wie bestimmte Themen in unseren Medien transportiert werden. Auch die Sorge um jene, die sich als Leser, Hörer, Zuschauer von unseren Medien verabschieden, bringt Gründerinnen und Gründer dazu, Journalismus neu, innovativ, digital, crossmedial, vernetzt, international, dialogischer, partizipativer zu erfinden.
2. Immer mehr Stiftungen sorgen sich um unsere Demokratie. Demokratieförderung rückt seit Jahren weiter nach oben auf der Agenda von Stif-

K. Kowark (✉)

Bundesverband Deutscher Stiftungen, Berlin, Deutschland

E-Mail: katrin.kowark@stiftungen.org

tungen. Die Förderung eines qualitativ hochwertigen, unabhängigen, vernetzten Journalismus ist dabei neben anderen ein Hebel, um unser demokratisches Gemeinwesen zu bewahren. Denn Journalismus trägt mit seinen Informationen zu einer wachsamem und aufgeklärten Gesellschaft bei und ist als Kontrollinstanz für Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft unabdingbar.

Im 2015 gegründeten Expertenkreis Qualitätsjournalismus fließen diese beiden Erkenntnisse zusammen. Diese Zusammenstellung skizziert einige der Debatten der letzten drei Jahre, porträtiert einige der Wegbegleiterinnen und -begleiter und ordnet ein. Anspruch auf Vollständigkeit erhebt er nicht!

Qualitätsjournalismus und Stiftungen: Die Initiative, der Aufruf, der Expertenkreis

Am 22. September 2015 haben 26 Stiftungen und Vereine aus dem Expertenkreis Qualitätsjournalismus im Bundesverband Deutscher Stiftungen (2015) einen gemeinsamen Aufruf veröffentlicht. Er resultierte aus dem Befund: „Demokratie funktioniert nicht ohne eine informierte Öffentlichkeit. Journalistinnen und Journalisten klären auf, sie informieren, ordnen ein und tragen durch ihre Arbeit zur Meinungsbildung und zur Kontrolle der Entscheider in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft bei. Die Anforderungen an den Qualitätsjournalismus wachsen.“ Die Verfasser sahen ihren Auftrag zu mehr Engagement auf folgenden Gebieten:

- Journalisten- und Journalismusförderung
- Journalistische Glaubwürdigkeit
- Vertrauensmangel adressieren und Wertschätzung erhöhen
- Forschungs- und Bedarfsanalyse

Was wurde – drei Jahre nach dem Aufruf – erreicht?

Manch eine, einer – auf Seiten der Stiftungen, wie natürlich auch der Fördersuchenden – hoffte, aus den regelmäßigen, mindestens zweimal jährlich stattfindenden Treffen würde ein gemeinsamer Förderfonds erwachsen, aus dem journalistische Initiativen schnell, unbürokratisch Gelder abrufen könnten. Diesen Fonds gibt es nicht – und er war auch nie als Konsens-Ziel formuliert worden. Zu unterschiedlich sind die Zielsetzungen der jeweiligen Stiftungen, ihre satzungsgemäßen Vorgaben und ihre Arten der Förderung.

Auch erreichen den Bundesverband Deutscher Stiftungen in regelmäßigen Abständen Anfragen von Medienseite, ob der Expertenkreis Qualitätsjournalismus „als Ganzes“ zu diesem oder jenem Thema nicht eine Meinung habe. Und auch hier wird auf die Eigenständigkeit der beteiligten Stiftungen und ihrer Organe verwiesen. Sicher ist die Schnittmenge zu bestimmten Themen groß, gleichwohl handelt es sich beim Expertenkreis Qualitätsjournalismus eben nicht um eine eigenständige Organisationsstruktur mit festgelegten Positionen.

Folgendes hat der Expertenkreis Qualitätsjournalismus seit dem Aufruf erreicht:

- mindestens zweimal jährlich stattfindende Treffen unter anderem zu Themen wie stiftungsfinanzierter Journalismus in den USA, Unabhängigkeit, gescheiterte Förderung und nachhaltiger Förderung
- Schaffung einer Austauschplattform für journalismusfördernde Stiftungen
- Themenanwaltschaft für das Thema stiftungsfinanzierter Journalismus über Akteurinnen und Akteure des Kreises, die dazu publizieren, auf Veranstaltungen auftreten etc.
- Vernetzung von Stiftungen untereinander und mit anderen Akteuren wie dem Netzwerk Recherche oder dem Deutschen Journalisten-Verband (DJV)
- Information journalistischer Fördermittelsuchender über Materialien auf der Internetseite des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen (BVDS) unter: stiftungen.org/qualitaetsjournalismus

Publikationen zu Stiftungen und Qualitätsjournalismus: Eine Auswahl

Als Initialstudie zum stiftungsfinanzierten Journalismus in Deutschland gilt eine Studie, welche die Finanzierung journalistischer Aktivitäten durch gemeinnützige Organisationen in den USA untersucht (Friedland und Konieczna 2011). Die 2011 veröffentlichte Untersuchung widmet einen siebenseitigen Exkurs den deutschen Stiftungen und der Journalismusförderung und konstatiert: „Die Recherche hat 78 deutsche Stiftungen identifiziert, die ausdrücklich praktische journalistische Programme und Projekte fördern.“ (S. 40) Ein „unterfördertes Thema“, so die Verfasser, denn gemessen an der Gesamtzahl der deutschen Stiftun-

gen liegt der Anteil journalismusfördernder Stiftungen bei 0,45 Prozent (S. 40). Die Studie differenziert jene Stiftungen, die Journalismus fördern, um ein bestimmtes anderes Ziel, wie zum Beispiel den Klimaschutz, zu fördern, sowie die andere Hälfte der gezählten Stiftungen, der es vorrangig um Journalismusförderung per se geht. Bei den dafür verwendeten Fördermethoden dominieren Journalistenpreise, journalistische Ausbildungsförderung, Austausch- und Leadership-Programme sowie die Durchführung von Kompetenzen, Seminaren und Tagungen.

Was die Anzahl journalismusfördernder Stiftungen betrifft, kommen nachfolgende Zählungen zu abweichenden, aber nicht signifikant anderen Zahlen. So ergab eine stichprobenartige Zählung in der Datenbank des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, dass rund 120 Stiftungen in Deutschland Journalistinnen und Journalisten sowie journalistische Projekte und Vorhaben unterstützen. Diese Zahl unterscheidet sich nach oben insofern von anderen Bestandsaufnahmen, als dass hier Stiftungen, die Medienkompetenz fördern, ebenfalls erfasst sind.

In seinem im März 2018 veröffentlichtem Kommentar *Warum Stiftungen den Journalismus stärker fördern sollten* kommt Lutz Frühbrodt (2018) zu folgendem Ergebnis: „In Deutschland fördern derzeit 85 Stiftungen in der einen oder anderen Form Journalismus.“ Der Publizist und Fachjournalismus-Professor verbindet seine Bestandsaufnahme mit dem Vorschlag: „Die bereits engagierten Stiftungen sollten ihre Aktivitäten überdenken und gegebenenfalls neu ordnen. Warum? Weil eine Bündelung und damit Fokussierung der Fördermittel dringend geboten erscheint. Die Erhebung hat gezeigt, dass sich viele Stiftungen schon viele Jahre, manchmal Jahrzehnte engagieren, bevor die öffentliche Debatte über ihre Rolle eingesetzt hat. Viele von diesen Stiftungen vergeben Preise oder Stipendien. Ist das noch zeitgemäß?“

Welche Formen der Förderung gemeinnützigen Journalismus zeitgemäß sind, wie sie sich ergänzen und wo auf der Welt es gute Vorbilder gibt, nimmt die Publikation *Gemeinnütziger Journalismus weltweit – Typologie von journalistischen Non-Profit-Organisationen* (Schnedler und Schuster 2015) in den Blick. Für Deutschland konstatieren die Autoren, neben dem Problem der Rechtsunsicherheit beim Attribut Gemeinnützigkeit, die Nachhaltigkeit der Journalismusfinanzierung: „Das zweite große Problem – nicht nur in Deutschland – liegt in der Verstetigung und dauerhaften finanziellen Absicherung der Non-Profit-Projekte. Wer zu stark von nur einem Förderer abhängig ist, steht vor dem Nichts, wenn die Förderung – oft planmäßig nach einem bestimmten Zeitraum – ausläuft.“ (S. 13) Auch der Expertenkreis Qualitätsjournalismus hat diese Herausforderung immer wieder thema-

tisiert und Best-Practices debattiert, die sich aus einem Mix von Einnahmen speisen. Dies hat zugleich den Vorteil der größeren Unabhängigkeit.

Die Zielgruppe neu gegründeter und damit auf Förderersuche seiender journalistischer Projekte und Initiativen haben zwei Publikationen im Blick. Dazu gehört ein Kooperationsprojekt zwischen dem Deutschen Journalisten-Verband und dem Bundesverband Deutscher Stiftungen (2016): *Wie Stiftungen Journalismus fördern können*. Die Stärke dieses Dossiers liegt in einer Vielzahl von Beispielporträts in den Bereichen, in denen journalismusfördernde Stiftungen unterwegs sind: Investigativ, Innovation, Vernetzung, Forschung und Wissenschaft. Das Netzwerk Recherche (2018) hält mit dem *Wegweiser Nonprofitjournalismus* in Form von Broschüre und Microsite Tipps zum Gründen, zu Trainings und zur Vernetzung journalistischer Start-ups bereit.

Kritischer Zwischenruf von Pauline Tillmann: „Liebe Stiftungen, bitte engagiert euch mehr!“

In den vergangenen Jahren gab es so viel Unternehmertum im Journalismus wie nie zuvor. „Krautreporter“, „Perspective Daily“, „Republik“ und viele andere Projekte wurden gegründet. Sie alle wollen den Medienwandel aktiv mitgestalten. Die freie Journalistin Pauline Tillmann hat sich um Stiftungsgelder bemüht – und bekam nur Absagen. Ein Start-up hat sie trotzdem gegründet.

Es brauchte nicht viel. Nur überschaubare 5000 Euro als Anschubfinanzierung. Doch egal an welche Stiftungen in Deutschland ich mich gewandt habe, immer hieß es: Sie sind eine Privatperson, Privatpersonen fördern wir nicht. Oder: Sie sind nicht gemeinnützig, wir fördern nur gemeinnützige Organisation. Oder: Wir fördern nur gemäß unseren Stiftungsschwerpunkten – Journalismus gehört leider nicht dazu.

Viele Stiftungen brüsten sich damit, eigene Journalistenpreise oder Recherchestipendien auszuloben. Dabei tun sie das häufig nur, um ein bestimmtes Thema auf die Agenda zu hieven. Stiftungen, die sich vor allem dem Gemeinwohl verpflichtet fühlen und – möglichst zweckfrei – journalistische Projekte fördern, sucht man dagegen meist vergeblich.

Das ist schade, denn für eine pluralistische Gesellschaft braucht man unterschiedliche Stimmen. Und da die Verlage immer mehr Einheitsbrei produzieren – Stichwort Zentralredaktionen –, werden unabhängige, leidenschaftlich geführte Medien-Start-ups wie „Übermedien“ oder „RiffReporter“

immer wichtiger. Auch wenn sie bislang dem „Nischenjournalismus“ zugeordnet werden, sollte man ihre Relevanz nicht unterschätzen.

Nachhaltige Community aufbauen

Solche Medien-Start-ups haben sich weitgehend vom alten Geschäftsmodell – den klassischen Anzeigen – verabschiedet. Stattdessen versuchen sie durch eine treue Anhängerschaft, ihre Einnahmen in erster Linie über die Community zu bestreiten. Deshalb ist die Königsdisziplin im Journalismus, meiner Meinung nach, nicht mehr die klassische Reportage, sondern das Community Building. Oder anders gesagt: Dass man es schafft, Menschen an ein neuartiges Projekt zu binden und davon zu überzeugen, es dauerhaft zu unterstützen. Ein guter Startpunkt dafür ist eine Crowdfunding-Kampagne. Damit kann man überprüfen, ob die eigene Idee überhaupt genug Anhänger findet, und einen ersten „Markttest“ durchführen.

Nach den unzähligen Absagen vonseiten der Stiftungen war ein Crowdfunding auch für *Deine Korrespondentin* der nächste logische Schritt. Innerhalb von vier Wochen haben wir gut 6500 Euro eingenommen und konnten damit eine Webseite aufsetzen und erste Honorare an die Korrespondentinnen ausbezahlen. Seitdem haben wir jede Menge in puncto alternative Finanzierungsmodelle im Journalismus ausprobiert. Derzeit beziehen wir zwei Drittel unserer Einnahmen über die Crowd – über Spenden und die Mitglieder-Plattform Steady – und ein Drittel über Kooperationen mit Medienpartnern.

Schmerzt es mich, dass ich nach dreieinhalb Jahren zwar alle laufenden Kosten bestreiten kann, aber meine Arbeit – etwa 20 Stunden in der Woche – noch immer ehrenamtlich ist? Klar. Prekäre Arbeitsverhältnisse sind nie schön. Gleichzeitig habe ich irgendwann verstanden, dass es sich bei einem Medien-Start-up um einen Marathon handelt, nicht um einen Sprint. Nicht alle haben die Kraft, das durchzustehen und sich – trotz unzähliger Rückschläge – immer wieder von Neuem zu motivieren.

Vonseiten der Stiftungen würde ich mir mehr Strategie und weniger Aktionismus wünschen. Wenn einzelne Projekte bewilligt werden, ist das schön, hilft aber in der Gesamtheit kaum weiter. Sinnvoller wäre es, aus meiner Sicht, wenn a) noch mehr Stiftungen erkennen, wie zentral es für eine funktionierende Demokratie ist, unabhängigen, pluralistischen Journalismus zu fördern. Und b) sich auch dazu bereit zu erklären, eine Geschäftsstelle dauerhaft, beispielsweise drei Jahre lang, zu finanzieren. Dann könnten sich die vielen fabelhaften Journalisten, die wir in Deutschland haben und die das Wagnis auf sich nehmen, ein Medien-Start-up zu gründen, auf das Wesentliche konzentrieren: guten Content.

Zur Person

Pauline Tillmann (35) hat das digitale Magazin *Deine Korrespondentin* gegründet, bei dem zehn freie Auslandskorrespondentinnen über Frauen weltweit berichten. Von 2011 bis 2015 hat sie als freie Auslandskorrespondentin in St. Petersburg gearbeitet und die ARD mit Reportagen und Radio-Features über Russland und die Ukraine beliefert. Mitte Oktober 2018 organisierte sie eine Konferenz mit 35 Gründerinnen und Gründern in Berlin, bei der es um alternative Finanzierungsmodelle im Journalismus ging. Finanziert wurde die Konferenz vom International Alumni Center (IAC) der Robert Bosch Stiftung.

Exkurs: Braucht es den gemeinnützigen Zweckjournalismus?

In der Abgabenordnung wird deutschlandweit geregelt, was als Förderung der Allgemeinheit unter Gemeinnützigkeit zu verstehen ist. Der Paragraph 52 listet seit 2007 einen Beispielkatalog an Zwecken, der von der Förderung von Wissenschaft und Forschung bis hin zur Förderung des Sports reicht. Dieser Katalog der gemeinnützigen Zwecke gerät immer wieder in die Kritik: So wurde 2019 der NGO und Kampagnenorganisation Attac vom Bundesfinanzhof die Gemeinnützigkeit abgesprochen mit dem Vermerk: „Wer politische Zwecke als Einflussnahme auf politische Willensbildung und Gestaltung der öffentlichen Meinung verfolgt, erfüllt keinen gemeinnützigen Zweck i.S. von § 52 AO.“ (Attac 2019) Die rechtliche Auseinandersetzung dazu dauert an.

Forderungen, die Förderung von Journalismus in den Katalog der gemeinnützigen Zwecke aufzunehmen, sind seit einigen Jahren laut vernehmbar. Sie werden unter anderem erhoben von der FDP-Fraktion im Landtag NRW, vom Netzwerk Recherche und einigen Stiftungen wie der Schöpflin Stiftung. Zu den Argumenten zählen:

- Die Anerkennung journalistischer Initiativen als gemeinnützig ermöglicht ihren Machern mehr finanzielle (und auch inhaltliche) Unabhängigkeit von Erlösquellen wie Anzeigen und damit ein neues Ertragsmodell, das in der Medienkrise Hoffnung für den Journalismus sein kann.
- Zudem bietet gemeinnütziger Journalismus mehr Freiheit, Recherchen durchzuführen, die sonst vielleicht aufgrund mutmaßlich mangelnden Interesses bei den Rezipienten nicht durchgeführt worden wäre.
- Theoretisch lassen sich journalistische Projekte unter Fördertypen wie Volks- und Berufsbildung, Umwelt- oder Verbraucherschutz oder auch Kunst und Kultur subsumieren. Doch Finanzämter treffen Einzelfallent-

scheidungen. Hier sehen Befürworter des gemeinnützigen Journalismus eine große Rechtsunsicherheit für journalistische Gründungen und setzen sich für eine klare, verbindliche und einheitliche Regelung ein (Netzwerk Recherche 2018).

- Als gemeinnützig anerkannte Organisationen erhalten Steuerbegünstigungen und auch ihre Spenderinnen und Spender können Zuwendungen steuerlich geltend machen. Über den Status der Gemeinnützigkeit könnten so mehr Spenden für gemeinnützigen Journalismus generiert werden.

Rechtsanwältin Dr. Verena Staats, bis Anfang 2019 Mitglied der Geschäftsleitung und Leitung Justizariat im Bundesverband Deutscher Stiftungen, zeigt auf, welche Hürden und Herausforderungen es auf dem Weg zum gemeinnützigen Journalismus gibt (vgl. DJV und BVDS 2016):

- Die Vielzahl gemeinnütziger Organisationen im Bereich des Journalismus zeigt, dass es möglich ist, journalistische Zwecke zu verfolgen, ohne dass dies im Katalog der gemeinnützigen Zwecke verankert ist. Und es ist doch ein Gewinn für die Gesellschaft, wenn diese Organisationen in die Förderung von Bildung, Demokratieerziehung oder Völkerverständigung einzahlen.
- Eine Hürde besteht im Wettbewerbsrecht. Der gemeinnützige Sektor ist zunehmend mit Konkurrenzklagen konfrontiert, zum Beispiel bei Familienfreizeiten, wo kommerzielle Anbieter auf den Markt drängen, welche die ungleiche Besteuerung nicht hinnehmen wollen. Einen Sektor wie den Mediensektor, der von jeher wirtschaftlich organisiert war, nachträglich gemeinnützig aufzuspalten, scheint mir daher wenig erfolgversprechend.
- Und mal angenommen, es würde dennoch gelingen: Alle Stiftungen, die bisher über den Stiftungszweck Bildung oder Völkerverständigung fördern, müssten im Sinne der sogenannten „Zweckidentität“ ihre Satzung ändern, was nach bisheriger Rechtslage nahezu ausgeschlossen ist.
- Aussichten: Gerade weil einige der erfolgreichsten, teilweise auch stiftungsfinanzierten, Journalismusorganisationen wie CORRECTIV oder auch Finanztip z. B. über den Stiftungszweck Bildung und Ausbildung als gemeinnützig anerkannt sind, fehlt der breite politische Wille, Journalismusförderung in den Katalog der gemeinnützigen Zwecke aufzunehmen. Das Netzwerk Recherche setzt sich weiter dafür ein, veranstaltet Fachkonferenzen, Austausch und Weiterbildung zu dem Thema.

CORRECTIV: Vom Piloten zum Vorbild

Das „erste gemeinnützige Recherchezentrum im deutschsprachigen Raum“, CORRECTIV, wurde im Jahr 2014 als gemeinnützige GmbH gegründet. Hinter dem Journalistenprojekt, das mit einer Förderung in Höhe von drei Millionen Euro durch die Brost-Stiftung an den Start ging, steht der Investigativjournalist David Schraven. Der Gründer ist heute Geschäftsführer der Redaktionen in Berlin und Essen. Mittlerweile hat sich CORRECTIV ein breites Geschäftsgebiet aufgebaut. Neben Recherchen checkt ein Journalistenteam im Auftrag von Facebook Fake-News. Im Bildungsbereich startete CORRECTIV 2018 die Reporterfabrik und veranstaltet seit 2017 erfolgreich das Campfire Festival für mehr Nähe zwischen Medien und Bürgerinnen und Bürgern.

Gründer David Schraven im Interview

Das Interview führte die Autorin.

KK: Wenn es darum geht, den Erfolg von stiftungsfinanziertem Journalismus aufzuzeigen, fällt meist zuerst der Name CORRECTIV. Wie habt ihr es geschafft, ausgehend von einer Stiftungsförderung ein nachhaltiges und langfristiges Geschäftsmodell für das erste gemeinnützige Recherchezentrum in Deutschland zu entwickeln?

Schraven: Wir haben bereits in der Planung darauf geachtet, einen Einnahmemix zu erreichen. Wir wollten nie nur einen Einnahmestrom aufbauen. Wir haben immer auf die Unterstützung von Stiftungen gesetzt, auf Kleinspenden aus einer Community und auf einen Geschäftsbetrieb. Der Mix aus verschiedenen Erlösquellen sichert uns ab.

KK: Unabhängiger Journalismus – ein hoher Anspruch. Wie stellt ihr sicher, dass es am Ende nicht eure Geldgeber sind, welche die Richtung der Recherchen vorgeben?

Schraven: Wie gesagt, wir sichern unsere Unabhängigkeit durch den bereits angesprochenen Einnahmemix ab.

KK: Die Wirkungsmessung im Journalismus steht noch ganz am Anfang, auch weil langfristige Auswirkungen von Artikeln und Recherchen schwer zu ermitteln und zu evaluieren sind. Ihr versucht es mit einer eigenen Unterseite zum Thema Wirkung. Wie definiert ihr Wirkung und wie messt ihr diese Wirkung?

Schraven: Das ist eine ganz schwierige Frage. Wir überlegen derzeit ein System, mit dem wir den Einfluss unserer Arbeit auf unser direktes Ziel ermitteln wollen: Tragen wir zu einer messbaren

Verbesserung unserer Gesellschaft bei? Dazu werden wir uns anschauen, ob wir etwa durch die Aufdeckung des Cum-Ex-Skandals dazu beitragen konnten, dass diese Art von Steuerraub unmöglich wird. Oder wir schauen uns an, wie viele Menschen unsere Bildungsinitiative „Reporterfabrik“ durchlaufen und sich besser ausdrücken können.

Zur Person

David Schraven ist Gründer von CORRECTIV und leitet das Recherchezentrum als Herausgeber. Zuvor war er als Journalist bei der taz, der Süddeutschen Zeitung, der Welt-Gruppe und dem von ihm mitgegründeten Blog Ruhrbarone tätig. Bei der damaligen WAZ-Gruppe (heute Funke-Gruppe) war David Schraven für das Investigativ-Ressort verantwortlich. Er wurde für seine Arbeit vielfach ausgezeichnet.

Schöpflin Stiftung: Drei Fragen an Lukas Harlan zum geplanten „Haus des gemeinnützigen Journalismus“

Das Interview führte die Autorin.

KK: *Die Schöpflin Stiftung wird 25 Millionen Euro in das „Haus des Gemeinnützigen Journalismus“ investieren. Dies ist nach eigenen Angaben die wohl mit Abstand größte Investition, mit der eine Stiftung Journalismus in Deutschland fördert. Was ist die Grundidee hinter diesem Haus?*

Harlan: Das Haus wird ein Ort, an dem Informationen und Wissen im digitalen Zeitalter verarbeitet werden und somit ein Zugang zu Bildung und Demokratie geschaffen wird. Es soll ein lebendiges Haus sein, in dem sich etablierte Redaktionen, aber auch Gründungsteams für neue Publikationsformate zusammenfinden. Freie Journalistinnen und Journalisten werden hier einen Arbeitsplatz haben und Netzwerke knüpfen. Das Haus wird ein Kristallisationspunkt für journalistische Innovationen. Es fördert Meinungs- und Informationsfreiheit in Europa.

KK: *Das Haus versteht sich bewusst als europäisches Zentrum für gemeinnützigen Journalismus. Wie soll die europäische Ausrichtung gestaltet werden?*

Harlan: Der Journalismus der Zukunft wird von Kooperationen geprägt sein. Dies ist heute schon in vielen Fällen erkennbar und durch die technischen Entwicklungen vielfach möglich. Gleichzeitig machen

die Themen, die uns betreffen, nicht an den nationalstaatlichen Grenzen halt, sondern spielen darüber hinaus und im Zusammenspiel mit allen europäischen Partnern eine Rolle. Die Notwendigkeit, Europa als Gemeinschaftsprojekt zu denken, soll sich im Haus des gemeinnützigen Journalismus widerspiegeln. Wir werden mit Organisationen und NGOs aus ganz Europa kooperieren. Dies wird sichtbar in der Programmatik des Hauses sowie in der Mieteinschaft. Die Kommunikation des Hauses wird entsprechend komplett auf Deutsch und Englisch stattfinden.

KK: *Verweist der Name des Hauses auf die Grundannahme, dass Journalismus nicht mehr in die gewinnorientierte Sphäre gehört?*

Harlan: Der Name des Hauses ist aktuell ein Arbeitstitel und kann sich noch ändern. Auch hier sind die Bereiche der Informations- und Meinungsfreiheit sowie die technischen Entwicklungen mitzudenken. Gleichwohl sind neue, gemeinnützige Formen des Journalismus eine wichtige Ergänzung im Feld. Klassische und öffentlich-rechtliche Angebote sind weitere Elemente, die nicht wegzudenken sind. Auch hier ist Kooperation das Gebot der Stunde. Gemeinnützige Angebote ermöglichen dabei ungewöhnliche Rechercheprojekte und Innovationen, von denen alle profitieren.

Zur Person

Lukas Harlan ist Programmleiter Schöpflin Biotop und Gemeinnütziger Journalismus bei der Schöpflin Stiftung. Die Schöpflin Stiftung engagiert sich für ein selbstbestimmtes Leben der jungen und kommenden Generationen. Harlan war Mitgründer der School for Political Design. Bei der Projektfabrik zur Förderung arbeitsloser Menschen war er vor seiner Tätigkeit bei der Schöpflin Stiftung Leiter Projektentwicklung und Kommunikation.

Die Journalismusförderung der parteinahen Stiftungen auf Bundesebene

Journalismusfördernde Stiftungen werden auch aus öffentlichen Mitteln finanziert. Unter diesen sogenannten öffentlichen Stiftungen wiederum sind der Großteil parteinahe Stiftungen, die daher in diesem Unterkapitel besonders betrachtet werden.

Das Ziel der politischen (auch: parteinahen) Stiftungen ist es, offene und gesellschaftspolitische Bildungsarbeit mit dem Ziel der Demokratieförderung zu leisten. Sie wurden als Reaktion auf das demokratiefeindliche NS-Regime nach dem Zweiten Weltkrieg gegründet. Am bekanntesten sind

die Organisationen, die den (bisher) fünf bzw. sechs Parteien im Bundestag nahestehen. Daneben gibt es noch eine Reihe parteinaher Stiftungen auf Länderebene.

Parteinahe Stiftungen sind gemeinnützig und werden zu 90 Prozent aus öffentlichen Mitteln finanziert. Das Gros der Finanzierung übernimmt als sogenannte Globalzuschüsse für gesellschaftspolitische Bildungsarbeit das Bundesministerium des Innern. Bestimmte Aufgaben wie Studienförderung oder Entwicklungszusammenarbeit finanzieren auch Auswärtiges Amt, das Bundesministerium für Bildung und Forschung, das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung sowie der Deutsche Bundestag.

Die Höhe der jeweiligen Mittel wird im Rahmen der Verhandlungen über den Bundeshaushalt festgelegt und mit dem Haushaltsgesetz vom Bundestag beschlossen. Sie richtet sich unter anderem nach den Mehrheitsverhältnissen im Bundestag. Die Zuwendungen an alle politischen Stiftungen beliefen sich im Jahr 2017 laut Bund der Steuerzahler auf insgesamt 581 Millionen Euro (Lutz und Müller 2018).

Parteinahe Stiftungen gehören über ihre Bildungsarbeit zu den größten Stiftungsförderern von Journalismus in Deutschland, wie die folgenden Porträts zeigen. Hinweis: Hier werden nur die Stiftungen auf Bundesebene, das heißt die Stiftungen der im Bundestag vertretenen Parteien alphabetisch kurz porträtiert.

Friedrich-Ebert-Stiftung

Die Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), als Stiftungsverein organisiert, besteht seit 1925 und wurde 1954 wiedergegründet. Sie ist damit die älteste deutsche parteinahe Stiftung. Als parteinahe Stiftung orientiert sie sich an den Grundwerten der sozialen Demokratie: Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität. Die JournalistenAkademie der FES unterstützt mit ihren Aktivitäten Journalistinnen und Journalisten. Sie vermittelt alle journalistischen Kernkompetenzen mit dem Schwerpunkt Politikberichterstattung. Hospitanzprogramme im Deutschen Bundestag und im EU-Parlament vermitteln das Zusammenspiel von Politik und Medien. Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten werden durch die Aktivitäten besonders gefördert.

Mehr unter: www.fes.de/stiftung/ueber-die-fes.

Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit

Die Stiftung wurde 1958 in Bonn gegründet. Sie bietet seitdem auf Grundlage der Idee des Liberalismus Angebote zur politischen Bildung in Deutschland und weltweit. Namensgeber der Stiftung ist der liberale Politiker

Friedrich Naumann; seit 2007 ist der Zusatz „für die Freiheit“ Bestandteil des Stiftungsnamens. Weil unabhängiger Journalismus und unabhängige Journalisten und Journalistinnen überall auf der Welt in Gefahr sind, engagiert sich die Stiftung für unabhängigen Journalismus und verleiht seit 2015 den Raif Badawi Award for courageous journalists. Der Preis ist benannt nach dem saudischen Blogger Raif Badawi, der wegen angeblicher Beleidigung des Islam zu zehn Jahren Haft verurteilt ist. Seit 2016 hat die Stiftung ein Internationales Journalisten- und Mediendialogprogramm, mit dem sie unabhängige Journalisten und Medienorganisationen weltweit fördert. Ein Schwerpunkt ist die Arbeit mit Exiljournalisten in Deutschland.

Mehr unter: <https://www.freiheit.org/presse-und-meinungsfreiheit>.

Heinrich-Böll-Stiftung

Die Heinrich-Böll-Stiftung ist eine politische Stiftung, die der Partei Bündnis 90/Die Grünen nahesteht. Politische Bildungsarbeit, die Unterstützung von Demokratiebewegungen weltweit, der Erhalt unseres globalen Ökosystems und die Studien- und Promotionsförderung – das ist ihre Arbeit. Die Bundesstiftung agiert von Berlin aus; in allen Bundesländern gibt es Landesstiftungen. Dazu kommen 32 Büros im Ausland. Ihr Motto hat sie bei ihrem Namensgeber Heinrich Böll entliehen: „Einmischung ist die einzige Möglichkeit, realistisch zu bleiben.“ Vielfalt anzuerkennen und zu leben ist ein Thema quer durch alle Bereiche: Gerechtigkeit, Partizipation und Gleichberechtigung – hier setzt auch das Studienstipendienprogramm „Medienvielfalt, anders! Junge Migrantinnen und Migranten in den Journalismus“ an, das seit 2008 junge Nachwuchsjournalist/innen mit Migrationsgeschichte oder People of Colour auf ihrem Weg in den Journalismus unterstützt.

Mehr unter: www.boell.de/de/stiftung/journalismus.

Konrad-Adenauer-Stiftung – Journalisten-Akademie

Die Stiftung ist als Stiftungsverein organisiert und trägt seit 1964 den Namen des ersten Bundeskanzlers der Bundesrepublik Deutschland, Konrad Adenauer. Die Stiftung hat nach eigenen Angaben mehr als 3500 Stipendiatinnen und Stipendiaten und ist damit das zweitgrößte Begabtenförderwerk in Deutschland. Die Journalismusförderung ist in eine eigene Abteilung gegliedert, die Journalisten-Akademie/Journalistische Nachwuchsförderung (JONA) mit der KAS-Medienwerkstatt für Schüler. Seit 1979 haben knapp 1000 Studierende die studienbegleitend stattfindende Journalistische Nachwuchsförderung durchlaufen.

Mehr unter: www.kas.de/web/begabtenfoerderung-und-kultur/journalisten und www.jonamag.de.

Rosa-Luxemburg-Stiftung

Die Stiftung ging 1992 aus dem Verein Gesellschaftsanalyse und politische Bildung e. V. hervor und unterbreitet Angebote zur politischen Bildung im Spektrum des Demokratischen Sozialismus. Ihr Anliegen ist es, Impulse für selbstbestimmte gesellschaftliche politische Aktivität zu geben und das Engagement für Frieden und Völkerverständigung, für soziale Gerechtigkeit und ein solidarisches Miteinander zu unterstützen. Sie fördert den gemeinnützigen Linke Medienakademie e. V. (LiMA), der aus der Akademie für Journalismus, Bürgermedien, Öffentlichkeitsarbeit und Medienkompetenz, einem alternativen Medienkongress, hervorging. Schwerpunkt des LiMA e. V. ist ein jährlicher Weiterbildungskongress; darüber hinaus gibt der Bildungsverein Kurse für journalistisches Handwerk, Social Media und Medienkompetenz.

Mehr unter: www.rosalux.de und www.linkemedienakademie.de/ueber-uns.

Blick in die USA – Interview mit Stephanie Reuter (Rudolf Augstein Stiftung)

Das Interview führte die Autorin.

KK: *Wo steht der stiftungsfinanzierte Journalismus in den USA?*

Reuter: Im Vergleich zu Deutschland hat der stiftungsfinanzierte Journalismus in den USA eine lange Tradition. Schließlich machen Stiftungsgelder neben Spenden seit jeher den Großteil der Finanzierung des öffentlichen Rundfunks aus. Darüber hinaus engagieren sich Stiftungen mannigfaltig im Medienbereich: Sie finanzieren investigativ arbeitende Non-Profit-Newsrooms wie ProPublica oder das Center for Public Integrity, unterstützen die journalistische Aus- und Fortbildung und investieren in Innovationen. Das ist auch dringend nötig, denn die Finanz- und Medienkrise fiel in den Vereinigten Staaten sehr viel härter aus als in Europa. Einer neuen Studie zufolge förderten US-Stiftungen den Medienbereich zwischen 2010 und 2015 mit rund 1,8 Milliarden US-Dollar, das sind immerhin rund 300 Millionen jährlich. Ein weiterer Zuwachs ist seit der Wahl Donald Trumps zum US-Präsidenten zu verzeichnen. Seine Angriffe auf etablierte Qualitätsmedien wie beispielsweise die „New York Times“ machen vielen Stiftungsverantwortlichen und Mäzenen

Sorgen – ist doch kritischer und unabhängiger Journalismus das Rückgrat jeder Demokratie. Allerdings: Die weggebrochenen Anzeigen- und Verkaufserlöse können auch US-Stiftungen nicht annähernd kompensieren. Sie können Experimente ermöglichen und für mehr Engagement im eigenen Sektor werben – förderten in der Vergangenheit doch vor allem die großen national oder gar international agierenden Stiftungen journalistische Vorhaben. Das wandelt sich allmählich. Das beste Beispiel ist News Match – eine Matching-Funds-Kampagne, die 2016 von der Knight Foundation initiiert wurde und inzwischen über ein imposantes Partnernetzwerk verfügt. Ziel ist es, die Spendenbereitschaft für Non-Profit-Newsrooms zu steigern. Das ist wichtig, gibt es in den Vereinigten Staaten doch bereits sogenannte News Deserts – also Landstriche, wo es keinen Lokaljournalismus mehr gibt. Wünschenswert wäre, dass sich perspektivisch mehr lokale Akteure wie beispielsweise Community Foundations für journalistische Angebote vor Ort engagieren.

KK: In Deutschland gehören stiftungsgetragene Medienunternehmen – Stichwort „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ – eher zur Ausnahme. Inwiefern wandeln sich Eigentumsstrukturen unter den aktuellen Bedingungen und welche Beispiele gibt es in den USA?

Reuter: Das ist ein wichtiger Punkt, denn neue Geldquellen zu erschließen, wird nicht reichen. Es geht auch um die Erneuerung institutioneller Grundlagen. Aus meiner Sicht sind für Public Interest Journalism Eigentumsstrukturen notwendig, die den Gewinndruck reduzieren. Das können beispielsweise Non-Profit-, Stiftungs- oder Genossenschaftsmodelle sein. Es gilt sicherzustellen, dass Gewinne nicht einfach abgeschöpft, sondern in den Journalismus reinvestiert werden. Eines der interessantesten und ambitioniertesten Beispiele aus den Staaten ist das Lenfest Institute in Philadelphia. Der TV-Unternehmer Gerry Lenfest hat im Jahr 2016 drei Medienmarken der Philadelphia Media Group von einer For-Profit-Struktur in eine Non-Profit-Struktur überführt und das gemeinnützige Lenfest Institute gegründet. Das Lenfest Institute führt die Medien fort. Erträge fließen zurück in die Publikationen. Darüber hinaus hat das Lenfest Institute ein zweites Ziel: Es soll nachhaltige Geschäftsmodelle für Lokaljournalismus entwickeln – durch ein eigenes Live-Lab und Projektförderungen. Das ist wichtig, denn Lokalredaktionen verfügen häufig nicht über die notwendigen Mittel für eigene Innovationsabteilungen. Es geht also darum, Kräfte in einer Hubstruktur zu bündeln und die Learnings bestmöglich zu teilen. Dafür hat Gerry Lenfest einen Fonds mit ursprünglich 20 Millionen Dollar ausgestattet, der offen für Zustiftungen ist. Inzwischen hat sich die Summe mehr als verdoppelt. Die Kontrolle über diesen

Fonds hat Lenfest der ortsansässigen Community Foundation, der Philadelphia Foundation, übergeben.

KK: *In den USA gibt es eine eigene NGO, das Solution Journalism Network, das sich für lösungsorientierte und konstruktive Berichterstattung einsetzt. Hierzulande herrscht eher Skepsis gegenüber der Idee, dass Journalismus Lösungen mitliefert. Angst vor dem Verlust der Unabhängigkeit, einer sinkenden Quote oder dem Gefühl, tatsächlich etwas zu bewirken – was sind die Gründe?*

Reuter: Meiner Wahrnehmung nach ist es eher das neue Labeling, an dem sich viele Journalistinnen und Journalisten stören. Ihr Argument: Guter Journalismus blicke immer auch nach vorn und informiere über Lösungsansätze. Dafür brauche es keinen neuen Begriff. Es sei allerdings nicht an Journalistinnen und Journalisten, Lösungen zu entwickeln. D'accord. Zudem sind natürlich auch neue Ansätze kritisch zu hinterfragen – es geht schließlich nicht um Werbung oder PR. So weit, so schlüssig – und doch: Bei uns bestimmen weiterhin meist negative Nachrichtenfaktoren die Auswahl. Wir kennen alle den Ausspruch: „Only bad news are good news.“ Das führt dazu, dass die Rezipienten dieser Nachrichten die Welt negativer wahrnehmen, als sie tatsächlich ist, und sich teilweise von den Medien abwenden. Genau hier setzt der konstruktive Journalismus an. Erste Studien deuten in die Richtung, dass sich Rezipienten nach einem konstruktiven Beitrag tatsächlich weniger deprimiert fühlen. Interessant ist auch, dass solche Beiträge eher in sozialen Medien geteilt werden. Für mich persönlich jedoch entscheidender ist, dass Journalismus relevanter wird, wenn er Menschen einbezieht, die etwas verändern wollen, und wenn er konstruktiv auch über mögliche Lösungen von Problemen berichtet. Von Lösungen zu erfahren, die woanders bereits funktioniert haben, regt nicht nur an, selbst aktiv zu werden. Es befähigt nicht nur, sondern es hilft auch, Erwartungen an die Politik zu formulieren beziehungsweise Rechenschaft dafür einzufordern, wenn Möglichkeiten nicht ausgeschöpft werden. Solutions Journalism ist also auch eine Art, wie sich der Journalismus weiterentwickeln kann, um Vertrauen zurückzugewinnen. Das haben inzwischen auch viele deutsche Medien erkannt: Von „brand eins“ über „Chrismon“, das ZDF, den NDR, „Spiegel Online“ und „Zeit Online“ finden wir Beispiele für diesen Ansatz – mit „Perspective Daily“ seit 2016 sogar ein Onlinemagazin, das sich ganz diesem Ansatz verschrieben hat.

Zur Person

Stephanie Reuter ist seit 2011 Geschäftsführerin der Rudolf Augstein Stiftung. Im Jahr 2017 forschte sie als Knight Visiting Nieman Fellow an der Harvard University zur Zukunft des stiftungsfinanzierten Journalismus. Die studierte Journalistin (Diplom) und Kulturmanagerin (Master) leitete die Geschäftsstelle des Instituts für Kultur- und Medienmanagement an der Hochschule für Musik und Theater in Hamburg. Im Stiftungssektor ist die Alumna der Studienstiftung des deutschen Volkes seit 2008 tätig, unter anderem bei der Robert Bosch Stiftung und bei der Stiftung Zollverein. Im journalistischen Feld absolvierte sie nach einem Verlagsvolontariat Stationen bei der dpa, beim ZDF und beim SWR.

Fazit mit Blitzlichtern: „Stiftungsfinanzierter Journalismus in Deutschland hat für mich dann eine Perspektive, wenn ...“

„... wir es schaffen, noch sichtbarer zu machen, dass Förderungen vielfältig und für fast alle möglich sind, und dass wir uns zusammentun, um Journalismus für die Zukunft als eine wichtige Grundlage für gelingende Demokratie zu stärken.“ Lukas Harlan, Schöpflin Stiftung

„... wenn er gemeinnützig gedacht wird: im Dienste der Aufklärung, für die Gesellschaft, lösungsorientiert und konstruktiv.“ David Schraven, CORRECTIV

„... wenn die fördernde Stiftung ihr Hauptziel nicht aus den Augen verliert: den Journalismus als Säule der Demokratie zu unterstützen. Dafür muss die Unabhängigkeit der redaktionellen Arbeit gewährleistet sein. Und es müssen Strukturen verbessert und neu geschaffen werden.“ Beate Spiegel und Renate Ries, Klaus Tschira Stiftung

„... es gelingt Neu-Stiftende auch jenseits des Medienbiotops davon zu überzeugen, dass die Förderung von Journalismus zur Förderung unseres demokratischen Grundkonsenses beiträgt. Denn wir brauchen mehr Stiftungen, die in Journalismus ‚investieren‘ und das am besten in Form von Infrastrukturförderung!“ Katrin Kowark, Bundesverband Deutscher Stiftungen.

Literatur

- Attac. (2019). Bundesfinanzhof spricht Attac Gemeinnützigkeit ab. <https://www.attac.de/startseite/detailansicht/news/bundesfinanzhof-spricht-attac-die-gemeinnuetzigkeit-ab/>. Zugegriffen: 24. Aug. 2019.
- Deutscher Journalisten-Verband & Bundesverband Deutscher Stiftungen. (Hrsg.) (2016). *Wie Stiftungen Journalismus fördern können*. Berlin: DJV. https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/2016-10_Stiftungsratgeber_web.pdf.
- Expertenkreis Qualitätsjournalismus im Bundesverband Deutscher Stiftungen. (2015). Aufruf vom 22. Sept. 2015. <https://www.stiftungen.org/verband/wir-tun/vernetzungsangebote/arbeitskreise-foren-und-expertenkreise/expertenkreis-qualitaetsjournalismus-und-stiftungen.html?L=0>. Zugegriffen: 16. Febr. 2019.
- Friedland, L. A., & Konieczna, M. (2011). *Finanzierung journalistischer Aktivitäten durch gemeinnützige Organisationen in den USA*. Technische Universität Dortmund, Institut für Journalistik. http://mediafundens.net/projekt/wp-content/uploads/2011/07/Studie_Stiftungsfinanzierter_Journalismus_in_USA_final.pdf.
- Frühbrodt, L. (2018). Warum Stiftungen den Journalismus stärker fördern sollten. CARTA. <http://www.carta.info/85466/warum-stiftungen-den-journalismus-staerker-foerdern-sollten>.
- Lutz, M., & Müller, U. (2018). Parteinahе Stiftungen kosten Steuerzahler 581 Millionen. *Die Welt*. <https://www.welt.de/politik/deutschland/article173425205/Bundestag-581-Millionen-Euro-fuer-parteinahе-Stiftungen-bewilligt.html>.
- Netzwerk Recherche. (2018). *Wegweiser Nonprofitjournalismus*. Berlin: Netzwerk Recherche e. V. https://netzwerkrecherche.org/wegweiser/wp-content/uploads/sites/9/2018/06/nr-Nonprofit-Wegweiser_web.pdf.
- Schnedler, T., & Schuster, M. (2015). *Gemeinnütziger Journalismus weltweit – Typologie von journalistischen Non-Profit-Organisationen*. Berlin: Netzwerk Recherche e. V. <https://netzwerkrecherche.org/wp-content/uploads/2015/10/Report-Gemeinn%C3%BCtziger-Journalismus-weltweit.pdf>.

Katrin Kowark ist studierte Kulturjournalistin (Universität der Künste, Berlin) und Kulturmanagerin (University for Applied Sciences Zittau/Görlitz). Sie ist heute tätig als Pressesprecherin des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen. Zudem leitet sie als eine von drei Chefinnen vom Dienst den Newsroom des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, der die Kommunikation für die Stiftungsmitglieder und zu den Themen des Verbandes crossmedial und integriert steuert. Für den Expertenkreis Qualitätsjournalismus ist sie als Koordinatorin innerhalb des Verbandes verantwortlich. Sie schreibt, spricht und kontaktet gern, zum Beispiel unter @Katkowa auf Twitter.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





„Es kann aber auch einmal weh tun!“

Zur besseren Verankerung von Wissenschaft in der Gesellschaft brauchen Stiftungen Mut zum Risiko, Vertrauen in die Akteure und Geduld

Renate Ries und Beate Spiegel

Jedem Anfang wohnt ein Zauber inne. Eine neue Idee wird in einer Stiftung geboren. Oder sie wird von Außenstehenden an die Stiftung herangetragen. Doch wie wird aus einem guten Gedanken ein wirkungsvolles Projekt oder gar ein erfolgreiches Institut?

Das soll hier exemplarisch an zwei Instituten der Klaus Tschira Stiftung (KTS) dargestellt werden, die im Bereich Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsjournalismus bundesweit aktiv sind.

Wie entstand aus der Idee, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in ihrer Kommunikationskompetenz zu stärken, damit sie teilnehmen am Dialog mit der Gesellschaft, das Nationale Institut für Wissenschaftskommunikation, kurz NaWik? Wie wurde der Wunsch Wirklichkeit, Forscherinnen und Forschern eine Stimme in den Medien zu geben durch zeitnahe und verlässliche Einordnung von kontroversen Wissenschaftsthemen? So geschehen im Science Media Center Germany, kurz SMC. Sowohl das NaWik als auch das SMC wurden als gemeinnützige GmbHs von der Klaus Tschira Stiftung (mit-) gegründet und werden maßgeblich von der Stiftung finanziell getragen. Über

R. Ries (✉) · B. Spiegel
Klaus Tschira Stiftung, Heidelberg, Deutschland
E-Mail: renate.ries@klaus-tschira-stiftung.de

B. Spiegel
E-Mail: beate.spiegel@klaus-tschira-stiftung.de

ihre Institute berichten Beatrice Lugger, Geschäftsführerin und Direktorin des NaWik, mit ihrem Beitrag „Verständlichkeit ist nur der Anfang“ sowie Volker Stollorz, Geschäftsführer und Redaktionsleiter des SMC, in seinem Artikel „Wir lieben Aufklärung“.

Die Klaus Tschira Stiftung (KTS) fördert Naturwissenschaften, Mathematik und Informatik und möchte die Wertschätzung für diese Fächer in der Gesellschaft steigern. Ihre Förderschwerpunkte sind Bildung, Forschung und Wissenschaftskommunikation. In diesem dritten Bereich ist die Stiftung besonders aktiv durch Einrichtungen, die sie (mit-)gegründet hat und maßgeblich fördert. Dazu gehören das Nationale Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik), das Science Media Center Germany (SMC) und die Heidelberg Laureate Forum Foundation (HLFF). Weiterhin fördert sie viele Projekte, um Wissenschaft in der Gesellschaft zu verankern, wie beispielsweise den KlarText-Preis für Wissenschaftskommunikation, die naturwissenschaftlichen Erlebnistage Explore Science, die Lehrer- und Schülerfortbildung Jugend präsentiert, das Portal wissenschaftskommunikation.de sowie die wissenschaftsjournalistische Ausbildung an der Deutschen Journalistenschule.

Von der Idee zum erfolgreichen Start-up – bereits vor fast 50 Jahren zeigte Klaus Tschira (1940–2015), welche Faktoren nötig sind, um einen guten Plan Wirklichkeit werden zu lassen. Klaus Tschira und vier weitere Gründer wollten Computerprogramme entwickeln, die Unternehmen bei allen betriebswirtschaftlichen und technischen Abläufen unterstützen sollten. Hierzu starteten sie die Firma SAP, heute ein Global Player im Bereich Business Software. Die Gründer gaben für dieses Unternehmen ihre gesicherten Existenzen als Angestellte auf, was sicher nicht jede ihrer Familien begrüßte.

Das Erfolgsrezept der fünf: Sie glaubten an ihre Idee, sie vertrauten wechselseitig in ihr Können und Engagement, sie hatten Geduld bei der Entwicklung ihres zunächst kleinen Unternehmens, sie gingen Bündnisse mit anderen Organisationen ein – und sie hatten den Mut, auch das Scheitern des Vorhabens in Kauf zu nehmen.

Diese Haltung bewies Klaus Tschira dann ebenso als Stifter: Er konnte eine gute Idee erkennen und anerkennen – sowohl bei seinem Stiftungsteam als auch bei Antragstellern. Und wenn er Vertrauen in das Können und Engagement der Akteure hatte, war er bereit, diese zu unterstützen. Er wusste: Menschen, die Neues wagen wollen und dafür bereit sind, „ins kalte Wasser zu springen“, benötigen schnell und verlässlich Unterstützung. Denn wer an einem neuen großen Projekt arbeitet, kann dies nur eine begrenzte Zeit neben seinem bisherigen Beruf tun. Und wer seine gesicherte Existenz aufgibt, um mit dem Aufbau eines neuen Instituts in eine ungewisse

Zukunft zu gehen, benötigt eine Perspektive – für sich und andere: Mit einer Förderung von einem Jahr wird selbst der Engagierteste keine qualifizierten Mitarbeiter finden.

Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten, die Neues wagen, wie im Fall des Aufbaus von NaWik und SMC, brauchen den langen finanziellen Atem der Klaus Tschira Stiftung. Mit Geld allein ist es jedoch nicht getan: Die Stiftung gibt ihnen Zeit, ihre Institute zu entwickeln und unterstützt sie in Bereichen, die nicht spontan zur Kernkompetenz von Wissenschaftskommunikatoren und -journalisten gehört: kaufmännische Geschäftsführung, IT und Personalverwaltung. Denn die gute Idee kann umso besser umgesetzt werden, je professioneller die Organisation aufgebaut wird. Der inhaltliche Freiraum der Institute bleibt dabei stets erhalten.

Für alle Beteiligten heißt es zudem, geduldig zu sein. Aus der Erfahrung von mehreren KTS-Instituten oder Ausnahmeprojekten hat die Stiftung gelernt, dass in der Regel fünf Jahre nötig sind, bis „das Kind laufen gelernt hat“. Vorher wird die Arbeit der Institute nicht evaluiert. Wichtiger ist der Austausch mit den Geschäftsführenden, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, den Aufsichts- und Beratungsgremien, die Vernetzung – letztlich das ganze Repertoire der wertschätzenden Unterstützung. Auch Rückschläge müssen gemeinsam verarbeitet und neue Wege eingeschlagen werden: wenn beispielsweise Leistungsträger das Institut verlassen oder angepeilte Zusammenarbeiten mit Akteuren im Bereich von Hochschule und Wissenschaft sich nicht verwirklichen lassen. Dazu gehört vonseiten der Stiftung auch die Kenntnis von Menschen und des Umfeldes, in dem das Institut tätig ist.

„Es kann aber auch einmal weh tun!“, warnte Volker Stollorz, als er 2015 Klaus Tschira sein Konzept des Science Media Center Germany vorstellte. Damit wies der Wissenschaftsjournalist darauf hin, dass durch die Arbeit des SMC möglicherweise auch einmal schlechtes Licht auf von der Klaus Tschira Stiftung geförderte Wissenschaftler geworfen werden könnte – und damit letztlich auch auf die Stiftung selbst. Die Antwort „Das halten wir dann aus“ bekräftigte vor allem die redaktionelle Freiheit, die die Klaus Tschira Stiftung von Anfang an dem SMC zugesagt hatte.

„Um ein Kind großzuziehen, braucht es ein ganzes Dorf“, heißt es. Auch bei einem Institut bedarf es vieler Bündnispartner. Beim NaWik gehört ganz wesentlich der Gründungspartner und Mitförderer Karlsruher Institut für Technologie (KIT) dazu. Beim SMC ist die Wissenschaftspressekonferenz (WPK), der Verband der Wissenschaftsjournalisten, Mitgesellschafter. Dazu kommen jeweils weitere Förderer, Projektpartner, Zielgruppen und viele mehr. Weitere Unterstützer sind willkommen!

Den größten Wert für die Verankerung der Wissenschaft in der Gesellschaft – das über allem stehende Ziel – haben dabei die Menschen, die weder ihre eigene Karriere noch die öffentliche Wahrnehmung ihrer Organisation in den Vordergrund stellen. Sie unterstützen eine gute Idee, weil sie an deren Nutzen für die Gesellschaft glauben und aus eigener Verantwortung einen Beitrag dazu leisten möchten.

Mit der Gründung von NaWik und SMC aus einer Stiftung heraus hat die Klaus Tschira Stiftung einen weltweit einzigartigen Impuls gesetzt zur Stärkung der Demokratie durch Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsjournalismus. Doch nur durch die kompetente und engagierte Arbeit derjenigen, die in den Instituten für die Verwirklichung dieses Ziels arbeiten, werden aus Ideen Wirklichkeit.

Renate Ries leitet das Team „Medien und Kommunikation/KlarText – Preis für Wissenschaftskommunikation“ der Klaus Tschira Stiftung (KTS). Als Prokuristin des Science Media Center Germany (SMC) unterstützt sie die Geschäftsführung. Die Wissenschaftsjournalistin verantwortet den KlarText-Preis für Wissenschaftskommunikation und ist Aufsichtsratsmitglied des Nationalen Instituts für Wissenschaftskommunikation (NaWik) sowie Mitglied im Lenkungsausschuss von Wissenschaft im Dialog (WiD).

Beate Spiegel ist Geschäftsführerin der Klaus Tschira Stiftung (KTS), Geschäftsführerin des Science Media Center Germany (SMC) und Vorstand der Heidelberg Laureate Forum Foundation. Zudem ist sie Mitglied im Aufsichtsrat des Nationalen Instituts für Wissenschaftskommunikation (NaWik), Mitglied der Gesellschafterversammlung von Wissenschaft im Dialog (WiD) sowie in verschiedenen Gremien wissenschaftlicher oder wissenschaftsfördernder Einrichtungen tätig.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Die selbstlosen Stakeholder?

Stiftungen als neue Akteure der Wissenschaft und Wissenschaftskommunikation: Ein Interview mit Jörg Klein (Daimler und Benz Stiftung), Matthias Mayer (Körper-Stiftung), Cornelia Soetbeer (VolkswagenStiftung), Felix Streiter (Stiftung Mercator)

Alexander Mäder und Johannes Schnurr

Die Zahl der in Deutschland tätigen Stiftungen stieg während der vergangenen Jahre, insbesondere seit der Wiedervereinigung, signifikant an. Diese Entwicklung liegt unter anderem darin begründet, dass Vermögen, die in der Zeit seit dem Wirtschaftswunder von Einzelpersonen oder Familien erworben wurden, oftmals nicht als Privatbesitz weitervererbt werden, sondern gemäß dem individuellen Willen ihrer Stifter der Gesellschaft als „Guthaben“ zur Verfügung gestellt werden sollen. Auch zahlreiche Unternehmen gründen als Ausweis ihres gesellschaftlichen Engagements respektive ihrer „Corporate Social Responsibility“ unternehmensnahe Stiftungen. Dabei bleibt zu beachten, dass sich die mittlerweile über 22.000 in Deutschland tätigen Stiftungen erheblich voneinander unterscheiden – in ihrer Rechtsform, in ihrer Vermögensausstattung, in der Art, wie sie mit

A. Mäder
Hochschule der Medien, Stuttgart, Deutschland
E-Mail: maeder@hdm-stuttgart.de

J. Schnurr (✉)
Daimler und Benz Stiftung, Ladenburg, Deutschland
E-Mail: schnurr@daimler-benz-stiftung.de

den hinterlegten Finanzwerten verfahren (also ob sie etwa ausschüttend oder substanzeverbrauchend sind), sowie in ihren in der jeweiligen Satzung definierten Förderschwerpunkten.

In den USA zeigt sich, angestoßen durch die „Giving Pledge“-Initiative von Bill und Melinda Gates und Warren Buffett, in welche finanziellen Dimensionen eine solche Entwicklung mittlerweile vordringen kann. Während die neue mäzenatische und philanthropische Haltung gewiss zu begrüßen ist, bleibt doch auch zu bedenken, dass Stiftungen vielerorts zunehmend an die Stelle staatlicher Institutionen treten. Als Investoren verwalten und investieren sie gewaltige Summen und können damit künftig weder aus der globalen ökonomischen Kapital- und Wertschöpfungskette noch aus den weitgespannten und vielerorts unverzichtbaren Netzen sozialer, ökologischer und wissenschaftlicher Verantwortlichkeiten mehr weggedacht werden. Vielmehr wandeln sie sich zu einflussreichen Akteuren, indem sie – etwa im Bereich der Wissenschaft – gemäß bestimmter thematischer Vorgaben Forschungsvorhaben initiieren, deren oft langjährige Durchführung sowie nachfolgende Publikationen finanzieren, Tagungen ausrichten, Preise und Stipendien vergeben und damit berufliche Karrieren prägen. Nicht zu vergessen, dass Stiftungen selbst zunehmend attraktive Arbeitgeber für Akademiker sind. Wissenschaftsfördernde Stiftungen mit all solchen Unterstützungsleistungen erweisen sich mittlerweile als inhärenter Bestandteil funktionierender nationaler und internationaler Strukturen. Diese sich verändernde Rolle gilt es funktional zu reflektieren – nicht zuletzt auch im Bereich der mit dieser Entwicklung einhergehenden verstärkten Wissenschaftskommunikation.

Organisiert im Bundesverband Deutscher Stiftungen trifft sich in regelmäßigen Abständen der Arbeitskreis Wissenschaft und Forschung. Er begreift es als seine Aufgabe, die wissenschaftsfördernden Stiftungen beziehungsweise ihre Vertreter zu vernetzen und dabei Fragen aus der Praxis sowie konkrete Herausforderungen des Stiftungsalltags zu erörtern. Darüber hinaus stellt dieser Arbeitskreis aber auch ein Forum dar, auf dem grundsätzliche Fragen der Forschungsförderung wie etwa die Ausrichtung von Förderstrategien, Standards von Auswahlverfahren und Kriterien der Projektevaluation, Möglichkeiten der (internationalen) Nachwuchsförderung oder hochschulpolitische Entwicklungen diskutiert werden. Schwerpunktthemen der letzten Jahre waren unter anderem, wie risikobereit Wissenschaftsförderung von Stiftungen sein sollte, welche Regeln eine gute Förderpraxis bedarf oder welche Rolle die Disziplinen übergreifende Zusammenarbeit von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in heute oft hochkomplexen Forschungsfeldern spielt.

Agieren Stiftungen damit selbst als Teil des Wissenschaftssystems, so sollten sie darlegen, welche Ziele sie verfolgen, mit welchen Mitteln sie diese Ziele verfolgen und welche ethischen beziehungsweise gesamtgesellschaftlichen Wertmaßstäbe sie ihrer Projektförderung zugrunde legen. Unter der Fragestellung „Die selbstlosen Stakeholder? Stiftungen als neue Akteure der Wissenschaft und der Wissenschaftskommunikation“ befragten Alexander Mäder und Johannes Schnurr vier Vertreter von Stiftungen, die in den letzten Jahren die Arbeitskreistreffen inhaltlich vorbereitet haben.

***AM und JS:** Welchen Stellenwert nimmt bzw. sollte Wissenschaftskommunikation bei den durch Stiftungen geförderten Vorhaben einnehmen? Genügt es, exzellente Wissenschaft zu identifizieren und diese zu finanzieren?*

Körper-Stiftung: Die Frage, welchen Stellenwert Wissenschaftskommunikation bei der Förderung von Forschungsprojekten einnehmen sollte, würde ich mittelfristig gern überflüssig machen, indem ich für einen Begriff von Wissenschaft plädiere, zu dem die Dimension der Kommunikation immer schon dazugehört. Wissen, das nicht kommuniziert ist, ist keines. Erst indem ich sie teile, wird eine Einsicht zu Wissen. Und in demokratisch verfassten Gesellschaften genügt es eben nicht, die eigenen Erkenntnisse mit der jeweiligen Fachcommunity in Form von Vorträgen und Publikationen zu teilen, sondern es gibt auch eine Rechenschaftspflicht gegenüber der Gesellschaft als Ganzes. Klug ist, wer dieser nicht erst auf Nachfrage nachkommt – übrigens schon im Interesse der Selbsterhaltung. Stiftungen haben einen guten Hebel, um Wissenschaftskommunikation zu einer Selbstverständlichkeit werden zu lassen: Sie müssen einfach ein entsprechendes Kriterium in ihre Förderrichtlinien aufnehmen oder eben diejenigen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler fördern, die Kommunikation ohnehin schon ganz selbstverständlich betreiben.

Darüber hinaus können und sollten Stiftungen natürlich auch noch mehr tun. Nicht selten sind sie ja in der Rolle einer vermittelnden Instanz zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen oder auch zwischen einer spezifischen Gruppe und der Öffentlichkeit, also beispielsweise der Wissenschaft und der Gesellschaft. Sie sind damit in einer idealen Position, selbst Aktivitäten zur Vermittlung von Wissenschaft oder besser noch zum Dialog von Wissenschaft und Gesellschaft zu entfalten. Die Formate dafür sind so zahlreich wie reizvoll und, was noch wichtiger ist, meist auch erfolgreich, weil man nämlich Stiftungen im Allgemeinen glaubt, nicht aus purem Eigeninteresse zu handeln, sondern im Dienste des Gemeinwohls unterwegs zu sein. Die Wissenschaftsinstitutionen selbst haben sich in den letzten Jahren

erstaunlich professionalisiert, was ihre Kommunikationsaktivitäten angeht, verharren aber oft im Modus des einseitigen Sendens von Erfolgsmeldungen. Deshalb, so mein Rat, sollten sich Stiftungen der Herausforderung stellen, einen echten Dialog daraus zu machen, und das hieße vor allem zu überlegen, wie in der umgekehrten Richtung die Anliegen, Probleme und Fragen der Gesellschaft ihren Weg in das System Wissenschaft finden können.

AM und JS: Das Gewicht der Stiftungen als Wissenschaftsförderer wächst und damit verändert sich auch ihre Rolle als Wissenschaftskommunikatoren. Welche Chancen und welche Herausforderungen bringt dieser Prozess mit sich?

VolkswagenStiftung: Die VolkswagenStiftung stellt schon länger zusätzliche Mittel für die Wissenschaftskommunikation im Rahmen der von ihr geförderten Personen und Projekte zur Verfügung. Außerdem hat sie 2004 einen Studiengang zum Thema Wissenschaftsjournalismus gefördert und 2008 in der Förderinitiative „Evolutionbiologie“ mit Blick auf die auch in Deutschland Fahrt aufnehmende Kreationismusdebatte einen „Ideenwettbewerb Evolution heute“ ausgelobt, um den Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu stärken. Zu den originellen Ideen gehörte etwa eine entsprechend gestaltete Straßenbahn in Köln, die den Fahrgästen die Thematik sozusagen im Vorbeifahren nähergebracht hat.

Aber natürlich ist auch in der VolkswagenStiftung die Bedeutung von Wissenschaftskommunikation mit dem erodierenden Vertrauen der Gesellschaft in die Wissenschaft in den letzten Jahren noch einmal gestiegen. Wie viele Stiftungen sehen wir uns dabei als Mittlerin zwischen beiden Welten: Einerseits nehmen wir die Perspektive der Zivilgesellschaft und ihren berechtigten Anspruch auf eine transparente Vermittlung wissenschaftlicher Themen und Inhalte ein. Andererseits möchten wir das Verständnis für den Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens selbst und auch die zuweilen weniger leicht vermittelbaren Themen der Grundlagenforschung stärken und damit letztlich auch helfen, das Vertrauen in Wissenschaft überhaupt (wieder) aufzubauen.

Die VolkswagenStiftung agiert dabei auf verschiedenen Bühnen: Neben eigenen Publikationen zum Thema nehmen wir in dem 2012 neu errichteten internationalen Tagungszentrum Schloss Herrenhausen in Hannover die Schnittstelle Wissenschaft – Gesellschaft direkt in den Blick und unterstützen den Transfer von Wissen in die Gesellschaft und den Dialog mit der Gesellschaft durch zahlreiche, selbst organisierte Veranstaltungen zu aktuellen und nicht selten kontroversen wissenschaftlichen Themen. Die Resonanz auf die verschiedenen Formate ist erfreulich groß. Nicht zuletzt durch ihre Unabhängigkeit gelingt es der Stiftung oft gut,

widerstreitende Akteure und große Institutionen an einen Tisch zu bringen. Ein Beispiel hierfür ist eine große Veranstaltung zum Thema „Wissenschaft braucht Gesellschaft – Wie geht es weiter nach dem March for Science“ in Kooperation mit der Leopoldina, der Wochenzeitung *DIE ZEIT* und der Robert Bosch Stiftung im Oktober 2017. Darauf folgte dann ein Round-Table-Gespräch der großen privaten und öffentlichen Wissenschaftsförderer mit dem Ziel, gemeinsam konkrete Maßnahmen zur Stärkung von Wissenschaftsvermittlung zu vereinbaren. Zugegeben: Bei einem solch breiten Schulterchluss mahlen die Mühlen manchmal etwas langsamer, aber strukturelle Veränderungen brauchen zuweilen einen langen Atem.

Eine weitere Möglichkeit, das Thema voranzubringen, liegt in dem engen Kontakt der Stiftungsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter zu den vielen geförderten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern. Sie können das Potenzial der jeweiligen Personen und Themen für Maßnahmen der Wissenschaftskommunikation sehr gut einschätzen und auch hier ganz gezielt motivieren. Die VolkswagenStiftung stellt hierfür in einem gesonderten Modul erhebliche zusätzliche Mittel für spannende Ideen zur Verfügung und lobt zuweilen auch eigene Ideenwettbewerbe aus (zuletzt zur Stärkung der sogenannten „Kleinen Fächer“).

Eine Herausforderung ist es jedoch, der fehlenden Motivation bzw. Incentivierung innerhalb des Wissenschaftssystems selbst entgegenzuwirken. Bei Berufungsverhandlungen zum Beispiel zählt es nur wenig, wenn sich jemand in der Wissenschaftskommunikation besonders engagiert hat. Da stehen nach wie vor in erster Linie die Forschung, eng verbunden mit Verfahren der Metrisierung und der quantifizierten Leistungsmessung, im Vordergrund. Um hier auf eine Änderung hinzuwirken und der Wissenschaftskommunikation (wie auch der Lehre) einen größeren Stellenwert in der wissenschaftlichen Leistungsbewertung zu verschaffen, ist der oben bereits erwähnte Schulterchluss mit anderen großen Wissenschaftsförderern essenziell.

AM und JS: Was machen Stiftungen bei der Wissenschaftsförderung anders als die staatlichen Institutionen? In welchen Bereichen sind sie eventuell leistungsfähiger und bei welchen Themen oder Aufgaben sollten sie sich lieber zurückhalten?

Körper-Stiftung: Wichtig ist mir zunächst einmal zu betonen, dass Stiftungen in der privilegierten Situation sind, eigensinnig sein zu dürfen. Sie müssen sich also nicht zwangsläufig den je gängigen staatlichen Förderlogiken unterordnen und sie müssen ebenso wenig den gerade angesagten Fördermoden folgen. Warum also beispielsweise nicht den Begriff von

der Exzellenz als Förderkriterium um den der Relevanz ergänzen! Und das wunderbare Recht auf Eigensinn besteht dann gerade darin, selbst entscheiden zu dürfen, was man für relevant halten will – was übrigens nicht heißt, man wäre in einer öffentlichen Debatte davon entbunden, für die eigenen Entscheidungen Gründe angeben zu müssen.

Was Stiftungen tun und meines Erachtens auch tun sollten, ist, ihre Vorteile auszuspielen. Sie können ganz einfach schneller, flexibler, unbürokratischer und risikobereiter sein, einerseits wegen ihrer inneren Verfasstheit, andererseits aber auch schlicht deshalb, weil sie nicht an komplizierte Regelwerke und Verfahren gebunden sind oder zumindest nur an die, die sie sich selbst gegeben haben. Wer wie ich Eigensinn für eine Tugend hält, sollte sich wohlweislich damit zurückhalten, einzelne Bereiche zur Förderung zu empfehlen. Viel wichtiger scheint mir ohnehin ein Plädoyer dafür, Haltungen einzunehmen und auch zu zeigen. Ein paar wichtige solcher Haltungen können wir als Stiftungen von der Wissenschaft selbst lernen: Offenheit, Neugier, Mut zum Risiko und auch die Einsicht, dass Fehler ein wertvoller Teil innovativer Prozesse sind. Das Wichtigste aber wäre mir, dass wir Stiftungen zu einer Wiedererstarkung einer Kultur des Vertrauens beitragen und der Wissenschaft ein wenig Erleichterung verschaffen würden von überhandnehmenden Berichts-, Kontroll- und Evaluationsregimes. Das klingt aktuell vielleicht fast schon wie ein Wunschtraum – umso wichtiger, dass wir Stiftungen uns diesen Luxus und Leichtsinn erlauben.

Und um mit dem Offenkundigen zu enden: Zurückhaltung scheint mir geboten bei allen Aufgaben der Grundfinanzierung oder beispielsweise auch bei der Bereitstellung großer Forschungsinfrastrukturen. Das macht im Grunde schon ein Blick auf die Zahlen deutlich: Deutschland gibt im Jahr etwas über 90 Milliarden Euro für Forschung und Entwicklung aus, etwa 27 Milliarden davon zahlen Bund und Länder, den überwiegenden Teil die Wirtschaft. Dagegen geben alle deutschen Stiftungen für alle ihre Satzungszwecke zusammengenommen etwas über 4 Milliarden Euro aus. Diese Dimensionen machen schon klar, dass wir nur sehr punktuelle Impulse geben, nicht aber für die Aufrechterhaltung des Gesamtsystems Verantwortung übernehmen können.

AM und JS: Journalisten folgen bei ihrer publizistischen Arbeit dem Pressekodex. Welchem Reglement sind Stiftungen bei ihrer Wissenschaftskommunikation unterworfen?

Daimler und Benz Stiftung: Journalisten und Stiftungen verfolgen in ihrer täglichen Arbeit unterschiedliche Ziele, woraus für ihre Berichterstattung

und ihre Kommunikationsanliegen divergierende Aufgaben resultieren. In der Regel adressieren sie oft auch unterschiedliche Zielgruppen. So ist es beispielsweise nicht für jede Stiftung relevant, die Öffentlichkeit überhaupt über ihre Fördertätigkeit zu informieren. Viele Stiftungen beschränken sich auf die Erfüllung ihrer operativen Ziele und betreiben gar keine Öffentlichkeitsarbeit, sondern erfüllen lediglich ihre behördliche Berichtspflicht. Fokussieren wir jedoch den Bereich einer aktiv geführten Wissenschaftskommunikation und des gezielt gesuchten Austauschs mit der Gesellschaft, so ergeben sich sehr wohl Überschneidungen mit den Medien wie auch mit den Aufgaben von Institutionen und Personen aus Wissenschaft und Forschung (Wissenschaftlern, Mitarbeitern von Einrichtungen, Institutsleitern, Rektoren etc.). Wenn im Pressekodex für die Berichterstattung die „Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde“ oder die „Sorgfaltspflicht“ eingefordert werden, so sollte dies selbstverständlich auch für Stiftungen und ihre Kommunikationstätigkeit gelten. Es ist gewiss kein Zufall, dass in Artikel 5 des Grundgesetzes sowohl die Presse- und Meinungsfreiheit (Absatz 1) wie auch der Passus zu Kunst, Wissenschaft und Forschung (Absatz 3) räumlich eng zusammengefasst sind. Wenn es dort es lautet: „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten [...]“ beziehungsweise „Kunst und Wissenschaft, Forschung und Lehre sind frei“, so werden hier Bereiche benannt, für die eine ungehinderte Kommunikation essenziell ist und die, um ihr Funktionieren zu gewährleisten, in höchstem Maße vor Zensur geschützt werden müssen. Diesen im Grundgesetz formulierten Rechten und Freiheiten korrespondiert die publizistische Verantwortung, wissenschaftliche Ergebnisse in einem sachlich richtigen Zusammenhang wiederzugeben, Fakten nicht um erhöhter Aufmerksamkeit willen zu übertreiben sowie auf spezielle Risiken oder die Vorläufigkeit von Forschungsergebnissen angemessen hinzuweisen. Insbesondere auch bei der Vereinfachung und mitunter verkürzten Darstellung von Sachverhalten, etwa zum Zweck einer besseren Verständlichkeit, gilt es, gemäß dieser Grundsätze große Sorgfalt walten zu lassen. Die Bemühungen des Siggener Kreises, in seinen „Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR“ allgemeingültige Reglements zu formulieren, sind in diesem Zusammenhang wichtig und zu begrüßen. Dennoch sollte immer auch im Auge behalten werden, dass im Rahmen institutioneller Öffentlichkeitsarbeit das Ziel einer positiven Selbstdarstellung mitschwingt und von daher Journalismus und die Kommunikation von Stiftungen grundsätzlich als sich in ihrer Arbeitsweise unterscheidende Bereiche wahrzunehmen bleiben.

***AM und JS:** Weshalb fördern Stiftungen überhaupt Wissenschaft und Forschung? Ist dies nicht vielmehr eine hoheitliche Aufgabe, die Universitäten,*

Forschungsverbänden oder staatlich kontrollierten Forschungseinrichtungen obliegen sollte?

VolkswagenStiftung: Natürlich ist es das! Und sie sollte es auch bleiben. Leider erleben wir in den letzten Jahren durch den Trend zur wettbewerblichen Mittelvergabe eine Verschiebung des Verhältnisses zwischen einer soliden Grundfinanzierung der Hochschulen und der eigentlich als zusätzlich gedachten Einwerbung von Drittmitteln zugunsten eines immer höher steigenden Anteils der Drittmittel gegenüber den Grundmitteln. Das hat übrigens auch für fördernde Stiftungen unangenehme Nebenwirkungen: So schnellen z. B. die Antragszahlen in die Höhe und das Peer-Review-System droht zu implodieren – es wird immer schwieriger, einschlägig ausgewiesene Gutachterinnen oder Gutachter für eine qualitätssichernde Beurteilung der Anträge zu finden.

Die VolkswagenStiftung sieht sich als größte private Wissenschaftsförderin nicht in Konkurrenz, sondern komplementär zur öffentlichen Hand und muss dabei darauf achten, dass sie als Drittmittelgeberin nicht Teil des beschriebenen Problems wird. Ihr Ziel ist es, der Wissenschaft mit ihren Fördermitteln gezielte Impulse zu geben und nicht etwa dort einzuspringen, wo der Staat sich zurückzieht. Besondere Akzente setzt sie dabei etwa in der Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses, der Verbesserung der Ausbildungs- und Forschungsstrukturen in Deutschland, in neu aufkommenden Forschungsthemen – oft auch mit einem sehr interdisziplinären und internationalen Zuschnitt – oder in besonders risikobehafteten Forschungsprojekten. Hierfür sieht sich die Stiftung als unabhängige Förderin besonders prädestiniert: Wissenschaft beginnt mit Fragen oder Hypothesen, auf die man noch keine Antworten weiß. Die Stiftung sieht sich als vertrauensvoller Partner in diesem Forschungsprozess und ist ganz bewusst bereit, das Risiko eines „Scheiterns“ mitzutragen – wobei man hier betonen muss, dass es im eigentlichen Sinn kein „Scheitern“ ist, wenn sich z. B. eine Hypothese als nicht richtig erweist. Für die Wissenschaft ist auch dies ein wertvolles Ergebnis, das sich nur leider sehr viel schlechter publizieren lässt.

Ein weiterer Vorteil ist, dass Stiftungen meist schneller auf aktuelle Entwicklungen reagieren können als die großen öffentlichen Förderer. So können wir auch zuweilen neuen Themen den Weg bereiten oder strukturelle Veränderungen pilotartig erproben. Wenn alles optimal läuft, werden diese Impulse von öffentlichen Förderern aufgegriffen. Dann ziehen wir uns hier wieder zurück und haben Raum für Neues. Erfreulicherweise gibt es hierfür viele gelungene Beispiele.

AM und JS: Stiftungen folgen ihrem Satzungszweck. Sie bringen dabei einen bestimmten Stifterwillen zum Ausdruck oder sie tragen als Unternehmensstiftungen den Stifternamen hinaus in alle Welt. Wie selbstlos sind Stiftungen also, wie frei agieren sie als Stakeholder im Konzert der deutschen Wissenschaftsförderung?

Daimler und Benz Stiftung: Stiftungen können grundsätzlich so frei agieren, wie es ihre Satzung zulässt. Nicht zufällig lautet daher der erste Grundsatz der vom Bundesverband Deutscher Stiftungen verabschiedeten „Grundsätze guter Stiftungspraxis“: Stiftungsorgane, Stiftungsverwalter und -mitarbeiter „verstehen sich als Treuhänder des im Stiftungsgeschäft und in der Satzung formulierten Stifterwillens. Sie sind der Satzung verpflichtet und verwirklichen den Stiftungszweck nach bestem Wissen und Gewissen“.

Auch wenn dieser Grundsatz bedeutet, dass der in der Satzung formulierte Stifterwille Richtschnur allen Handelns sein muss, gibt es in der Praxis immer wieder Ermessensentscheidungen, wie dieser Stifterwille konkret umgesetzt werden soll. Deshalb besteht für jede Stiftung die Notwendigkeit, ein Leitbild auszuarbeiten, das die Rahmenbedingungen für ihr individuelles Agieren schafft. Dieses Leitbild wird in der Regel von den Stiftungsgremien entwickelt und definiert diejenigen Maßnahmen und Aktivitäten, durch die der Stifterwille umgesetzt werden kann.

Dabei sind angesichts begrenzter Ressourcen vielleicht gerade wissenschaftsfördernde Stiftungen – stärker noch als andere Stiftungen – gefordert, zu öffentlichen Strukturen parallele Förderprogramme zu vermeiden. Vielmehr sollten gerade sie die einer Stiftung innewohnende Möglichkeit nutzen, flexibel auf die gegebene oder erforderte Situation ausgerichtete bzw. komplementäre Angebote zu unterbreiten, die staatliche Förderorganisationen in dieser Form nicht bieten können, und dadurch unterstützend die deutsche Wissenschaftsförderung bereichern. Um ein Beispiel zu nennen: Nachdem die Daimler und Benz Stiftung erkannte, dass im Bereich der Promotionsförderung im Rahmen der Exzellenzinitiative zahlreiche neue Fördermöglichkeiten entstanden waren, stellte sie ihr Programm in diesem Bereich ein und legte zeitnah ein Förderprogramm für Juniorprofessoren und Postdoktoranden auf, da hier ein deutlich stärkerer Bedarf an Unterstützung bestand.

Dieses Stipendienprogramm soll jungen Wissenschaftlern nach ihrer Promotion den Start in eine unabhängige wissenschaftliche Karriere erleichtern. Finanziert werden allerdings nicht zusätzliche Stellen, vielmehr werden Wissenschaftler mit institutioneller Anbindung, deren Lebenshaltungskosten gedeckt sind, in die Lage gesetzt, Mittel, die von der jeweiligen Infrastruktur

nicht angeboten werden, zu akquirieren und diese frei und nach eigenem Gutdünken einzusetzen.

Unternehmensstiftungen und mehr noch unternehmensverbundene Stiftungen stehen mitunter in der Kritik, dass zwar vordergründig gemeinnützige Zwecke verfolgt würden, ihre Fördertätigkeit aber tatsächlich wirtschaftlichen Unternehmensinteressen diene. Als Pauschalkritik ist dies nicht richtig, in der Tat jedoch erscheint gerade hier mehr denn je ein hohes Maß an Transparenz nötig. So kann bei kritisch bewerteten Maßnahmen der Forschungsförderung – wie etwa der Einrichtung von Stiftungsprofessuren oder der Förderung kompletter wissenschaftlicher Institute – die Offenlegung von Verträgen sinnvoll erscheinen, um solcher Kritik die Grundlage zu entziehen.

***AM und JS:** Welche Zielgruppen, welchen Adressatenkreis sollten Stiftungen mit ihrer Wissenschaftskommunikation ansprechen? Welche Ergebnisse erhoffen Sie sich, welche Herausforderungen sehen Sie für die Zukunft?*

Stiftung Mercator: Die Umfrage unseres Arbeitskreises unter wissenschaftsfördernden Stiftungen in Deutschland im Jahr 2017 hat ergeben, dass zwei Drittel der Stiftungen es sich zur Aufgabe gemacht haben, die im Rahmen ihrer Förderung entstandenen wissenschaftlichen Resultate auch an Zielgruppen außerhalb der Wissenschaft zu vermitteln. Für die Frage, was genau in welcher Form an welche Zielgruppe vermittelt werden sollte, gibt es keine allgemeingültige Antwort. Förderanträge enthalten in ihrem Schlusskapitel häufig ein paar lapidare Aussagen zur Vermittlung der erwarteten Forschungsergebnisse an „die Öffentlichkeit“. Doch mit welcher Botschaft welche Zielgruppe auf welchem Wege angesprochen werden soll, bleibt meistens im Unklaren.

Hier kann und sollte die Stiftungsarbeit ansetzen. Denn der Dreiklang an Fragen hat es in sich: Bereits bei der Botschaft tun sich viele schwer. Wissenschaftler/-innen werden jahrelang darauf trainiert, genau zu differenzieren, auf feinste Unterschiede zu achten. Botschaften, die ankommen, erfordern aber in aller Regel Verkürzungen und Pauschalisierungen im Faktenbereich sowie eine gesellschaftspolitische Positionierung. Damit fühlen sich Wissenschaftler/-innen und Stiftungen oft nicht wohl. Wer sich aus dem Fenster lehnt, wird angreifbar. Wer, wie wir in der Stiftung Mercator, gesellschaftliche Wirkung erzielen will, braucht ein klares Profil. Denkbare Zielgruppen gibt es viele: Die einschlägige Scientific Community, Wissenschaftler/-innen aus anderen Fächern, Politik und Verwaltung, zivilgesellschaftliche Organisationen und Wirtschaftsunternehmen, und das alles auf lokaler, regionaler, nationaler oder internationaler Ebene. Gehör findet man in diesen Gruppen

weniger durch breit gestreute Pressemitteilungen, sondern eher durch individuelle Ansprache. Das ist aufwendig und erfordert gute Zugänge.

Wichtig ist, vom Empfänger her zu denken: Wer interessiert sich wirklich für ein bestimmtes Forschungsergebnis, hat die nötige Zeit, es aufzunehmen und idealerweise die Erkenntnisse in seine Arbeit zu integrieren? Hierfür ist eine Menge an Empathie erforderlich. Sowohl Wissenschaft als auch Stiftungen sind typischerweise selbstverliebt in ihre eigenen Themen und Projekte. Bisweilen hilft nur der Blick von unabhängigen Kommunikationsexperten, diesen Bias zu überwinden. Außerdem kann erschwerend hinzukommen, dass Wissenschafts- und Stiftungsseite nicht die gleichen Vorstellungen vom Kommunikationsziel und dem dafür zu betreibenden Aufwand haben. In der Stiftung Mercator finanzieren wir bei großen Förderprojekten eigene Kommunikationsstellen beim Projektpartner und entwickeln zu Projektbeginn gemeinsam eine eigenständige Kommunikationsstrategie. Das kostet, hilft aber, den Blick zu schärfen und ein gemeinsames Kommunikationsverständnis herzustellen.

***AM und JS:** Wenn Stiftungen in den nächsten Jahren, wie zu erwarten, ihre wissenschaftsfördernden und kommunikativen Tätigkeiten ausweiten – mittels welcher Kommunikationskanäle sollten sie dies Ihrer Einschätzung nach primär tun? Und wo besteht in Zukunft besonderer Handlungsbedarf?*

Stiftung Mercator: In unserer Umfrage 2017 haben wir auch nach den Vermittlungsinstrumenten gefragt, die die wissenschaftsfördernden Stiftungen nutzen. Hauptinstrument sind mit weitem Abstand Veranstaltungen (62 Prozent). Daneben werden vor allem soziale Medien genutzt (29 Prozent) und Fortbildungen finanziert, in denen Wissenschaftler/-innen lernen, wie sie ihre Forschungsergebnisse besser an andere gesellschaftliche Gruppen vermitteln können (27 Prozent). Zudem legen 62 Prozent der Stiftungen explizit Wert darauf, dass Forschungsergebnisse möglichst so veröffentlicht werden, dass sie für jedermann digital kostenlos zugänglich sind („Open Access“). Damit bedienen Stiftungen schon jetzt die richtigen Kanäle. Ausgebaut werden sollten auf jeden Fall die Kommunikationswege, die mit den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung einhergehen.

Entscheidend wird es aber darauf ankommen, dass auch aufseiten der Wissenschaft ein Kulturwandel stattfindet. Eine aktuelle Umfrage des Karlsruher Instituts für Technologie unter internationalen Nachwuchswissenschaftlern und -wissenschaftlerinnen zeigt, dass in Deutschland tätige Wissenschaftler/-innen signifikant weniger Wert auf externe Wissenschaftskommunikation, insbesondere in sozialen Netzwerken und auf öffentlichen Podiumsdiskussionen, sowie über allgemeinverständliche Vorträge legen als

ihre Kollegen/-innen in anderen Ländern. Zudem werden deutlich weniger Ausbildungsangebote bereitgestellt und genutzt, die auf die Kommunikation mit Zielgruppen von Nicht-Spezialisten vorbereiten. Das liegt vor allem daran, dass Karrieren in der Wissenschaft in erster Linie über Forschungsleistungen gemacht werden – und die Kommunikation dieser Forschung gehört offensichtlich nicht dazu.

Es wäre schön, wenn die staatlichen Wissenschaftsorganisationen diese Schieflage über die Anpassung der finanziellen Anreizsysteme (insbesondere der verbindlichen Gehalts- und Berufungskriterien) korrigieren könnten. Wissenschaft muss ganzheitlich gedacht werden. Wie mein Kollege bereits zu Beginn des Interviews gesagt hat: „Wissen, das nicht kommuniziert wird, ist keines.“ Es ist ein Generationenprojekt, hier für einen Kultur- und Akzeptanzwandel zu sorgen. Eine Wissenschaftsgesellschaft wie Deutschland kann es sich einfach nicht leisten, dass ein Phänomen wie „alternative Fakten“ zum Unwort des Jahres wird. Wissenschaft und Stiftungen müssen daher ihre kommunikativen Anstrengungen in Zukunft deutlich steigern, um diesem Trend zu begegnen.

Jörg Klein, ist seit 1999 als Geschäftsführer der Daimler und Benz Stiftung in Ladenburg tätig. Zuvor promovierte er und studierte Chemie an der Universität Bonn im Fach Zoologie/Molekularbiologie. Er forschte und lehrte mehrere Jahre an Universitäten in den USA sowie den Niederlanden und arbeitete anschließend als Referent bzw. stellvertretender Geschäftsführer der Leibniz-Gemeinschaft in Bonn.

Matthias Mayer, geboren 1962 in Ludwigshafen am Rhein, leitet seit 2008 den Bereich Wissenschaft der Körber-Stiftung. Er studierte Philosophie, Germanistik, Politik und Pädagogik an der Universität Konstanz und der Freien Universität Berlin und war Stipendiat der Studienstiftung des Deutschen Volkes. Nach parallelem Magister und Staatsexamen arbeitete er als wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachbereich Philosophie an der Universität Konstanz. Seit 1996 ist er bei der Körber-Stiftung tätig, zunächst als wissenschaftlicher Mitarbeiter, dann als Projektleiter des Deutschen Studienpreises. 2008 übernahm er die Gesamtleitung des Bereichs Wissenschaft der Stiftung. Er ist Mitglied des MINT-Forschungsrates Hamburg und war als Gutachter u. a. für das BMBF und bei der Studiengangsakkreditierung tätig.

Cornelia Soetbeer, studierte Germanistik und Romanistik in Kiel und promovierte hier als Stipendiatin des Graduiertenkollegs „Imaginatō borealis – Perzeption, Rezeption und Konstruktion des Nordens“. Anschließend war sie als Wissenschaftliche Referentin bei der Alfred Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung in Essen tätig und zuständig für die Satzungsbereiche „Wissenschaft in Forschung und Lehre“ sowie „Sport“. Von 2011 bis Mitte 2019 war sie Mitglied des Leitungsteams Förderung der VolkswagenStiftung und leitete hier

das Förderteam „Herausforderungen – für Wissenschaft und Gesellschaft“. Seit Juli 2019 leitet sie die Abteilung Umweltkommunikation und Kulturgüterschutz der Deutschen Bundesstiftung Umwelt. Cornelia Soetbeer ist Mitglied im Internationalen Beirat der Fondation Maison Suger in Paris und der Steering Group des EFC Research Forum (2014–2019).

Felix Streiter, hat Rechts- und Wirtschaftswissenschaften an den Universitäten Bayreuth, Genf, Freiburg und Duke (USA) studiert und über „Wissenschaftsförderung durch Mittlerorganisationen“ promoviert. Von 2003 bis 2008 war er Referatsleiter in der Alexander von Humboldt-Stiftung. Seit 2008 arbeitet er für die Stiftung Mercator, seit 2014 leitet er dort den Bereich Wissenschaft.

Alexander Mäder ist seit 2018 Professor für digitalen Nachrichtenjournalismus an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Zuvor arbeitete er 15 Jahre als Wissenschaftsjournalist: erst bei der *Berliner Zeitung*, dann als Ressortleiter bei der *Stuttgarter Zeitung* und schließlich als Chefredakteur des Magazins *bild der wissenschaft* und als Mitglied der journalistischen Genossenschaft RiffReporter.

Johannes Schnurr studierte an der Universität Heidelberg Germanistik, Philosophie und Psychologie. Er promovierte mit einer Arbeit über den Sturm-und-Drang-Dichter Jacob Michael Reinhold Lenz. Im Anschluss war er als freier Journalist tätig und arbeitete einige Jahre als Pressereferent der Heidelberger Akademie der Wissenschaften. Seit 2013 ist er Pressesprecher der Daimler und Benz Stiftung.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



Pflicht oder Kür: Müssen Wissenschaftler in die Öffentlichkeit?



Raus, raus, raus!

Eine Wissenschaft in der Vertrauenskrise muss sich der Gesellschaft öffnen – viel radikaler als bisher gedacht

Manuel J. Hartung und Andreas Sentker

Anfang 2017 hatten die Angriffe auf die Wissenschaft eine neue Dimension erreicht: Ungarns Ministerpräsident Viktor Orbán änderte das Hochschulgesetz, um die bunt-internationale Privathochschule Central European University von Budapest aus dem Land zu treiben – trotz der Proteste Zehntausender Menschen. Donald Trump drohte Klimaforschern mit Budgetkürzungen; der amerikanische Präsident mochte nicht an eine menschengemachte Erderwärmung glauben. Recep Tayyip Erdoğan's Türkei sortierte die Evolutionstheorie in den Lehrplänen ihrer Schulen neu ein – als nur eine von mehreren Erklärungen dafür, wie das Leben auf der Erde entstanden ist. Das waren nur drei Nachrichten aus nur drei Monaten. „Was derzeit als postfaktischer Nationalpopulismus durch die Welt geistert, kann sich zu einer Bedrohung unserer Zivilisation auswachsen“, warnte der deutsche Klimaforscher Hans Joachim Schellnhuber. „Wenn Tatsachen

Der Text ist eine leicht veränderte und aktualisierte Fassung des Textes „Raus, raus, raus“, den die Autoren in der Wochenzeitung *DIE ZEIT* veröffentlichten (Nr. 16/2017; online unter: <https://www.zeit.de/2017/16/wissenschaft-vertrauenskrise-misstrauen-gruende-oeffnung>).

M. J. Hartung (✉) · A. Sentker (✉)
DIE ZEIT, Hamburg, Deutschland
E-Mail: mjh@zeit.de

A. Sentker
E-Mail: Andreas.Sentker@zeit.de

zur Seite gewischt werden, dann ist das ein Angriff auf die Aufklärung.“ (Schellnhuber 12. April 2017).

Dieser Angriff auf die Aufklärung hält an. Er ist indes nicht nur das Werk der Faktenverneiner in den Machtpositionen. Die Erosion der Wissenschaft findet auch ganz alltäglich statt, scheinbar harmlos. In den westlichen Industriestaaten müssen Ärzte gegen den Glauben junger Eltern ankämpfen, Viren seien eine Erfindung der Pharmaindustrie und Masern ein harmloses Kinderspiel. Manche Krankenkassen erstatten, um ihren Kunden zu gefallen, die Kosten für homöopathische Traubenzuckerkügelchen, die nachweislich mehr Überzeugungen enthalten als Wirkstoffmoleküle. Und zu Tausenden pilgern aufgeklärte, gebildete Menschen zu Heilern und Schamanen.

Wo Fakten nicht ins Bild passen, werden „alternative Fakten“ präsentiert. Schon der Verweis auf wissenschaftliche Gegenargumente gilt den Anhängern manch längst widerlegter Theorie als Zensur. Die Forschungsgemeinde wird als Establishment verunglimpft, das nur im eigenen Interesse argumentiert. Wo Menschen Unerklärliches propagieren, reicht zur Verteidigung offenbar schon der Verweis, dass auch die Wissenschaft nicht alles erklären kann.

Dass sich eine Gegenbewegung formierte, ein Widerstand gegen „alternative facts“, war gut und richtig. Es war beeindruckend zu sehen, wie weltweit Menschen beim March for Science auf die Straße gingen, in mehr als 600 Städten von Auckland bis Kapstadt, von São Paulo bis Reykjavík. Auch in 22 deutschen Städten waren insgesamt 37.000 Menschen auf den Straßen; sie demonstrierten dafür, „dass wissenschaftliche Erkenntnisse als Grundlage des gesellschaftlichen Diskurses nicht verhandelbar sind“, wie die Koordinatoren auf www.marchforscience.de schrieben.

Wie konnte es zur Vertrauenskrise kommen?

1. Das Monopol auf Welterklärung wird gleich von mehreren Seiten angegriffen

Wo Politik sich über unbequeme Einsichten hinwegsetzt, wo Expertenwissen nichts mehr gilt, wo Religion zur staatlichen Doktrin wird, wo selbst ernannte Heiler ihre Privatoffenbarung zum erfolgreichen Geschäftsmodell machen, erklärt jeder die Welt, wie sie ihm gefällt. „Jedes Argument ist gleich viel wert“ oder „Wer heilt, hat recht“ – wenn das gilt, ist wissenschaftliche Erkenntnis nur eine von mehreren möglichen, die wissenschaftliche

Methode nur ein Werkzeug neben anderen, das wissenschaftliche Weltbild nur ein Modell unter vielen.

Und in den Echokammern des Social Web finden Menschen mit Überzeugungen, mit denen sie früher allein geblieben wären, leicht Gleichgläubige. Ihre Positionen werden gefestigt, ihre Stimmen verstärkt. Der Egalitarismus des Netzes adelt Außenseiterpositionen, stellt sie gar unter besonderen Schutz: Wo, wenn nicht hier, soll man (fast) alles sagen dürfen?

Und wo Menschen verzweifelt Orientierung suchen, wenden sich viele enttäuscht von der Wissenschaft ab, weil diese keine einfachen Antworten gibt, sondern beständig über Theorien streitet und permanent am Stand des Wissens zweifelt. Das ist der Kern der wissenschaftlichen Methode, zu zuverlässigen Erkenntnissen zu gelangen – paradoxerweise führt gerade er zu einem Verlust an Vertrauen in die Wissenschaft.

2. Zum Misstrauen in ihre Erkenntnisse hat die Wissenschaft selbst beigetragen

Noch nie gab es in Deutschland so viel Geld für Wissenschaft wie heute. Jeden Tag leisten Wissenschaftler Außerordentliches, wenn sie erkunden, wie das Leben besser oder die Gesellschaft gerechter werden kann. Doch oft haben sich Wissenschaftler auch geirrt. Nicht selten haben sie Probleme gelöst – und dabei größere geschaffen. Es gab Phasen, in denen ihre Entdeckerfreude sie zu einem Übermaß an Optimismus verführte: Kernkraft für alle, Krebs für niemanden. Und die Zukunftseuphorie wurde noch gesteigert durch zunehmend scharfen Wettbewerb: Um dem Staat Steuergeld für Laboratorien zu entlocken, machten Wissenschaftler große Versprechen – und mussten bald kleinlaut eingestehen, dass sie diese nicht würden halten können.

Dann gab es Zeiten, in denen sich die Wissenschaft angesichts größter Krisen (Tschernobyl, Fukushima) zunächst ratlos und dann widersprüchlich zeigte. Hilfreich war es nicht, dass Wissenschaftler selbst das Nebeneinander von Wahrheiten zum Konzept erklärten. Und warum ist ihre Stimme in der Öffentlichkeit auch dann so wenig zu vernehmen, wenn sich, wie in den vergangenen Jahren, die Krisen so häufen, dass man längst von einer „Dauerallskrise“ sprechen kann?

Die prognostische Kraft der Forschung ist begrenzt. Ökonomen haben die Finanzkrise so wenig vorhergesehen, wie Seismologen das nächste Erdbeben vorhersagen können. Aber die Wissenschaft lernte dazu, machte nach außen sichtbar, dass ihr Wesen nicht im Wissen, sondern im Zweifeln besteht. Dass sie nicht Wahrheiten zu verkünden hat, sondern

Wahrscheinlichkeiten. Das Bekenntnis sollte zu ihrer Glaubwürdigkeit beitragen. Bewirkt hat es offenbar das Gegenteil.

3. Für viele Menschen ist Wissenschaft noch immer unzugänglich und arrogant

Von Chemtrails bis Elektrosmog – die Parallel- und Gegenwissenschaft ist leicht zugänglich. Sie wirbt um ihr Publikum, füllt unzählige Websites, bedient sich einer zugespitzten Alltagssprache. Sie ist viral und virulent.

Die mit Steuergeldern geförderten und von Forschern begutachteten Erkenntnisse hingegen sind oft hinter den Bezahlschranken von Fachjournalen verborgen. Und sind sie verfügbar, dann bleiben sie häufig unverständlich. Hinzu kommt: Die zunehmend komplexen Methoden und Zugangsweisen der Wissenschaft machen die Forschung schwer vermittelbar. Und die immer größeren Datenmengen werden wie ein Schatz gehütet statt der Allgemeinheit zugänglich gemacht.

Von der „Autonomie der Wissenschaft“ sprechen die Forscher. Viele Bürger empfinden das als Weltabgewandtheit.

Was ist zu tun?

1. Erst demonstrieren, dann demokratisieren

Dass so viele Menschen beim March for Science im Sommer 2017 auf die Straße gingen (und auch, wenn auch in geringerem Maße, ein Jahr später beim March for Science 2018), war außergewöhnlich. Vielen Forschern ist es fremd, ihre Interessen auf einer Demo zu artikulieren. Umso bemerkenswerter, wie viele von ihnen, aufgerüttelt durch die Krise der Wissenschaft, die Öffentlichkeit suchten, unterstützt durchaus von Freunden der Wissenschaft, Angehörigen, Interessierten, aber auch Honoratioren. Doch wer mit Wissenschaft gar nichts zu tun hatte, blieb fern. Es ist die Natur vieler Demos, dass vor allem die kommen, die betroffen sind oder sich betroffen fühlen. Es wäre daher vermessen gewesen zu erwarten, dass Bäcker oder Polizisten, Bürgermeister und Anwälte die Wissenschaft zu ihrer Sache gemacht hätten. Doch es gibt einen Ausweg: Die Wissenschaft muss Bäcker, Bürgermeister, Anwälte und Polizisten zu ihrer Sache machen. Sie muss sich öffnen. „Demokratisiert die Wissenschaft!“, forderte Dieter Simon, damals Präsident der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften, schon im Jahr 2000 in der *ZEIT* (Simon 14. September 2000). Simon meinte damit nicht, dass plötzlich alle über die Forschung abstimmen sollten – vielmehr müsse nicht nur die Wissenschaft zur Gesellschaft sprechen,

sondern auch die Gesellschaft zur Wissenschaft. Simon war seiner Zeit so weit voraus, dass außer Wissenschafts-PR kaum etwas geschah. Die Wissenschaft lernte also nur, wie man schöner und hochglanziger in die Öffentlichkeit tritt, nicht aber, wie man einen offenen Dialog beginnt. „Die Wissenschaft muss lernen zuzuhören. Sprechen kann sie schon“, brachte es der Generaldirektor des Berliner Naturkundemuseums, Johannes Vogel, auf den Punkt (Hartung und Sentker 12. April 2017).

Die Chancen für einen Aufbruch waren wohl noch nie so gut wie heute. Einen zentralen Anstoß gibt die EU, die von Forschern mehr Offenheit verlangt, wenn die nach Geld aus europäischen Fördertöpfen verlangen. Für mehr „Transparenz und Teilhabe“ warb der Niederländer Robert-Jan Smits, bis 2018 Chef der EU-Generaldirektion Forschung und Innovation und damit einer der mächtigsten Forschungspolitiker Europas, der nun die EU in Sachen Open Access berät. Die Öffnung betreiben aber auch die Wissenschaftsorganisationen selbst, die verstanden haben, dass Betrieb und Unterhaltung von Elfenbeintürmen nicht mehr ausreichen, um drängenden gesellschaftlichen Forderungen gerecht zu werden.

2. Die Wissenschaftler müssen ihre Daten zugänglich machen

Diese Intransparenz ist nicht nur ein Hemmnis für den Fortgang der Forschung. Sie ist auch eine Gefahr für die Redlichkeit der Wissenschaft. Denn sie verführt Forscher zum Betrug: Was nicht sichtbar ist, ist auch nicht kontrollierbar.

Doch in der Gegenwart forschen die meisten hinter verschlossenen Türen und horten ihre Daten auf verschlüsselten Festplatten. Das hat einen Grund: Wissenschaft ist Autorenschaft. Forscher X stellt Hypothese Y auf. Nach Analyse und Experiment und nach gründlicher Auswertung der Daten N_1 bis N_{501} wird daraus Erkenntnis Z. Und manchmal reicht ein einziges Z, um X ganz groß zu machen. So definiert die Wissenschaft Karriere. Wer die Daten hat, hält den Schlüssel zu möglichen Erkenntnissen in der Hand – und damit zum eigenen Erfolg. Die Folge: Die Daten N_1 bis N_{501} bleiben sorgsam eingeschlossen, für jeden Forscher $\neq X$ unzugänglich.

Diese Intransparenz ist nicht nur ein Hemmnis für den Fortgang der Forschung. Sie ist auch eine Gefahr für die Redlichkeit der Wissenschaft. Denn sie verführt Forscher zum Betrug: Was nicht sichtbar ist, ist auch nicht kontrollierbar.

Mehr Transparenz ist aber nicht nur eine wirkungsvolle Waffe gegen falsche Fakten von innen, sondern auch gegen falsche Fakten von außen: gegen Verschwörungstheorien und Unterstellungen, gegen strategisch geschürte Emotionen. Sie legitimiert die Wissenschaft. Darum ist Offenheit

die große Chance für die Wissenschaft, aus der Defensive herauszukommen und selbstbewusst aufzutreten.

3. Erkenntnis ist für alle da

Dass wissenschaftliche Publikationen frei zugänglich sind, ist ein entscheidender Schritt zur Demokratisierung wissenschaftlichen Wissens. Open Access ist ein großer Fortschritt. Wer nachlesen will, warum Forscher unabhängig voneinander zu dem Schluss gekommen sind, dass die Dreifach-Impfung gegen Masern, Mumps, Röteln und Autismus nichts miteinander zu tun haben, sollte nicht mehrere teure Fachjournale abonnieren müssen. Er sollte sich einfach alle relevanten Studien kostenlos herunterladen können – inklusive einer verständlichen Einordnung von Experten.

Auch der Zugang der Wissenschaftler selbst zur Wissenschaft hinge mit Open Access nicht mehr vom Etat ihrer Bibliotheken ab. Besonders in afrikanischen oder asiatischen Schwellenländern wäre das ein Segen für die Forscher.

Open Access kehrt das Geschäftsmodell der wissenschaftlichen Verlage um. Lange Zeit boten sie der Forschung das entscheidende Forum, organisierten die Qualitätssicherung und ließen sich dafür von ihren Lesern gut bezahlen. Nun sollen nicht mehr die Leser zahlen, sondern die Autoren (oder die Institute, an denen diese forschen). Das verändert die Finanzströme dramatisch, worüber seit Jahren intensiv verhandelt wird.

Im Idealfall wird dabei auch der Prozess der wissenschaftlichen Qualitätssicherung transparent und damit das gesamte System glaubwürdiger: Die Überprüfung von Forschungsergebnissen durch Kollegen, das sogenannte Peer-Review, wird dann nicht mehr nur von wenigen Forschern anonym und hinter verschlossenen Türen erledigt, sondern offen im Netz. „Open Peer-Review“ heißt das dann.

Und öffnen soll sich auch die Vermittlung von Forschungsergebnissen. Früher konnten ein paar Hundert Studenten in der Nähe von Boston an einer Harvard-Vorlesung teilnehmen, heute können Millionen sie online sehen – egal, wo sie leben, egal, ob sie 17 oder 70 sind. Dieses offene System ermöglicht, wie die deutsche Initiative Kiron zeigt, auch Flüchtlingen den Zugang zu Hochschulbildung, während sie etwa auf die Anerkennung ihrer bisherigen Studienleistungen warten. Ein großer Schritt zur Erkenntnis für alle.

Wenn aber Erkenntnis für alle da ist, verlieren Wissenschaftler ihren Status als Gatekeeper, als Torwächter, die den Eintritt in die Sphäre des Wissens kontrollieren. Das schafft Raum für neue Akteure und echte Partizipation. „Citizen Science“ nennt es sich, wenn Bürger Ergebnisse einbringen – manche Forscher belächeln dies als Laienbewegung der Käferbeinzähler

oder Sternengucker. Sie kann aber wertvollen Nutzen bringen – durch neue Daten, neue Ideen, mehr noch durch erhöhte Akzeptanz.

4. Auch die Universitäten müssen sich öffnen

Offene Wissenschaft ist undenkbar ohne offene Hochschulen: Es darf also kein nettes Beiwerk sein, dass Hochschulen sich für die Belange ihrer Stadt, für die Belange der Gesellschaft interessieren. Es gehört zu ihrem Kern, zu ihrer dritten Mission neben Forschung und Lehre.

Dazu muss sich die Kommunikation der Hochschulen deutlich ändern. Statt etwas zu verkaufen, müssen sie Dialoge organisieren; „Wissenschafts-PR“ muss durch Wissenschaftskommunikation ersetzt werden. Sie muss Misserfolge genauso öffentlich zugänglich machen wie Erfolge – auch weil man aus Misserfolgen oft mehr lernt. Dialog ist also keine Neben-, sondern eine Hauptaufgabe und muss deshalb in den Universitäten mehr Gewicht bekommen. Neben die Uni-Vizepräsidenten für Forschung, Lehre, Diversity könnte ein Vizepräsident für Kommunikation treten, der nicht unbedingt ein Wissenschaftler sein muss.

Die offene Universität ist auch eine direkte Universität – die Hochschulen müssen ihre Scheu vor Social Media überwinden. Sie müssen sich dorthin begeben, wo ihre Klientel diskutiert und kommuniziert. Sie dürfen sich nicht nur als Sender verstehen. Sie müssen alle Möglichkeiten zum Empfang nutzen.

Für die offene Universität gibt es berühmte Vorbilder in der Geschichte, doch ihre Möglichkeiten sind heute noch weitaus größer: Der Naturforscher Alexander von Humboldt hatte schon Anfang des 19. Jahrhunderts keine Scheu, sich der Öffentlichkeit zuzuwenden. Bei seinen Kosmos-Vorlesungen durfte der Maurermeister ebenso zuhören wie König Friedrich Wilhelm III. Aber die Plätze in der Berliner Singakademie waren begrenzt. Heute bietet das Internet Forschern Zugang zu einem theoretisch unbegrenzten Publikum – und es ermöglicht eine Kommunikation in beide Richtungen: Gespräch statt Vorlesung.

5. Offenheit muss sich auch lohnen

Die Demokratisierung der Wissenschaft darf jedoch nicht zur Banalisierung wissenschaftlicher Leistung führen. Im Gegenteil: Wer Ideen und Daten teilt, muss belohnt werden. Wer statt nur mit seinesgleichen auch mit Forschern anderer Disziplinen oder wissenschaftlichen Laien spricht, muss spürbar wertgeschätzt werden. Denn Offenheit gegenüber der Gesellschaft kostet Zeit, die für das Publizieren in Fachzirkeln fehlt. Das aber ist bisher der einzige Weg zur Karriere in der Wissenschaft.

Die Idee der offenen Wissenschaft wird sich nur durchsetzen können, wenn sie auch für Wissenschaftler reizvoll, also mit Karriereanreizen verbunden ist. Die Exzellenzinitiative hat gezeigt, wie Reformen in der Wissenschaft schnell wirksam werden können – indem sie die Vergabe von vielen Millionen Euro Forschungsgeldern an einen Wettstreit der Ideen gekoppelt und so den Wettbewerbsgeist der Forscher herausgefordert hat.

Die Wissenschaft braucht jetzt einen neuen Wettbewerb: den um die besten Ideen zu ihrer Demokratisierung. Damit wir künftig nicht mehr für sie auf die Straße gehen müssen, sondern sie bereits draußen auf der Straße vorfinden – immer wenn wir sie brauchen.

Literatur

- Hartung, M. J., & Sentker, A. (12. April 2017). „Wissenschaft muss lernen zuzuhören“. Interview mit Johannes Vogel. *DIE ZEIT*, 16. <https://www.zeit.de/2017/16/forschung-wissenschaft-oeffnung-buerger>.
- Schellnhuber, H. J. (12. April 2017). Wahrheit verpflichtet. *DIE ZEIT*, 16. <https://www.zeit.de/2017/16/wissenschaftler-glaubwuerdigkeit-march-of-science>.
- Simon, D. (14. September 2000). Marktplatz der Forschung: Demokratisiert die Wissenschaft! *DIE ZEIT*, 38. https://www.zeit.de/2000/38/Marktplatz_der_Forschung_Demokratisiert_die_Wissenschaft_.

Manuel J. Hartung leitet seit September 2019 gemeinsam mit Andreas Sentker das Ressort WISSEN der Wochenzeitung DIE ZEIT. Zuvor hatte er seit 2015 das CHANCEN-Ressort geleitet. Er ist Herausgeber des Magazins *ZEIT GERMANY* sowie Mitherausgeber von *ZEIT CAMPUS* und *ZEIT SPEZIAL*. Hartung studierte Geschichte in Bonn und New York sowie Public Administration in Harvard. Der *ZEIT* ist er seit 2004 verbunden, u. a. als Chefredakteur von *ZEIT CAMPUS* und Geschäftsführer des Tochterunternehmens TEMPUS CORPORATE. Er unterrichtete an den Universitäten Göttingen und St. Gallen und hat nun einen Lehrauftrag an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg.

Andreas Sentker ist Geschäftsführender Redakteur und Ressortleiter WISSEN der Wochenzeitung *DIE ZEIT*. Er ist Herausgeber des Magazins *ZEIT Wissen* und Mitherausgeber von *ZEIT Doctor*. Andreas Sentker hat Biologie und Rhetorik studiert und begann 1992 als Wissenschaftsjournalist zu arbeiten, u. a. für die *Stuttgarter Zeitung* und die *tageszeitung*. 1995 kam er zur *ZEIT*. 2009 wechselte er als Visiting Fellow für ein Semester an die Harvard University. Seit 2017 hat er einen Lehrauftrag am Seminar für Allgemeine Rhetorik der Universität Tübingen.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Verständlichkeit ist nur der Anfang

Beatrice Lugger

Der Ruf nach mehr Engagement von Forschenden in der Wissenschaftskommunikation ist in Deutschland nicht neu, sondern währt Jahrzehnte. Spätestens mit dem sogenannten *PUSH-Memorandum* (1999; PUSH: Public Understanding of Science and Humanities), das namhafte Präsidenten führender deutscher Forschungseinrichtungen im Jahr 1999 unterzeichneten, waren entsprechende Forderungen und politische Willensbekundungen für mehr Wissenschaftskommunikation aus erster Hand schriftlich festgehalten. Darin finden sich unter anderem folgende Passagen:

- „Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler werden aufgefordert, ihre Arbeit öffentlich auch in einer für den Nicht-Spezialisten verständlichen Form darzustellen.“
- „Das Engagement für diesen Dialog darf dem wissenschaftlichen Ruf nicht abträglich sein, es sollte zu einem zusätzlichen Merkmal wissenschaftlicher Reputation werden.“
- „Die Würdigung von Leistungen im Dialog mit der Öffentlichkeit soll im Rahmen der internen und externen Begutachtung bzw. Evaluation zusätzlich zur Würdigung der wissenschaftlichen Leistung erfolgen. Geeignete Formen der Anerkennung sollen entwickelt werden.“

B. Lugger (✉)

Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik) gGmbH,
Karlsruhe, Deutschland

E-Mail: lugger@nawik.de

- „Hochschulen und Forschungseinrichtungen werden aufgefordert, die notwendige Infrastruktur bereitzustellen sowie Lehr- und Weiterbildungsangebote zu entwickeln, die die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in die Lage versetzen, ihre Arbeit öffentlich zu präsentieren.“ (PUSH-Memorandum 1999)

Seither ist vieles geschehen. Wir sind Zeugen eines massiven Medienwandels, wobei mit den sozialen Medien neue, interaktive Plattformen entstanden sind. Plattformen, mit denen Erscheinungen wie Fake News und Filterblasen einhergehen. Impfgegner, Klimaleugner und andere dubiose Interessenvertreter haben darin ihre Nischen zu globalen Netzwerken ausgebaut. Wir sehen einen Aufstieg der Populisten, die den Stellenwert wissenschaftlicher Erkenntnis nicht einmal mehr infrage stellen, sondern die wissenschaftlichen Erkenntnisse schlicht ignorieren. Eine beunruhigende Entwicklung.

Gleichzeitig ist aber die Beteiligung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in der Kommunikation nur unwesentlich gestiegen. Infolge von PUSH & Co. kam es zwar zu einer Professionalisierung der Kommunikation der Institutionen und Hochschulen und zum vielfältigen Aufbau von Kommunikationsabteilungen. Für die Forschenden ist die vor rund 20 Jahren angedachte Kommunikationskultur mit einem Anreiz- und Reputationssystem aber kaum bis gar nicht realisiert. Und so sind es nach wie vor Einzelne, Naturtalente, die sich in die Kommunikation einbringen. Sie beteiligen sich an Kinder-Unis, langen Nächten der Wissenschaft oder Bürgerdialogen. Eine systematische Förderung von Forschenden in Form von Zeit- und Finanzbudgets für Kommunikation ist in Deutschland immer noch weitgehend Fehlanzeige. Es mangelt selbst an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, die zumindest Handreichungen für mehr Verständlichkeit lehren. Dabei ist das nur ein Anfangspunkt. Verständlichkeit ist die Grundvoraussetzung. Damit Wissenschaftskommunikation auch vonseiten der Forschenden gelingt, müssen deutlich mehr Themen gelehrt und umgesetzt werden.

Authentische Stimmen der Wissenschaft

Dabei sind die Rufe nach mehr Informationen aus erster Hand, nach authentischen Stimmen der Wissenschaft, beständig geblieben – und im Zuge der Vertrauensdebatte der letzten Jahre sogar lauter geworden. Denn Forschende

sind nicht nur als Protagonisten journalistischer Beiträge und Pressemitteilungen oder Berichten in Hochglanzbroschüren von Forschungseinrichtungen wichtig. Als Menschen, die selbst davon berichten, was sie tun und warum sie sich für ihre Forschung begeistern, können sie Transparenz schaffen und Vertrauen erzeugen. Es erscheint heute umso wichtiger, dass Forschende ihre Stimme in dieser multimedialen Welt erheben – auch als notwendige und beständige Gegenstimme zu falschen Behauptungen. Und so kommen die alten Forderungen erneut auf den Tisch – wenngleich mit stärkerer Pointierung.

Der Wissenschaftsrat hat in seinem Positionspapier zum Wissens- und Technologietransfer des Jahres 2016 Forderungen nach mehr Beteiligung von Forschenden in der Kommunikation mit der Öffentlichkeit, verbunden mit einem entsprechenden Förderungssystem, erneut aufgegriffen. Er empfiehlt „Weiterbildungsveranstaltungen, an denen auch Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler möglichst früh ihrer Laufbahn teilnehmen sollten“ (Wissenschaftsrat 2016, S. 25).

Damit für Kommunikation das nötige Budget gesichert ist, fordert beispielsweise der Generaldirektor des Berliner Museums für Naturkunde, Johannes Vogel, rund zehn Prozent der Etats von Forschungsprojekten für Wissenschaftskommunikation auszugeben (Wiarda 2018a).

Andere sprechen nicht von Budgets, sondern per se von einer „wesentlichen Bringschuld“ der Wissenschaftler. Es reiche eben nicht, Erkenntnisse innerhalb der wissenschaftlichen Community zu teilen, schrieb beispielsweise Birgitt Riegraf, Präsidentin der Universität Paderborn, im Magazin *Forschung & Lehre* (Riegraf 2018).

Eine Realisierung der alten und neuen Forderungen könnte nun greifbarer und konkreter werden. Auch die Politik tritt gerade in jüngerer Zeit gehäuft für mehr verständliche Wissenschaftskommunikation ein. „Mein Ziel ist, dass Kommunikation des eigenen Forschungsthemas von Anfang an mitgedacht wird“, äußerte Ende des Jahres 2018 beispielsweise Bundesbildungsministerin Anja Karliczek in einem Gespräch mit Jan-Martin Wiarda (2018b).

Dringend notwendiger Kulturwandel

Dieser Ansatz ist sehr zu begrüßen. Um Forschende in die Kommunikation stärker einzubinden, gilt es, politisch notwendige Systemveränderungen voranzutreiben. Denn im stark hierarchisch geprägten Wissenschaftssystem

zeigt sich eine häufig manifeste Kultur der Verweigerung diesem Thema gegenüber. Noch heute werden Forschende, die sich die Zeit nehmen und in Dialoge mit Medien sowie der Öffentlichkeit eintreten, von anderen belächelt oder in ihren Aussagen als „unwissenschaftlich“ degradiert. Obwohl sie eigentlich genau das tun, was notwendig ist, nämlich ihre Fachinhalte auf ein verständliches Niveau herunterbrechen.

Zudem erschweren Zielkonflikte ein verstärktes Engagement in der Kommunikation. Denn die harten Währungen der Wissenschaft sind Fachpublikationen, der Impact-Faktor, Patente oder das Einwerben von Drittmitteln. Forschende sind eingebunden in Administration, Ausbildung, Begutachtungen in Peer-Review-Prozessen und, und, und. Was in solch einer Liste fehlt: Zeit und Geld für Kommunikation.

Wir brauchen also einen wirklichen Umbruch, damit Kommunikation auf das wissenschaftliche Konto einzahlt und dem wissenschaftlichen Ruf nicht mehr abträglich ist, sondern im Gegenteil zu einem zusätzlichen Merkmal wissenschaftlicher Reputation wird.

Müssen und sollen jetzt alle Forschenden kommunizieren?

Die vorhin genannten Forderungen lösen sowohl unter Kommunikatoren als auch unter Journalisten und den Forschenden selbst jedoch Unbehagen aus. Was wäre, wenn alle kommunizieren würden? Was geschähe, wenn ein Engagement von Forschenden in der Kommunikation auch ein Kriterium bei Stellenausschreibungen, Berufungen und Drittmittelvergaben würde?

Zuspitzen lassen sich die Bedenken auf die Widerworte: Es können doch nicht alle Forschenden kommunizieren! In der Tat wäre ein solches Szenario fragwürdig. Denn wichtiger als die Quantität an Kommunikation ist die Qualität derselben.

Wir benötigen keine Flut an weiteren ungelesenen Forschungs-Projektwebseiten, Flyern oder Hochglanzbroschüren. Auch leiden der Informationsdienst Wissenschaft und die weiteren Angebote dieser Art nicht an einem Mangel an Pressemitteilungen. Zudem befördert Zwang keine Qualität. Fehlanreize können „zu Fehlentwicklungen, zu inhalt-leeren, wirkungslosen oder schlimmstenfalls interessengeleiteten Eigendarstellungen [...] führen“, wie der Kommunikationskreis der Siggener Impulse 2018 formuliert hat (Siggener Kreis 2018, S. 5). Solche warnenden Worte

sind wichtig. Denn sie zeigen zugleich den Weg zu einer verantwortlichen Wissenschaftskommunikation auf, die das Gemeinwohl über individuelle Interessen stellt.

Selbstverständlich sollten Forschende die Freiheit haben, entscheiden zu können, ob sie aktiv gezielt mit der Öffentlichkeit kommunizieren wollen oder nicht. Eine Zwangsverpflichtung zur Beteiligung an öffentlichen Dialogen und Auftritten ist nicht zielführend. Aber alle sollten wissen, wie Kommunikation funktioniert und wie sie beispielsweise in ihrem Forschungsprojekt aktiv kommunizierende Kolleginnen und Kollegen entsprechend unterstützen können.

Kompetente Kommunikation von allen

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sollten verständlich erklären können, woran sie forschen und wie Wissenschaft funktioniert. Dieser Anspruch richtet sich an alle klugen Köpfe an unseren Hochschulen und in unseren Forschungseinrichtungen. Sie sollten sich einbringen können, sich einmischen, mitreden. Und Widerworte geben, wenn ihnen im Alltag Menschen begegnen, die mit Fake News und anderen Verzerrungen wissenschaftliche Erkenntnisse nicht nur infrage stellen, sondern ihnen ihre Bedeutung absprechen. Gleichzeitig gilt es generell, ein Verständnis für das Entstehen wissenschaftlicher Ergebnisse sowie das Interesse für Wissenschaft als solcher zu fördern. Wissenschaft ist eine Kulturleistung und bedeutender Motor unserer Gesellschaft.

Auch die direkte Wissenschaftskommunikation im kleinen Kreis – ohne große Bühne, Weblog oder organisierten Bürgerdialog – will gelernt und geübt sein. Kommunikation macht nur Sinn, wenn alle wissen, was sie tun und wie Kommunikation gelingen kann. Deshalb sind Ausbildungen für Forschende in Wissenschaftskommunikation notwendig – idealerweise in der Kombination mit der Lehre guter wissenschaftlicher Praxis, Wissenschaftsethik und Wissenschaftstheorie, wie es beispielsweise im „Code of Ethics“ des World Economic Forum Young Scientists (2018) beschrieben ist. Von einer dafür notwendigen curricularen Verankerung in Studiengängen sind wir in Deutschland noch weit entfernt. Aber immerhin fördern einzelne Universitäten, Forschungseinrichtungen und Stiftungen im Rahmen der weiteren wissenschaftlichen Karrierebildung ihrer Doktoranden, Postdoktoranden und Stipendiaten entsprechende Fortbildungen.

Verständliche Worte finden

Damit die Kommunikation mit Nicht-Spezialisten gelingen kann, ist verständliche Sprache eine Grundvoraussetzung. Und genau dies ist für viele Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler eine Herausforderung. Denn selbstverständlich haben sie sich im Laufe ihrer Karriere und Sozialisation in der Wissenschaft die dafür notwendige Fachsprache angeeignet. Diese benötigen sie für eine eindeutige Kommunikation innerhalb der Forschungsgemeinde. Diese Verfachsprachlichung nimmt durch die immer stärkere Ausdifferenzierung der Forschungsgebiete laufend zu, wie beispielsweise eine Untersuchung des Karolinska-Instituts im Bereich der Biomedizin und Life Sciences zeigt (Plavén-Sigraý et al. 2017). Die Forscher hatten über 700.000 Abstracts von 123 Fachjournalen der Jahre 1880 bis 2015 untersucht. Die Ergebnisse: Immer weniger allgemein verständliche Worte werden verwendet, dafür steigt der Anteil an Fachsprache und allgemeinem Wissenschaftsjargon (Abb. 1).

Dazu kommt, dass Forschungsteams heute meist international besetzt sind und Englisch die beherrschende Wissenschaftssprache ist. Die Folge: Viele Forschende finden schlicht keine deutschen Worte oder Umschreibungen für englische Fachbegriffe aus ihrem Berufsalltag. Die Hürden hin zu einer verständlichen Sprache sind also für viele groß. Dies zeigt

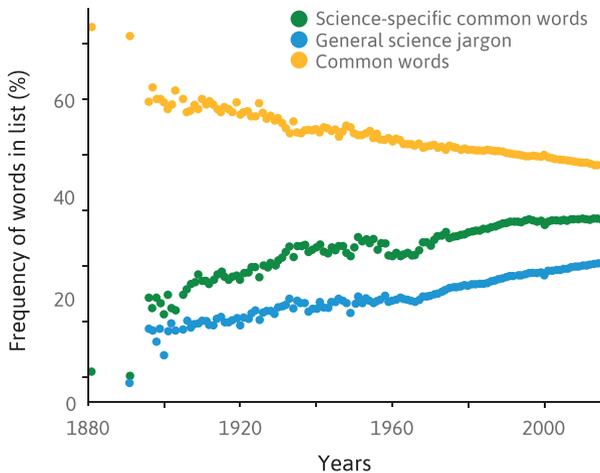


Abb. 1 Während in Abstracts wissenschaftlicher Publikationen der Anteil allgemeinverständlicher Wörter sinkt, steigen parallel die Benutzung von Fachsprache und allgemeiner Wissenschaftssprache. (Aus Plavén-Sigraý et al. 2017; verbreitet unter einer Creative Commons Attribution License)



Abb. 2 Das NaWik-Kleeblatt fasst die Regeln für verständliches Formulieren zusammen. Der NaWik-Pfeil stellt die Dimensionen der Wissenschaftskommunikation dar, die vor jeder kommunikativen Situation bedacht werden sollten. (Wesentlichen Anteil an der Entwicklung dieser zwei Kernelemente der NaWik-Lehre, des Pfeils und des Kleeblatts, haben neben der Autorin dieses Beitrags der Gründungsdirektor des NaWik, Prof. Dr. Carsten Könneker, sowie die NaWik-Dozenten Ulrich Grünewald, Axel Wagner und Martin Roos. NaWik-Kleeblatt und NaWik-Pfeil sind als Marken geschützt.)

sich auch immer wieder in den Fortbildungsveranstaltungen des Nationalen Instituts für Wissenschaftskommunikation (NaWik).¹ Das NaWik bietet ein breites Portfolio an Kommunikationsseminaren und -workshops für Forschende, um diese in ihren kommunikativen Fähigkeiten zu stärken. In diesen Kursen, sollen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Kernbotschaften ihrer Forschung formulieren. Hier zeigt sich regelmäßig, dass das Gros lange um verständliche Worte ringt.

Dabei gilt es nicht nur die Hürden der Fachsprachen zu überwinden. Wer viel publiziert, ist zudem eine Meisterin oder ein Meister der Passivkonstruktionen – die in Fachartikeln üblich sind, aber in der allgemeinen Kommunikation das Zuhören und Lesen erschweren. Und Forschende sind meist Experten im Umgang mit Zahlen und Wahrscheinlichkeiten. Beides führt in der Kommunikation mit Nicht-Spezialisten aber häufig zu Missverständnissen. Diese und weitere Fallstricke auf dem Weg zu einer für Laien verständlichen Sprache müssen also überwunden werden. Um dies zu erleichtern, hat das NaWik grundlegende Regeln für mehr Verständlichkeit einprägsam in Form eines Kleeblatts² zusammengefasst (Abb. 2) und trainiert diese intensiv in seinen Lehrveranstaltungen.

¹Seit seiner Gründung 2012 hat das NaWik rund 5000 Personenseminartage realisiert (Stand: Dezember 2018).

²Das NaWik-Kleeblatt baut auf Arbeiten von Inghard Langer, Friedemann Schulz von Thun und Reinhard Tausch (siehe z. B. Langer et al. 2011) auf und ähnelt in Teilen den Modellen von Ursula Christmann und Norbert Groeben (1996).

Doch verständliche Worte garantieren noch nicht, dass diese auch beim Gegenüber ankommen. Es macht beispielsweise Sinn, sich vor und in jeder Kommunikationssituation zusätzlich Gedanken über die Rahmenbedingungen zu machen. Welches Ziel verfolge ich im Gespräch? Wer ist mein Gegenüber, meine Zielgruppe? Wie und mit welcher Sprache oder Bildern kann ich diese erreichen? Was von meinem Thema interessiert die Zielgruppe? Und wo findet die Kommunikation statt? Diese Dimensionen der Kommunikation hat das NaWik in Form eines fragilen Pfeils³ veranschaulicht. Fehlt nur einer der Bausteine, fällt der ganze Pfeil in sich zusammen; die Kommunikation droht zu misslingen.

Mehr als verständlich

Wichtig ist zudem, dass Kommunikation mehr bedeutet als verständliche und zielgruppengerechte Information. Wissenschaftliche Untersuchungen zeigen, dass Informationen allein nicht zu faktentreuere Entscheidungen führen. Das heißt, dass das Defizitmodell, von dem die Wissenschaftskommunikation lange ausging, nicht der kommunikative Hebel ist, um Wissenschaft besser in der Gesellschaft zu verankern. Dem Modell zufolge fußt eine ablehnende Haltung gegenüber Wissenschaft auf einem Mangel an Wissen (Bauer 2017, S. 26). Heute wissen wir, platt gesagt: Wer nur Wissenslücken stopft, bildet keine Meinung. Denn neben wissenschaftlichen Argumenten beeinflussen auch moralische, religiöse oder kulturelle Vorstellungen Haltungen und Entscheidungen. Wenn etwas verstanden wird, heißt es also noch lange nicht, dass es auch akzeptiert wird.

So kann jemand durchaus die Vorteile neuer Technologien erkennen, sie aber wegen persönlicher Bedenken, potenzieller Risiken oder ethischer Positionen ablehnen. Diverse Untersuchungen legen zudem nahe, dass es sogar kontraproduktiv sein kann, Fakten zu erwähnen, wenn diese das Weltbild des Gegenübers infrage stellen. Moralisierende Impfkampagnen, die auf die Gefährdung anderer Kinder hinweisen, bringen in diesem Sinne nicht viel. Im Gegenteil. Die argumentativ ins Spiel gebrachten Fakten, Zahlen und Belege können bei einem skeptischen Gegenüber sogar dessen ablehnende Haltung verstärken (Nyhan und Reifler 2010). Kommunikation muss sich also breiter aufstellen. Die monologisierende Wissensvermittlung hat eindeutige Grenzen.

³Der NaWik-Pfeil ist eine Weiterentwicklung basierend auf einem Lehrelement von Carsten Könneker (2012, Kap. 2–3).

Gerade deshalb wäre es für unsere Gesellschaft wertvoll, wenn mehr Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler authentisch berichten, Position beziehen, dem Gegenüber zuhören und Transparenz erzeugen. Dialoge und Citizen-Science-Projekte sind zugleich wertvoll für die Wissenschaft. Denn hier erhalten Forschende direktes Feedback zu ihren Themen, werden mit kritischen Fragen konfrontiert – und nehmen aus den Dialogen unter Umständen interessante andere Ansätze und Gedanken für ihre Forschung mit (Hendriks und Niederhoff 2017). So sind stets weiterführende Rückkopplungen an die Forschung wünschenswert – auch unter Einbeziehung weiterer wesentlicher Akteure in Debatten zu Ethik, Normen und Werten.

Das bedeutet für Forschende aber auch, dass sie sich aus ihrer Kommunikationsnische, der reinen Sachlichkeit, herausbegeben müssen. Was Gehör verschafft und Bilder in den Köpfen entstehen lässt, sind Bewertungen, ehrliche Berichte des Forscheralltags und Ich-Aussagen. Richtig ist auch: Viele Themen sind so komplex, dass sie schwer zu vermitteln sind. Trotzdem können hier zumindest die Faszination der Forschung greifen und das eigene Brennen für ein Thema, das so gar nichts mit einem konkreten Nutzwert zu tun hat. Was begeistert die Forschenden an ihrer Arbeit? Warum stecken sie so viel Zeit und Energie in ihre Tätigkeit – bei nicht unbedingt adäquater Bezahlung und mitunter schlechten weiteren Berufsaussichten?

Damit ist nicht ein massenhaftes und heldenepisches Storytelling gemeint, wie es Julika Griem, Vizepräsidentin der Deutschen Forschungsgemeinschaft, kritisiert hat (Griem 2018). Es geht nicht darum, die Forschung zu heroisieren, sondern sie maximal transparent zu machen – mit Scheitern und Gelingen, Theorien und Gegentheorien, Hinterfragen und Verifizieren. Wissenschaft ist nicht bequem. So können Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ihre Kompetenz, ihre Integrität und ihre guten Absichten deutlich kommunizieren. Und dies öffnet die Türe für mehr Vertrauen (Hendriks et al. 2016; Mayer et al. 1995). Wissenschaft als Teil der Gesellschaft meint in diesem Sinne explizit Wissenschaft mit und in der Gesellschaft.

Konkrete Ansätze heute verfolgen

Um diese Vernetzung zu stärken, brauchen wir dringend mehr kommunizierende und sich engagierende Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Wir brauchen neben den Dialogen im Alltag mehr Forschende, die sich öffentlich äußern und positionieren, die in offene Diskussionen treten und zuhören.

Dafür sind alle eingangs genannten Faktoren dringend notwendig – von der Anerkennung, über Anreize bis hin zu Fortbildungen. Anreize könnten

etwa definierte Zeit- und Finanzbudgets sein wie beispielsweise ein prozentualer Anteil für Kommunikation in jedem Forschungsprojekt. Auch Wettbewerbe können zum Dialog mit Laien anregen. Zudem könnte eine Willkommenskultur und Unterstützung vonseiten der Kommunikatorinnen und Kommunikatoren der jeweiligen Hochschulen oder Forschungseinrichtungen motivieren – beispielsweise in Form eines Starterpakets Wissenschaftskommunikation⁴. Orientierung können Forschenden neben Weiterbildungen in diesem Bereich auch Social Media Guidelines, Schreib- und Interviewtipps sowie Leitlinien⁵ bieten.

Eine tragfähige Anerkennungskultur sollte Wissenschaftskommunikationskompetenz als eines der Kriterien für Mittel- und Stellenvergaben aufnehmen. Neben ausgewiesenen Fachpublikationen zählten dann auch Aktivitäten in der öffentlichen Wissenschaftskommunikation. Dies ist nicht als ein zwingend zu erfüllendes Kriterium anzusehen. Es könnte jedoch je nach Art der Aktivität durchaus gleichgewichtig zu einer Fachpublikation eingeordnet werden. Wie solche Aktivitäten zu bewerten sind, ist dabei sehr individuell. Was ist die Währung für Twitter-Aktivitäten, eine Standbetreuung beim Tag der offenen Tür oder die Umsetzung eines Citizen-Science-Projektes? Was sind die Ziele? Wer wird erreicht?

Wir dürfen nicht Äpfel mit Birnen vergleichen. Vonseiten der Science of Science Communication gilt es daher noch viele Fragen zu beantworten: Wie können verschiedene Formate evaluiert werden? Anhand welcher Qualitätskriterien kann Wissenschaftskommunikation bewertet werden? Welche Art der Kommunikation nützt, welche schadet vielleicht sogar? Insbesondere im gegenwärtigen Medien- und Gesellschaftswandel ist die Erforschung der Wissenschaftskommunikation, ihrer Akteure, der Medien, der Interaktionen und der Rezeption die Basis für profunde Weiterentwicklungen und Handlungsempfehlungen.

Die Herausforderungen der Wissenschaftskommunikation der Gegenwart sind also vielfältig und groß. Sie reichen weit über das Thema Verständlichkeit hinaus. Und sie benötigen deutlich mehr an Engagement, Anreizen und Anerkennung, als es derzeit gegeben ist, um den großen gesellschaftlichen Herausforderungen gewachsen zu sein. Es ist an der Zeit, dies nun mit Sinn und Verstand verstärkt anzugehen.

⁴Siehe den Vorschlag von NaWik unter: www.nawik.de/starterpaket.

⁵Handreichungen finden sich unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/how-to/>, oder beispielhaft auf der Webseite der TU Braunschweig: <https://www.tu-braunschweig.de/presse/medien/wissenschaft-medien>.

Literatur

- Bauer, M. W. (2017). Kritische Beobachtungen zur Geschichte der Wissenschaftskommunikation. In H. Bonfadelli, et al. (Hrsg.), *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation* (S. 17–40). Wiesbaden: Springer VS.
- Christmann, U., & Groeben, N. (1996). Textverstehen/Textverständlichkeit: Ein Forschungsüberblick unter Anwendungsperspektive. In H. P. Krings (Hrsg.), *Wissenschaftliche Grundlagen der technischen Kommunikation* (S. 129–190). Tübingen: Narr.
- Griem, J. (2018). Zumutungen. Wissenschaftskommunikation und ihre Widersprüche. Keynote beim Forum Wissenschaftskommunikation 2018. http://www.dfg.de/download/pdf/dfg_im_profil/reden_stellungnahmen/2018/181107_keynote_fwk18_griem.pdf. Zugegriffen: 22. Febr. 2019.
- Hendriks, F., & Niederhoff, D. (2017). Was haben Wissenschaftler von Wissenschaftskommunikation? – Eine Interviewstudie. Beitrag präsentiert auf dem 10. Forum Wissenschaftskommunikation, Braunschweig, Deutschland.
- Hendriks, F., Kienhues, D., & Bromme, R. (2016). Trust in science and the science of trust. In B. Blöbaum (Hrsg.), *Trust and communication in a digitized world* (S. 143–160). Cham: Springer.
- Könneker, C. (2012). *Wissenschaft kommunizieren*. Weinheim: Wiley-VCH.
- Langer, I., Schulz von Thun, F., & Tausch, R. (2011). *Sich verständlich ausdrücken*. München: Reinhardt.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303–330.
- Plavén-Sigray, P., et al. (2017). The readability of scientific texts is decreasing over time. *eLife*, 6, e27725.
- PUSH-Memorandum. (1999). Dialog Wissenschaft und Gesellschaft. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/medien/publikationen-fotos-videos/wissenschaft-im-dialog-basisinfos/>.
- Riegraf, B. (2018). Bringschuld: Wie können Wissenschaft und Politik auf wissenschaftsfeindliche Tendenzen reagieren? *Forschung & Lehre*, 6, 508–509.
- Siggenger Kreis. (2018). Siggenger impulse 2018: Walk the talk – Chefsache Wissenschaftskommunikation. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/siggenger-kreis/>.
- Wiarda, J.-M. (2018a). „Ein Hunger für Wissenschaft ist da, doch wir stillen ihn nicht.“ Johannes Vogel, Generaldirektor des Berliner Museums für Naturkunde, und Wilhelm Krull, Generalsekretär der VolkswagenStiftung, im Gespräch über das Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft. <https://www.volkswagenstiftung.de/aktuelles-presse/journal/ein-hunger-f%C3%BCr-wissenschaft-ist-doch-wir-stillen-ihn-nicht>. Zugegriffen: 22. Febr. 2019.

- Wiarda, J.-M. (2018b). „Wir sind weder das Bau- noch das Sozialministerium“. Interview mit Anja Karliczek. <https://www.jmwiarda.de/2018/12/06/wir-sind-weder-das-bau-noch-das-sozialministerium/>. Zugegriffen: 22. Febr. 2019.
- Wissenschaftsrat. (2016). Wissens- und Technologietransfer als Gegenstand institutioneller Strategien. Positionspapier. <https://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/5665-16.pdf>. Zugegriffen: 22. Febr. 2019.
- Word Economic Forum Young Scientists. (2018). Code of ethics. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Code_of_Ethics.pdf. Zugegriffen: 22. Febr. 2019.

Beatrice Lugger ist Geschäftsführerin und Direktorin des Nationalen Instituts für Wissenschaftskommunikation (NaWik) mit Sitz in Karlsruhe. Sie ist Wissenschaftsjournalistin, Social-Media-Expertin und Chemikerin. Sie war fast zwei Jahrzehnte für zahlreiche deutsche Print- und Onlinemedien tätig. Als Managing Editor hat sie die Blogcommunity ScienceBlogs.de aufgebaut. Darüber hinaus betreute sie die Social-Media-Auftritte internationaler Tagungen wie der Lindauer Nobelpreisträger tagungen, des Nobel Week Dialogue und des Heidelberg Laureate Forums. Sie ist Redaktionsmitglied der Plattform wissenschaftskommunikation.de.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Das Zauberwort heißt Partizipation. Eine Mutrede

Konstanze Marx

Die Anfrage, mich mit einem Beitrag an dem vorliegenden Buch zu beteiligen, habe ich gelesen, unmittelbar nachdem sie verschickt worden war. Ich saß gerade im Bundesrat, wo ein Diskussionsforum des Weimarer Dreiecks zum Thema „Fake News, Hate Speech und Bots – Herausforderungen für Demokratie und Rechtsstaat?“ stattfand.

So kurz vor Jahresende und mit verstohlenem Blick auf die gut gefüllte To-do-Liste für die dem Jahr noch verbleibenden Wochen, sagte ich – Sie ahnen es – trotzdem spontan zu. Das Thema dieses Bandes betrifft mich wie jede Wissenschaftlerin/jeden Wissenschaftler – und wirklich nicht erst seitdem unsere Bundesministerin für Bildung und Forschung Wissenschaftskommunikation in den Fokus der Aufmerksamkeit gerückt hat.

Nebenbei bemerkt: Mit dem in diesem Kontext gern verwendeten Wort „Transfer“ ist eigentlich eine Exklusion der Wissenschaft aus der Gesellschaft indiziert, die sich über den Transfer Zugang zurück zur Gesellschaft zu verschaffen sucht; dabei ist sie doch Teil der Gesellschaft und die begriffliche Distanzierung vielleicht sogar kontraproduktiv.

In jedem Fall betrifft mich das Thema sehr, denn die Verknüpfung von Wissenschaft und Gesellschaft sichtbar zu machen, ist mir nicht nur ein Herzensanliegen, ich empfinde es auch als Pflicht – und da unterscheide ich mich nicht von vielen anderen Kolleg*innen –, von meiner Forschung zu

K. Marx (✉)

Universität Greifswald, Greifswald, Deutschland

E-Mail: Konstanze.Marx@uni-greifswald.de

berichten, die Ergebnisse nicht nur für Peers zu publizieren, sondern auch so, dass Personen sie verstehen, die nicht täglich akademische Texte lesen.

Deshalb habe ich auch getwittert, als ich im Bundesrat saß, hatte also das Smartphone in der Hand, konnte die Anfrage der Herausgeber dieses Bandes lesen und schrieb derweil einen Tweet zur Eröffnungsrede des Regierenden Bürgermeisters von Berlin. Michael Müller betonte, wie wichtig es sei, dass von Hate Speech Betroffene deren Wirkung offenlegen. Damit habe ich einen Aspekt pointiert. Einen weiteren Aspekt konnte ich in meine Timeline projizieren, indem ich den Tweet von @Das_NETTZ retweetete, in dem die Forderung nach digitaler Zivilcourage aus derselben Rede hervorgehoben wurde. Gleichzeitig konnte ich der Initiative Das NETTZ gegenüber Zustimmung, ja Solidarität signalisieren.

Ich konnte also nicht nur über die aktuelle politische Debatte zu einem meiner Forschungsthemen informieren, ich konnte mich zudem auch positionieren. Beides ist von Bedeutung. Warum?

Beginnen wir bei der Positionierung: Vor circa einem Jahr hielt ich in Hamburg im Rahmen des von Jannis Androutsopoulos und Florian Busch ausgerichteten Symposiums „Register des digitalen Schreibens“ einen Vortrag zum Thema „Das Internet macht die Sprache kaputt.“ Ein linguistischer Zugang zu metasprachlichen Reflexionen von ‚Laien‘. Ich zeigte unter anderem, wie der Forschungsgegenstand Hate Speech ethnomethodologisch konturiert wird – man könnte es auch so ausdrücken: wie der Gegenstand, der zweifelsohne auch eines sprachwissenschaftlich fundierten Zugangs bedarf, schneller und sichtbarer (natürlich auch oberflächlicher) von anderen (nicht-wissenschaftlichen Institutionen) aufgegriffen und bearbeitet wird.

Sei es durch ein Erklärvideo der Tagesschau, das seit Mai 2017 online verfügbar ist, sei es durch die auf der Facebook-Seite von Renate Künast zusammengetragenen Charakteristika von Hass-Kommentaren im „Hass-Tool“, sei es durch populärwissenschaftliche Fernsehformate – sogenannte *Social Facts* – wie „Manipuliert. Mit Sascha Lobo“ bei ZDFneo. Was in vergleichbarer Präsenz fehlte, war meines Erachtens der Beitrag der Linguistik. In der Linguistik (und auch in anderen Wissenschaftsdisziplinen) gab es schon Theorien zu verbaler Gewalt, als an das Social Web noch gar nicht zu denken war. Es stand also die Frage im Raum, wie sichtbar eigentlich ist, was die Linguistik (zum Thema) leistet. Das führte mich zunächst zu der Frage, wie eigentlich über mein Arbeitsgebiet und Kolleg*innen in traditionellen Medien verhandelt wird. Drei Beispiele möchte ich diesbezüglich aufrufen:

1. In einem Radiointerview, das eine Journalistin des SWR 2 im November 2016 mit der Mannheimer Sprachwissenschaftlerin Eva Gredel führte, lässt sich anhand der Fragetechnik nachvollziehen, dass in der Wissenschaftlerin eher eine Statistin gesehen wird: Sie soll lediglich die eigenen Vorannahmen bestätigen. Diese sind im Wesentlichen: Die Sprache verrohe und niemand sei mehr an einem direkten Gespräch interessiert.
2. Am 22. Oktober 2016 erscheint in der FAZ eine Rezension des Buches „Schreiben digital. Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert“ von Christa Dürscheid und Karina Frick. Der Autor – Wolfgang Krischke – kritisiert hier ein sogenanntes „Linguisten-Mantra“, das etwa laute: Jeder Sprachwandel sei automatisch ein Fortschritt, weil er ja den Bedürfnissen der Sprecher entspringe.
3. Im Januar 2018 schreibt derselbe Journalist in einer Kolumne dem inzwischen emeritierten aber deswegen nicht minder aktiven Angewandten Linguisten Gerd Antos, Bezug nehmend auf seinen Aufsatz „Wenn Roboter „mitreden“ ... Brauchen wir eine Disruptions-Forschung in der Linguistik?“, zu, sich der „romantischen“ Vorstellung hinzugeben, die Essenz menschlicher Kommunikation sei der persönliche Dialog. Hier wurde das Bild der weltfremden, verträumten und auf der Stelle tretenden – denken Sie an die Mantra-Assoziation – Sprachwissenschaft gezeichnet, ein ungerechtfertigter Vorwurf, dem zu widersprechen ist.

Aber ich hatte das Glück, dass der letztgenannte Journalist im Publikum saß. Er meldete sich zu Wort und bemerkte, sein wichtigster Kritikpunkt sei, dass bei all unserer Arbeit die eindeutige Positionierung fehle. Immer würden wir abwägen, auf die Verwendung von Sprache in spezifischen Kontexten verweisen, von uns kämen keine klaren Aussagen.

Das mag daran liegen, dass sich der Forschungsgegenstand Sprache der Fixierung entzieht: Sprache lebt, ist dynamisch. Das auszuhalten fällt mitunter nicht leicht. Dass Sprachverwendung viele Facetten vereint, weder als richtig noch als falsch zu beurteilen ist, muss einen jedoch nicht in die Verzweiflung und schon gar nicht in Zynismus treiben. Es gibt andere Parameter, die einer Bewertung zugrunde liegen können, etwa – wie von Jürgen Schiewe empfohlen – die Angemessenheit. Anatol Stefanowitsch schlägt gar Moral als Gradmesser vor. Das soll an dieser Stelle jedoch gar nicht vertieft werden. Es führt uns lediglich zurück an den oben bereits erwähnten Punkt der Positionierung, die mir ein Medium wie Twitter durchaus ermöglicht, eine wissenschaftliche Publikation jedoch nur bedingt, weil meine Meinung

zu einem Analyseresultat sekundär ist. Oder andersherum: Twitter zwingt es einem gewissermaßen auf, das Format „erquengelt“ sich quasi einen Standpunkt.

Viele Wissenschaftler*innen schreckt das ab. Vielleicht ahnt die Historikerin Charlotte Jahnz (@Cjahnz) das, wenn sie am 15. Oktober 2018 auf Twitter zu einer „Umfrage, die ich gerne mal lesen würde: den Großteil der deutschen Professorenschaft gesammelt fragen, warum er nicht twittert. Reichen auch fünf Sätze für jeden“ animiert. Anna-Lena Scholz (@doc_scholz) macht daraufhin die Frage „Warum twittern Sie nicht?“ in einem „Chancen Brief“ der *ZEIT* zum Thema.

Das Unvermögen, sich kurz zu fassen, und die Skepsis, dass sich komplexe Sachverhalte über Twitter vermitteln lassen, werden als Gründe genannt. Im oben genannten Zusammenhang kann hier bereits vermutet werden, dass das wohl gar nicht die Erwartung an twitternde Wissenschaftler*innen zu sein scheint. Die Möglichkeiten jedoch, Threads zu verfassen, mit Artikeln zu verlinken oder die 280 Zeichen (interessanterweise hält sich bei Kritiker*innen hartnäckig das Gerücht, auf Twitter dürfe man immer noch nur 140 Zeichen schreiben) auszuschöpfen, sind darüber hinaus einen Versuch wert.

Es gibt Nicht-Nutzer*innen, die als Grund fürs Nicht-Twittern anführen, sich für langsam zu halten – hier möchte man einwenden, woran das zu messen wäre. Und selbst wenn vergleichbarer Inhalt bereits gepostet wurde, weil man gerade die gleiche Konferenz und den gleichen Vortrag besucht, zeigt das doch nur, dass auch andere Kolleg*innen etwas als relevant erachten, dem man selbst auch Bedeutsamkeit zumisst und es deshalb zum Inhalt eines Tweets macht. Man kann in solchen Momenten aufeinander verweisen und die Stimme, mit der man dann gemeinsam spricht, ist vielleicht sogar ein wenig „lauter“.

Andere möchten keine unnötigen Datenspuren ins Netz streuen. Wieder andere halten Twitter für unseriös, was ungefähr so unüberlegt ist, wie das Pauschalurteil der Staatsministerin für Digitales, Dorothee Bär, die in einem Interview mit der *Welt* am 10. März 2018 behauptete: „Auf Twitter sind ohnehin nur Politiker, Journalisten und Psychopathen unterwegs.“

Auch der Einwand, Twitter könne persönliche Kommunikation nicht ersetzen, ist so überzeugend wie der Einwand, dass man Konzerte meiden sollte, weil man kein Duett mit den Interpret*innen auf der Bühne singen dürfe. Wobei – bei Twitter bekäme man vielleicht sogar die Gelegenheit dazu, möglich ist es, vorrangiges Ziel vielleicht eher nicht.

Manche Nicht-Twitter*innen halten sich selbst nicht für wichtig genug, führen mangelnde „Selbstdarstellungstendenzen“ an und die Überzeugung,

kein „Megastar“ zu sein – ein interessanter Ansatzpunkt, der eigentlich aber rückwirkt auf die potenziellen Rezipient*innen, die dann uninformiert bleiben.

Und so fragt Anna-Lena Scholz verständlicherweise eine Woche nach Abschluss der Umfrage: „Sind WissenschaftlerInnen, die twittern, wirklich selbstdarstellerisch? Oder nehmen sie vielleicht ihre Arbeit ernst? Wieso glauben Wissenschaftler, sie hätten nichts zu sagen? Wer ist denn der Adressat, den sie ernst genug nehmen, dass er oder sie ihre Aufmerksamkeit verdient?“

Darüber hinaus scheint die Einschätzung, nicht wichtig genug zu sein, angesichts der Vielzahl an Twitter-Nutzer*innen überwindbar und motiviert gleichzeitig dazu, den Fokus weg von der eigenen Person hin zur Forschung zu verschieben. Es geht vielen Wissenschaftler*innen auf Twitter einfach darum, die Kolleg*innen auf dem Laufenden zu halten, sich gegenseitig mit Literaturhinweisen zu versorgen, Methoden zu vergleichen, auf Publikationen hinzuweisen – das Gespräch am Rande von Konferenzen weiterzuführen, obwohl die Konferenz längst vorbei ist und die nächste noch nicht in Sicht. Und es funktioniert auch in die andere Richtung: Man trifft sich zwar auf Konferenzen zum ersten Mal, kennt sich aber schon von Twitter – ein guter Anlass, persönlich ins Gespräch zu kommen. Natürlich signalisiert man auch Journalist*innen und jeder anderen interessierten Person, ansprechbar zu sein, somit ein Mensch, der einem bei Bedarf Rede und Antwort stehen und fachliche Fragen beantworten würde.

Damit ist mit einem weiteren Vorurteil gegenüber Sozialen-Netzwerk-Seiten aufzuräumen: der von Kritiker*innen skizzierten anonymen, unidirektionalen One-to-many-Kommunikation. Nur wenige der im deutschsprachigen Raum twitternden (Sprach-)Wissenschaftler*innen haben einen „Fame-Status“ erreicht, der die Befürchtung rechtfertigen würde, eine direkte Adressierung drohe im digitalen Nirvana zu dissoziieren.

Dass es das wiederum gibt: Sprachwissenschaftler*innen mit – ich nenne es einmal zeitgemäß – „Influencer“-Renommee außerhalb der wissenschaftlichen Community – wer hätte das für möglich gehalten? Gerade in einer Zeit, in der das gesellschaftliche Ansehen der Geisteswissenschaften leidet, wie Maximilian Günnewig-Mönert am 22. Mai 2017 auf prisma-hsg.ch feststellt, gerade in dieser Zeit ist es zu begrüßen, wenn es Geisteswissenschaftler*innen und aus meiner Sicht natürlich insbesondere Linguist*innen gelingt, breites Interesse und Aufmerksamkeit zu binden. Schließlich sind „weder [...] ihre Gegenstände obsolet noch ihre Methoden desavouiert“, wie es Walter Schweidler (2007, S. 352) ausdrückt.

Selbst wenn das die wenigen Ausnahmen sind, die Philippe Wampfler (@phwampfler) meint, wenn er am 29. Oktober 2018 tweetet „[...]

Wissenschaftler*innen können bis auf Ausnahmen fast nur verlieren, wenn sie in Massenmedien präsent sind.“

Sein Punkt ist natürlich klar. Auch ich muss Ergebnisse meiner Arbeit für die Darstellung in Presse- oder Rundfunk-Interviews „entschlacken“ und kann Zusammenhänge vielleicht nicht in gebührender Komplexität darstellen. Möglicherweise schlägt mir dafür in der eigenen Community nicht nur Wohlwollen entgegen – man weiß es ja nicht. Dennoch möchte ich Wampflers defätistische Prognose nicht teilen. Die Synergieeffekte, die Fachpublikationen, populärwissenschaftliche Veröffentlichungen und die Präsenz auf Twitter haben, sind meines Erachtens ein positives Signal im Hinblick auf die Sichtbarkeit des Fachs; und das ist natürlich nicht zu beschränken auf die Linguistik. Letztlich – so glaube ich zu erahnen – geht auch Philipp Wampfler das Risiko weiter ein, orientiert an seiner so wichtigen Botschaft, der Verknüpfung digitaler Methoden mit dem Deutschunterricht.

Abgesehen davon hatte ich persönlich aber auch gar keine Wahl: Ich beschäftige mich mit der Sprachverwendung und der Kommunikation im Social Web, wie könnte ich mit diesem Forschungsinteresse dem Kommunikationsraum fernbleiben? Man kann Interaktion auf den verschiedenen Plattformen kaum untersuchen, wenn man nicht partizipiert und die plattforminhärenten Regeln identifiziert – davon bin ich überzeugt. Die jeweilige Sprach- und Kommunikationskultur wird von den Teilnehmenden tradiert, thematisiert und aktiv ausgehandelt. Nur wenn man selbst auch schreibt, Kommentare er- und aushält, spezifische Formulierungen erlernt, Konventionen detektiert und Akzeptanz (oder auch Widerspruch) durch Anschlusskommunikation erfährt, kann Wissen über plattformtypische Prozesse generiert werden.

Gleichzeitig erhält man einen qualitativen Zugang zum sprachlichen Material, den eine quantitative – auf Masse ausgerichtete – Datenerhebung nicht gewähren kann. Bei der Archivierung von Webcrawling-Resultaten werden durch abweichende Darstellungsformate (etwa in Listen) für die Analyse relevante Oberflächenphänomene modifiziert oder getilgt – etwa die Anordnung der Nachrichten, die Identifizierbarkeit von Initialposts, Antworten darauf oder Antworten innerhalb eines Threads, die Verwendung von Emojis, der Einsatz von Memes – was für die qualitative Analyse insgesamt nachteilig ist.

Gleichzeitig lässt sich Forschungsmaterial zu Verbalgewalt ohnehin nicht problemlos automatisch detektieren (auch wenn es Versuche, wie die von Sylvia Jaki und Tom DeSmedt gibt): Online-Gewalt oder Hate Speech erschöpft sich nicht im Gebrauch von Schimpfwörtern, sondern

nimmt viele Gestalten an – bis hin zur „Übernahme von unverdächtigen, ja gesellschaftlich hochkonsensuellen Werten“ und der „Lexik von Gruppen, die dem Verdacht rassistisch zu sein, wenig ausgesetzt ist“, wie es Christian Bendl und Jürgen Spitzmüller (2017) formulieren. Wir finden hier wieder, was in der linguistischen Sprachkritik als „Kampf um Begriffe“ bezeichnet wird, etwa von Armin Burghardt (2011). Man muss die sprachlichen Belege also lesen und in ihren aktuellen Kontexten evaluieren. Das setzt den Zugang zu diesen Kontexten voraus und diesen erhalte ich, indem ich mich selbst auf die Plattformen gebe: teilnehmende Beobachtung 2.0.

Ein weiterer wichtiger Aspekt, von dem ich nur durch Partizipation in sozialen Netzwerken weiß, ist: Von Online-Gewalt betroffene Personen republizieren das Datenmaterial – z. B. als Bild (also in einem für Webtext-Crawler nicht lesbarem Format). Als Beispiel, das einen gewissen Bekanntheitsgrad erreicht hat, sei der an Dunja Hayali gerichtete Hassbrief von „Lawrence von Arabien“ genannt, den die Journalistin sowohl auf Twitter als auch auf Facebook veröffentlicht hat. Es gibt eine ganze Reihe derartiger Republikationen, die eine Datenquelle darstellen, die selbst bei auf Suchbegriffen (z. B. Schimpfwörter) beschränktem Datencrawling unentdeckt bliebe. Weiterhin ergeben sich dadurch Kommunikate, die ganzheitlich betrachtet werden müssen. So ist es interessant, wie sich die betroffene Person zu der Verbal-Attacke positioniert, wie sich die Anschlusskommunikation gestaltet usw.

Als vielzitiertes Phänomen der Gesellschaft 2.0 muss Hate Speech auch als Interaktionsphänomen betrachtet werden. Auf Plattformen kommt es nicht nur zu Angriffen, sondern auch zu Verteidigung, zu Solidarisierung auf der einen wie auf der anderen Seite, das Phänomen selbst wird verhandelt und ethnomethodologisch konturiert (ich habe es oben bereits erwähnt). Man kann beobachten, wie sich verschiedene Formen der sogenannten Counter Speech, der Gegenrede, herausbilden, welche Strategien hierbei zur Deeskalation oder zur Eskalation führen. Die Rekontextualisierung von Hate Speech, Cybermobbing oder auch Cybergrooming gibt Aufschluss über Strategien der diskursiven Bearbeitung von Verrohung und deren Wahrnehmung und über deren Erfolg oder Misserfolg, was für die Prävention unverzichtbar ist.

All das fließt in die Betrachtung des Gegenstands ein und deshalb ist es hilfreich, Facebook-Profilen aufmerksam zu lesen, Twitter-Debatten zu verfolgen und sogar auch in Online-Spielen aktiv zu sein, in deren Interaktionssträngen die Kommunikationskultur des Social Web auf deren Extreme reduziert projiziert wird. Cybergrooming, Extremismus, Volksverhetzung – all das findet sich in Spielen, die teilweise keiner

Altersbeschränkung unterliegen. Wenn ich darüber nichts weiß, aber mit Personen auf Twitter vernetzt bin, die sich in diesen Bereichen bewegen, erhalte ich wichtige Hinweise und kann mein Forschungsfeld entsprechend ausweiten.

Auch die insbesondere auf Twitter viel zitierte und satirisch gerahmte Whats-App-Gruppenkommunikation erweist sich im großen Kontext der linguistischen Konfliktforschung ergiebig: Konflikte bahnen sich an, entstehen aber auch aufgrund von der jeweiligen Plattform eigenen Affordanzen, die – und auch das wird auf Twitter offenbar – von den Nutzer*innen selbst kritisch reflektiert werden.

Schließlich können auf diese Weise gewonnene Analyseergebnisse in Handlungsanweisungen münden, die systematisch in den Kommunikationsraum zurückgegeben werden können. In meinem Fall gibt es also gute Gründe, sich in das „digitale Getümmel“ zu stürzen.

Andere halten es – und das führt mich zurück zur Umfrage von Anna-Lena Scholz – für Zeitverschwendung und sehen keinerlei Mehrwert darin. Das kann daran liegen, dass sie es noch nicht ausprobiert haben. Angesichts des Zeitaufwands, der mit Twitter verbunden ist (auch das wird übrigens als Grund genannt, der Plattform fernzubleiben), ist das nachvollziehbar, obwohl man einwenden möchte, dass auch Twitter-Aktivität mithilfe des Tweetdecks beispielsweise effizient organisiert werden kann. Und natürlich ist insgesamt die Entscheidung einer jeden Wissenschaftlerin/eines jeden Wissenschaftlers gegen Twitter zu tolerieren. Insbesondere dann, wenn sich – wie eine Antwort aus der Umfrage offenbart – Frust breitmacht, weil der eigene Account eine Angriffsfläche bietet. Das ist zum Beispiel nachweislich und überdurchschnittlich häufig bei Forscher*innen der Fall, die sich den Gender-Studies widmen. Vor diesem Hintergrund ist auch Christina Hölzels (@ChristinaHolzel) Tweet vom 22. November 2018 zu verstehen: „Gewöhne mich daran, dass die CAU nicht auf twitter ankündigt, was ich relevant fände. Dabei wäre ‚der Online-Alltag als Feministin‘ doch wirklich ein digital vermarktbare Thema. Vermute Vor-, nicht böse Absicht. Freue mich so oder so auf Jasna Strick und Andreas Kemper. #gender.“ Aber – das zeigt eine der Antworten in der Umfrage – man muss nicht Genderforscher*in sein: „gefühlten 95 % der Internetnutzer [bietet die Tatsache,] Ingenieurin, junge Professorin, Wissenschaftlerin, arbeitende Mutter, Politikinteressierte, Feministin [zu sein,] leicht hebbares Kritikpotenzial an [der] Person.“

Anna-Lena Scholz kategorisiert in ihrer Antwort auf den Einwand, man habe die „Hexenjagden“ nicht mehr ertragen, Shitstorms als „Randphänomen, das sich ausblenden lässt.“ Das lässt sich vielleicht dann einfach

sagen, wenn man noch nie von Attacken betroffen war oder sich inzwischen ein sprichwörtlich „dickes Fell“ zugelegt hat. Zwischen diesen Polen stehen aber Schockerfahrungen, tiefe Verletzung, Verunsicherung, ja wahrscheinlich auch Angst – selbst wenn Shitstorms ihrem diskursiv zugewiesenen Namen selten entsprechen. Es reicht letztlich ein einziger aggressiver, despektierlicher und grenzverletzender Kommentar, um einen Menschen zu verstören, ihm/ihr emotionalen Schmerz zuzufügen.

Deshalb erachte ich es ja als so wichtiges Forschungsfeld, deshalb sollen ja Wege in einen höflich-rücksichtsvollen Diskurs gefunden werden – ein Diskurs, aus dem sich niemand ausklinken muss, weil er/sie diskreditiert wird. Beteiligung ist mehr als erwünscht und notwendig. Don't feed the Troll – das war gestern. Wir wissen heute, dass es Sinn – im Sinne von Aussicht auf Erfolg – hat, zivilisierte Diskurspraktiken zu verteidigen, und sollten einen so wertvollen Interaktionsraum nicht Chaot*innen überlassen, denen es einzig und allein darum geht, andere zu provozieren. Schließlich wird auch ihr Vorgehen so einsehbar und es können Strategien entwickelt werden, wie diesem Verhalten begegnet werden kann.

Letztlich muss man zudem sagen, dass die, die sich nicht (mehr) beteiligen, auch etwas verpassen.

Twitter ist ein Forum, in dem wichtige gesellschaftliche und auch wissenschaftspolitische Debatten angestoßen und geführt werden. Ich greife einmal die Hashtags #metoo, #unten oder #bildungsstreik als Beispiele heraus. So spiegelt die Plattform, auf der es zweifelsohne Diskriminierung gibt, diese Diskriminierung eben auch wider und rückt Problematiken in ein kollektives Bewusstsein, die vielleicht nie zur Sprache gekommen wären.

Twitter ist ein Forum, in dem Menschen einander unterstützen (siehe etwa #EineSorgeWeniger), Kindern Weihnachtswünsche erfüllen, wenn ihre Eltern es sich nicht leisten können, in dem Alleinerziehende eine Stimme erhalten haben und inzwischen gehört werden – auch „außerhalb“ der Plattform (Christine Finke, @Mama_arbeitet), in dem sich Menschen beim Sterben begleiten lassen und aufrichtig betrauert werden, auch von Menschen, die die Sterbenden nie persönlich getroffen haben.

Twitter ist offenbar ein Forum, das stadträulein (@Schaumdompteur) zufolge Mut zur Menschlichkeit gibt; sie twittet am 7. Oktober 2018: „Was ich mich ohne Twitter nie getraut hätte oder überhaupt auf die Idee gekommen wäre: Mich ganz selbstverständlich zwischen pöbelnde Weiße und einen „Nicht-Deutschen“ stellen. Und schon stand eine weitere Frau neben mir, wir lächelten uns zaghaft an – Ruhe war. #keinortfürnazis“.

Twitter ist ein Forum, in dem die Grenzen der Sagbarkeit in der oben angesprochenen Dimension überstrapaziert, aber im Hinblick auf Tabus oder

Themen, über die es zu sprechen schwerfällt, erweitert werden: die Pflege eines schwerstkranken Kindes etwa (22 Monate, @22Monate), Krebsleiden (Metahasenbändigerin (Onkobitch), @dieKali) oder das Leben nach dem Verlust eines geliebten Menschen (Weg ins Leben 2.0, @Cancer_is_an_ah).

Mit Blick auf die Wissenschaftskommunikation ist Twitter ein Forum, das Einblicke in den Arbeitsalltag von Forscher*innen gewährt (@realscientists), aktuelle Forschungsthemen vorstellt, Wissenschaft als lebendiges Feld abbildet und die Mär vom Elfenbeinturm, quasi sekundlich, ad absurdum führt. Damit öffnet sich nicht nur der Blick auf inspirierende Methoden und spannende Ergebnisse, sondern auch auf die prekären Bedingungen, unter denen in Deutschland geforscht wird, geforscht werden muss – insbesondere im akademischen Mittelbau. Als Beispiel sei hier der Twitter-Thread von Kilian genannt, der am 4. Dezember 2018 auf dem von wöchentlich wechselnden Autor*innen gestalteten Account @realsci_DE (Real Scientists) postete: „Aus gegebenem Anlass ein paar Gedanken zum Arbeiten in der Wissenschaft und prekären Arbeitsverhältnissen in derselben. Ich selbst habe vor meiner jetzigen 5-Jahres-Stelle drei Jobs in drei verschiedenen Ländern gehabt.“ Somit ist Twitter im ursprünglichen Sinne ein Medium, das Transparenz ermöglicht und auf andere Orte der Transparenz verweist: Orte, an denen neue Formen der Wissenschaftskommunikation praktiziert werden, wenn etwa Lambert Heller (@Lambo) fragt: „Wie viele von den Direktor*innen der 93 Institute der @LeibnizWGL bloggen eigentlich? Henning Lobin jedenfalls bloggt als Direktor des IDS (weiter) bei den @scilogs, zuletzt über seine Mitarbeit im Rechtsschreibrat – und das Gender-Sternchen. cc @textundblog @IlonaRiek“, aber auch wenn die Blogger*innen selbst auf Twitter sind, siehe @HenningLobin (Engelbert-Galaxis), @AlexanderLasch (Sprachpunkt), Simon Meier @fussballinguist (Fußballlinguistik) oder Kristin Kopf (@Schplock) und Anatol Stefanowitsch (@astefanowitsch; Sprachlog).

Aber es sind ja nicht nur Blogs, wie von Annette Leßmöllman (@annetteless) am 7. Dezember 2018 zu erfahren war: „Raus aus den Echokammern“ #Wisskomm für ein breites Publikum, inkl. unser Projekt #wissfueralle in der @tazgezwitscher von @ManRonzheimer taz.de/!5551542/ @schroep@cml_net“: In dem verlinkten Zeitungsartikel wird das erfolgreiche Projekt „Haus der kleinen Forscher“ beschrieben, aber eben auch ein neues am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) angesiedeltes Projekt mit dem Namen „Wissenschaft für alle“.

Und auch das von Mark Dang-Anh, Matthias Meiler und mir gegründete *Journal für Medienlinguistik*, in dem wir den Weg eines wissenschaftlichen Artikels von der Einreichung über das Review-Verfahren bis zur Publikation

transparent machen und für den fachlichen und nicht-fachlichen Diskurs öffnen, verfügt über seinen eigenen Twitter-Account (@jfm_l_journal).

Bei Twitter kreuzen sich die Wege, können umgelenkt werden, auseinander und an anderer Stelle wieder zusammenführen, Umwege werden oder direkte Verbindungen, das Potenzial ist – wie ich hoffentlich zeigen konnte – groß. Und vielleicht kann ich diesen Gedanken unterstützend hinzufügen, dass es in der eingangs benannten Veranstaltung im Bundesrat zwar einen – wie Thomas Wüst (@Thomas_Wuest) twittert – „Bedrückende[n] Moment bei #DemokratieInsNetz-Diskussion im @bundesrat: [gab] @SawsanChebli konstatiert ‚Ich erlebe fast täglich #shitstorms‘ und hat gestern ihren #Facebook-Account deaktiviert, weil sie die Vielzahl der #Shitstorms nicht mehr monitoren konnte [Tränen-Emoji].“ Es handelt sich hier um eine Entscheidung, die verständlich, aber aus vielen Gründen zu bedauern ist. Mut – in dieser Situation – macht jedoch, dass ihr privater Twitter-Account nach wie vor aktiv ist.

Literatur

- Bendl, C., & Spitzmüller, J. (2017). ‚Rassismus‘ ohne Rassismus? Ethno-separatistische Diskurse in sozialen Netzwerken. *Wiener Linguistische Gazette*, 26, 1–26.
- Burkhardt, A. (2011). Linguistisch begründetes Missvergnügen. Über systembezogene und polit(olinguist)ische Sprachkritik. In J. Schiewe (Hrsg.), *Sprachkritik und Sprachkultur. Konzepte und Impulse für Wissenschaft und Öffentlichkeit* (S. 97–123). Bremen: Hempen.
- Schweidler, W. (2007). Den eigenen Gegenständen gerecht werden. In J.-D. Gauger & G. Rüter (Hrsg.), *Warum die Geisteswissenschaften Zukunft haben! – Ein Beitrag zum Wissenschaftsjahr 2007* (S. 344–357). Freiburg i. Br.: Herder.

Konstanze Marx ist Lehrstuhlinhaberin für Germanistische Sprachwissenschaft an der Universität Greifswald. Sie wurde mit einer neurolinguistischen Arbeit zum Textverstehen an der Friedrich-Schiller-Universität Jena promoviert und mit einer Arbeit zum „Diskursphänomen Cybermobbing. Ein internetlinguistischer Zugang zu [digitaler] Gewalt“ (2017 bei de Gruyter erschienen) an der Technischen Universität Berlin habilitiert. Im Anschluss arbeitete sie als Professorin für die Linguistik des Deutschen an der Abteilung Pragmatik des Leibniz-Instituts für Deutsche Sprache Mannheim und an der Universität Mannheim. Ihre Schwerpunkte liegen in der Internetlinguistik, der Diskurs- und Textlinguistik, der Erforschung des Zusammenhangs zwischen Sprache-Kognition-Emotion, der Genderlinguistik und der medienlinguistischen Prävention.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Zwischen Theorie und Praxis

Christina Beck und Julia Wandt

Die Rahmenbedingungen, unter denen Wissenschaftskommunikatoren heute arbeiten, haben sich fundamental geändert. Seit Jahren müssen Hochschulen und Forschungseinrichtungen mit einer großen Diversifizierung ihrer Arbeit und ihrer Zielgruppen in der Kommunikation umgehen. Dazu gehören eine gestiegene Anzahl und Vielfalt der Kommunikationskanäle (neue Kanäle kommen hinzu, bestehende fallen nicht weg), aber ebenso der Aufgabenbereiche.

Eine vergleichsweise neue wie unerlässliche Entwicklung ist, dass Hochschulen und Forschungseinrichtungen auch die politische Kommunikation als eine strategische Aufgabe ansehen. Alle Institutionen müssen sich in Wettbewerben wie zum Beispiel der Exzellenzinitiative des Bundes und der Länder und deren Nachfolgeprogramm, der Exzellenzstrategie, oder aber im Rahmen des Pakts für Forschung und Innovation positionieren und die Leistungen ihrer Einrichtung sichtbar machen. Wissenschaftskommunikation selbst ist dabei zum strategischen Erfolgsfaktor geworden.

Eine vom Bundesverband Hochschulkommunikation initiierte Studie des Instituts für Germanistik am Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

C. Beck (✉)

Max-Planck-Gesellschaft, München, Deutschland

E-Mail: beck@gv.mpg.de

J. Wandt

Universität Konstanz, Konstanz, Deutschland

E-Mail: julia.wandt@uni-konstanz.de

unter dem Titel „Hochschulkommunikation erforschen“ (Leßmöllmann et al. 2017; Schwetje et al. 2017) bestätigt die extrem große Aufgabenvielfalt und konstatiert zugleich, dass Kommunikatorinnen und Kommunikatoren innerhalb ihrer Einrichtungen sehr vielfältige und unterschiedliche Rollen einnehmen: vom „Übersetzer“, „Mediator“, „Dienstleister“ über „Administrator“ bis zu „Popularisierer“ und „Gatekeeper“ (Schwetje et al. 2017, S. 33 ff.). Die Rollenbilder sind trotz großer Heterogenität der Hochschultypen teilweise sehr homogen. Ungeachtet dessen steckt der Alltag von Wissenschaftskommunikatoren nach wie vor in systemischen Zwängen, die sich oft nur schwer überwinden lassen.

Geschätztes Expertenwissen

„Battle for Truth“ („Kampf um die Wahrheit“) – unter diese Überschrift haben die Autoren des Edelman Trust Barometer (2018) ihre Befunde gestellt. 33.000 Personen aus 28 Ländern nahmen an der Umfrage teil. Danach steigt weltweit die Sorge, dass Falschinformationen als Waffe eingesetzt werden; fast 7 von 10 Personen teilen diese Angst. Mehr als die Hälfte der Befragten findet es immer schwieriger, guten Journalismus von Gerüchten und Falschinformationen zu unterscheiden. Die Schwierigkeit, wahr und unwahr voneinander zu trennen, führt zu einem Vertrauensverlust in Institutionen. Wem kann man noch trauen? Hier offenbart das Edelman Trust Barometer einen weiteren wichtigen Befund: Der Experte gilt nach wie vor als sehr glaubwürdig. Mit 61 Prozent rangiert der akademische Experte bei der Frage, wem vertraut wird, sogar deutlich vor den eigenen Peers, die mit 54 Prozent ein „*all-time low*“, also den niedrigsten Wert seit Jahren erreichen (Edelman Trust Barometer 2018).

Was folgt daraus für die Wissenschaftskommunikation? Das größte Potenzial liegt offenbar nach wie vor in der Kommunikation durch die Wissenschaftlerin oder den Wissenschaftler selbst. Doch genau hier stößt Wissenschaftskommunikation auf nicht zu unterschätzende Hürden. Da wäre zum einen die Kommunikationsfähigkeit. Im 21. Jahrhundert ist damit schon längst nicht mehr nur die Frage verbunden, wer sich als Vortragender vor einem Laienpublikum oder aber als Autor eines populärwissenschaftlichen Beitrags eignet. Es geht nicht nur darum, die Komplexität des eigenen Forschungsfeldes so weit herunterzubrechen, dass Laien dem folgen können. Angesichts der schieren Informationsflut auf den unterschiedlichsten Kanälen und der Vernetzung durch neue Medien wird Aufmerksamkeit zum knappsten Gut. Nicht die Information oder der Zugang zu

Information ist mehr begrenzt, sondern die Möglichkeit, diese aufzunehmen und zu verarbeiten. Aufmerksamkeit wird zur Währung erfolgreicher Kommunikation.

Was bedeutet das? Inhalte müssen nicht nur vereinfacht, sie müssen auch in möglichst kurzen Einheiten vermittelt werden, die vom Nutzer einfach konsumiert werden können – getreu dem Motto „weniger ist mehr“. Auf die Spitze treiben das die sozialen Medien: 280 Zeichen bei Twitter, 30 Sekunden-Clips bei Facebook, eine Grafik bei Instagram. Kommunikationsverantwortliche ernten in der Regel Kopfschütteln bei ihren Wissenschaftlern: So ließe sich komplexe Wissenschaft nicht vermitteln, der Tiefgang fehle und es drohe die Gefahr, dass die Botschaften verknüpft und unsachlich zugespitzt werden. Die Politik wiederum fordert: Wissenschaft müsse aus dem Elfenbeinturm heraus, es müssten Formate und Medien bedient werden, wo sich Gesellschaft und Wissenschaft auf Augenhöhe begegnen können, und das „natürlich Web-2.0-kompatibel“ und mit dem „Handwerk der Reduktion“.

Bestes Beispiel dafür: der Wetterbericht. Das ist eine gute Plattform, um Zuschauerinnen und Zuschauer darüber zu informieren, was der Klimawandel bewirkt. In einem Beitrag vom 3. September 2018 zitiert die *Süddeutsche Zeitung* den Kommunikationsforscher Ed Maibach von der George Mason University, der Wettermoderatoren dazu ermutigt, Hintergrundinformationen über Durchschnittstemperaturen, die Zunahme von Waldbränden oder den Rückgang der Regenmengen in die Berichte aufzunehmen: „Zehn Sekunden, mehr braucht man dazu gar nicht“ (Schrader 2018). Kurz, prägnant und eingängig – so kann Wissenschaftskommunikation also auch sein.

Soziale Medien wie Twitter funktionieren ähnlich: So kommentiert der Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW), Marcel Fratscher, seit fünf Jahren auf Twitter u. a. die Entscheidung der US-Notenbank Fed, den Leitzins ein weiteres Mal zu erhöhen, oder verweist auf den neuen DIW-Report, der zeigt, wie sehr Deutschland zwischen 2011 und 2016 von der Zuwanderung aus dem europäischen Ausland profitiert hat. Auch der Klimaforscher Stefan Rahmstorf vom Potsdamer Institut für Klimafolgenforschung (PIK) kommentiert in seinem Twitter-Account aktuelle Studien zum Klimawandel, die Berichterstattung zur Klimaforschung in den Medien oder politische Ereignisse wie den Klimagipfel im Dezember 2018 in Polen.

Die Follower-Zahlen muten noch bescheiden an – Fratscher hat 14.000, Rahmstorf 21.000 Follower (Stand: Januar 2019). Aber die Kollegen im angelsächsischen Raum zeigen, was möglich ist: So postet der Evolutionsbiologe Richard Dawkins von der Universität Oxford seit zehn Jahren auf

Twitter und erreicht dort über 2,7 Millionen Follower (Stand: Januar 2019), dem Physiker Brian Green von der Columbia University, Mitbegründer der String-Theorie, folgen dort eine Million Menschen, und dem Kognitionsforscher Steven Pinker von der Harvard University immer noch fast eine halbe Millionen (alle drei sind jedoch auch bekannte Sachbuchautoren).

Die überwiegende Mehrheit der Wissenschaftler in Deutschland steht dem 280-Zeichen-Kanal jedoch weiterhin skeptisch gegenüber, sie können keinen Nutzen für sich darin erkennen. Vielen fehlt aber auch schlicht die Zeit, um einen solchen Kanal zu betreiben. Und so twittern derzeit vor allem die Kommunikationsabteilungen der Hochschulen und Forschungseinrichtungen (@maxplanckpress hat 141.000 Follower, große Universitäten wie @UniCologne 38.300 oder @TU_Muenchen 24.800; Stand: Januar 2019). Als „institutionelle Kanäle“ erreichen sie in weiten Teilen jene, die schon Teil der Wissenschaftsgemeinde sind oder es werden wollen. Und ihnen fehlt, was einen Social-Media-Kanal eigentlich ausmacht: die Authentizität, die eine einzelne Person besitzt, und damit verbunden die Möglichkeit zu spontaner Meinungsäußerung. Niemand kann besser über ein wissenschaftliches Thema kommunizieren und sich klarer positionieren als die Wissenschaftlerin, der Wissenschaftler selbst.

Für viele Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bleibt, wenn kommuniziert werden soll, der Namensbeitrag in einer der großen überregionalen Zeitungen nach wie vor das Wunschziel – denn er sichert, so zumindest die Erwartung, Sichtbarkeit bei Entscheidungsträgern und bei der eigenen Community. Dass es in dem Fall ein Elitendialog bleibt – die Überregionalen erreichen mit ihren Print-Produkten nicht viel mehr als fünf Prozent der deutschen Bevölkerung – und die Sichtbarkeit auf anderen Kanälen viel größer sein kann, wird dabei gerne übersehen.

Publikationsflut in der Wissenschaft

Das Gros der Kommunikationsarbeit liegt also bei den Kommunikationsabteilungen und die schlagen sich mit einer Flut von Fachartikeln herum, die ihnen ihre Wissenschaftler zuschicken verbunden mit der Bitte, diesen mit einer Pressemeldung zu mehr Aufmerksamkeit zu verhelfen. Pro Jahr erscheinen inzwischen weltweit mehr als zwei Millionen Fachartikel. Das Peer-Review-System stehe am Rand des Kollapses, da es die Fülle an Publikationen nicht mehr angemessen verarbeiten könne, kritisierte die renommierte österreichische Wissenschaftsforscherin Helga Nowotny in einem Interview mit der Wochenzeitung *DIE ZEIT* im August 2018 (Schnabel

und Spiewak 2. August 2018). Und Philip G. Altbach und Hans de Wit vom Center for International Higher Education am Boston College in den USA forderten in einem Beitrag für *University World News* eine drastische Reduzierung der Zahl der Publikationen: Tatsächlich könnte man auf mehr als die Hälfte der Forschungsartikel verzichten („... more than half of current so-called research articles could be eliminated“; Altbach und de Wit 7. September 2018).

Der Präsident der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG), Peter Strohschneider, hat es in einem Interview 2017 treffend beschrieben: „Im Wissenschaftssystem gibt es die Gratifikationen nicht für Kommunikation, sondern für Papers. Darunter leiden alle anderen Funktionen, etwa die akademische Lehre, darunter leiden etwa Transferbereiche und darunter leidet auch die Wissenschaftskommunikation.“ (Wissenschaft kommuniziert 7. Februar 2017). Und sie leidet gleich in zweierlei Hinsicht: Nicht nur dass die Forschenden keinen Anreiz haben, Kommunikationsleistungen außerhalb des Wissenschaftssystems zu erbringen. Wissenschaftskommunikatoren müssen auch selektieren zwischen dem, was nur für die Wissenschaftsgemeinde, und dem, was für ein nichtwissenschaftliches Publikum von Interesse sein könnte. Nicht immer machen sie sich mit einer solchen Selektion beliebt.

Die vielen Fachartikel müssen zudem nicht nur gelesen, sondern durch andere Forscher auch überprüft werden. Die in einem Fachartikel publizierten Daten stellen per se noch kein neues Wissen dar, sondern werden damit erst zur Diskussion innerhalb der Wissenschaftsgemeinde gestellt. Deshalb ist es eigentlich Unfug, wenn Kommunikationsabteilungen – und übrigens ebenso die Verlage – einzelne Fachartikel (gerne mit hohem Impact Factor als Qualitätsausweis) zum Gegenstand einer Pressemeldung machen. Zum Schluss werden manchmal dann auch Beiträge in den Medien „hochgejazzt“, die sich später als falsch – oder schlimmer noch: als gefälscht herausstellen.

Wissenschaft ist hochgradig kompetitiv – es gibt einen ausgeprägten Wettbewerb um Mittel, Stellen und Reputation. Damit steigt der Druck für die einzelne Wissenschaftlerin bzw. den einzelnen Wissenschaftler, die Relevanz der eigenen Arbeit innerhalb und außerhalb der Wissenschaft zu belegen oder zu konstruieren. Darin liegt ein nicht zu unterschätzendes Glaubwürdigkeitsrisiko für die Wissenschaft. Die Arbeit von Kommunikationsabteilungen von Hochschulen und Forschungseinrichtungen ist zweifelsohne interessengelenkt. Trotzdem sollte sie sich nicht so leicht vor den PR-Karren spannen lassen. Nicht zu jedem *Nature*- oder *Science*-Paper braucht es eine Pressemeldung, nicht jedes dieser wissenschaftlichen Puzzlesteine ist für die Welt außerhalb der Wissenschaft von Interesse.

Wissenschaftskommunikation sollte außerdem, wenn sie überzeugen will, Widersprüche aufzeigen und dabei gegebenenfalls auch auf die Ergebnisse anderer Forschungsgruppen verweisen. Sie muss die wissenschaftliche Debatte transparenter machen und die Grenzen wissenschaftlicher Erkenntnisse aufzeigen. Und sie sollte nicht nur – wie im Journalismus üblich – nach dem Neuigkeitswert von Ergebnissen fragen, sondern auch der Frage nach ihrer Reproduzierbarkeit mehr Aufmerksamkeit schenken. Das ist ein Paradigmenwechsel und lässt sich nicht gleich umsetzen, aber viele Einrichtungen haben schon damit begonnen, die Zahl der Meldungen sukzessive zu reduzieren und die freiwerdenden Ressourcen stärker in die Bündelung und Einordnung von Themen zu investieren.

Relevanz aus Empfängerperspektive

Laut einer Studie von 3M („State of Science Index Survey“), die 2018 in 14 Ländern – darunter auch in Deutschland – durchgeführt wurde, denken zwei Drittel der Befragten selten bis gar nicht darüber nach, welchen Einfluss Wissenschaft auf ihr tägliches Leben hat. 63 Prozent sehen zwar eine sehr große Bedeutung der Wissenschaft für die Gesellschaft, aber nur etwas weniger als die Hälfte der Befragten für das tägliche Leben (3M 2018, S. 24, 26). Dabei greifen Menschen im Alltag ständig auf wissenschaftliches Wissen zurück: Wie wird das Wetter und was ziehe ich an? Wie sicher sind unsere Lebensmittel und was kann ich noch kaufen? Soll ich mich impfen lassen, bevor ich in die Tropen reise? Nehme ich die Pille oder gibt es Alternativen? Wenn die Studie recht hat und sich so viele Menschen des Einflusses der Wissenschaft auf ihr tägliches Leben noch immer nicht bewusst sind, dann gibt es für die Wissenschaftskommunikation tatsächlich noch einiges zu tun, denn ein kompetenter Umgang mit wissenschaftlichen Erkenntnissen ist für jede bzw. jeden eine Notwendigkeit.

Prognosen für die Zukunft bleiben schwierig. Und die Klimaforschung ist nur ein Beispiel, das zeigt, dass Wissenschaft auch Gefahr laufen kann, instrumentalisiert zu werden. Das darf Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aber nicht davon abhalten, sich mit ihrem Expertenwissen aktiv einzubringen. Als Lennart Bengtsson, Hartmut Graßl und Klaus Hasselmann vom Max-Planck-Institut für Meteorologie 1998 den Deutschen Umweltpreis erhielten, lobte der damalige Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt die Forscher: „Sie haben durch ihre Arbeit nicht nur wissenschaftlich belegt, daß Menschen mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit durch ihr Handeln das Klima weltweit verändern. Sie haben den schwe-

ren, aber wichtigen Schritt getan, dieses Wissen auch aktiv zu verbreiten und den Menschen so ihre Verantwortung bewusst zu machen.“ (DBU 1998). Wissenschaft erweitert unsere Handlungsspielräume; sie stellt ein Repertoire an Möglichkeiten bereit. Wie wir mit diesem Wissen umgehen wollen, das muss gesellschaftlich ausgehandelt werden.

Aber nicht jedes Wissenschaftsthema – und sei es noch so spannend – ist gleich ein „public issue“. Google Trends liefert gute Beispiele dafür. Die Funktion stellt die Anzahl von tatsächlich eingegebenen Suchbegriffen in einem zeitlichen Verlauf dar und setzt diese in Relation zum gesamten Suchvolumen. Sie ermöglicht, verschiedene Suchbegriffe miteinander zu vergleichen, und ist damit quasi ein Indikator für Relevanz aus Publikumperspektive. So besaß der Suchbegriff „Gravitationswellen“ bis zu dem Tag, als ihr erstmaliger Nachweis publiziert wurde und ein gigantisches Presseecho weltweit auslöste, keine große Relevanz. Die Auswertung liefert mehr oder weniger eine Gerade mit einem erkennbaren Peak im Februar 2016, danach verschwindet das Interesse sofort wieder. Vollkommen anders sieht das für den Suchbegriff „CRISPR Cas“ aus. Die entscheidenden Publikationen zu CRISPR Cas stammen aus den Jahren 2012/2013. Seitdem klettert die Kurve der Suchanfragen beharrlich nach oben, das Interesse an dem Thema wächst entsprechend der Relevanz, die CRISPR Cas inzwischen hat.

Wissenschaftskommunikation muss die Überbrückung der immer größer werdenden Distanz zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zum Ziel haben. Der Präsident der DFG, Peter Strohschneider, spricht von „einer Art kognitiver Unnahbarkeit“ der Wissenschaft und konstatiert dramatische Vermittlungsprobleme: Der Abstand zwischen dem, was sich noch vermitteln ließe, und den Grenzen der Wissenschaft wachse ständig (Wissenschaft kommuniziert 7. Februar 2017). Weil Wissenschaft jede Vereinfachung zuwider ist, übersieht sie oft die Vielfalt an Möglichkeiten zur Wissensvermittlung.

Im Rahmen ihrer #wonachsuchstdu-Kampagne im Sommer 2018 hat die Max-Planck-Gesellschaft Bürgerinnen und Bürger online aufgefordert, Fragen mit Bezug zur Forschung an den Max-Planck-Instituten einzureichen. Über 250 Fragen sind eingegangen, wie zum Beispiel: Gibt es in Europa Sozialtourismus? Was bringen Gehirnjogging-Spiele am Computer? Warum wird die Gesellschaft von heute atheistisch? Warum beklagen sich viele über das Rentensystem? Wie viele Patente stecken in meinem Handy? Warum brauchen wir Länder und Grenzen? Kommt es zu Tierwanderungen wegen der Klimaerwärmung in Deutschland? Und so weiter. Sie spiegeln das Interesse der Menschen wider und zeigen, wo Wissenschaft anknüpfen

und ins Gespräch kommen kann. Wissenschaft muss von der Sender- in die Empfängerperspektive wechseln!

Verantwortung von Wissenschaft

Das Vertrauen in Wissenschaft und Forschung ist in Deutschland, folgt man dem von Wissenschaft im Dialog (WiD) erhobenen Wissenschaftsbarometer, 2018 im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen: Die Zahl derjenigen, die angeben, dass sie in Wissenschaft und Forschung vertrauen, liegt bei 54 Prozent (2017: 50 Prozent). 39 Prozent zeigen sich unentschieden, 7 Prozent (2017: 12 Prozent) sagen, dass sie nicht oder eher nicht in Wissenschaft und Forschung vertrauen (WiD 2018, S. 15 f.).

Ist das Glas also halb voll oder halb leer, wenn es um die Bewertung dieser Ergebnisse geht? Darüber lässt sich trefflich streiten und auch die beiden Autorinnen waren sich in diesem Punkt nicht einig. Unstrittig aber ist, dass Wissenschaft Vertrauen braucht. Deshalb geben die folgenden Zahlen zu denken: Nur 40 Prozent der Befragten und damit weniger als die Hälfte sind der Auffassung, dass Wissenschaftler tatsächlich zum Wohl der Gesellschaft forschen, 46 Prozent sind in dieser Frage unentschlossen (WiD 2018, S. 21 f.).

Das Vertrauen in und die Unabhängigkeit von Wissenschaft sind Werte, die bewahrt werden müssen. Von den Forschenden, den Medien, der Wissenschaftskommunikation und der Politik. „Werte bewahren“ schreibt sich immer so leicht – ist aber harte Arbeit. Gute Wissenschaft muss sich dabei in dem Spannungsfeld zwischen Selbstbestimmung (Wissenschaftsfreiheit) und Einbettung in die Gesellschaft finden und bewähren. Vor diesem Hintergrund ist es unverzichtbar, Transparenz über Forschungsvorhaben und ihre möglichen Folgen herzustellen. Die Selbstvergewisserung der Wissenschaft über die „Leitplanken“ ihres wissenschaftlichen Handelns ist eine wesentliche vertrauensbildende Maßnahme und somit ein hilfreiches Instrument in der Wissenschaftskommunikation.

Hier ein Beispiel: Tierversuche sind ein hochsensibles Thema. Sie können nur auf der Basis großen Vertrauens der Gesellschaft in die verantwortlichen Institutionen durchgeführt werden. Die Max-Planck-Gesellschaft hat daher im November 2016 eine Grundsatzerklärung zu Tierversuchen in der Grundlagenforschung abgegeben, in der sie die Unverzichtbarkeit von Tierversuchen betont, sich aber auch zur besonderen Verantwortung des einzelnen Wissenschaftlers für die Versuchstiere bekennt und den mit Untersuchungen an Lebewesen verbundenen ethischen Problemen. Sie hat das

dem Tierschutz in der Forschung zugrunde liegende 3R-Prinzip („Reduce, Refine, Replace“ – „Vermindern, Verbessern, Vermeiden“) um ein viertes R für „Responsibility“ (Verantwortung) erweitert und Schulungen zur Tierethik eingeführt.¹ Das Papier wurde auf der Basis umfangreicher Beratungen durch Forscherinnen und Forscher aus verschiedenen Bereichen der Lebenswissenschaften, aus der Verhaltensforschung, Ethik und Kommunikation sowie aus der Forschungspolitik entwickelt.

Auch die Universität Münster hat im Oktober 2017 ein „Leitbild zum ethischen Umgang mit Tieren in der wissenschaftlichen Forschung und Lehre“² veröffentlicht, das nun Teil der Regeln guter wissenschaftlicher Praxis an der Universität ist und zusätzlich zu den umfangreichen gesetzlichen Vorgaben als ethische Orientierung für Wissenschaftler dienen soll.

Insgesamt setzen sich die Hochschulen in Deutschland verstärkt mit Verantwortung und Transparenz in der Wissenschaft auseinander. Neben dem Umgang mit Tierversuchen zählen hierzu Themen wie die Drittmittelförderung aus der Industrie, Dual-Use-Forschung oder Nebentätigkeiten von Professorinnen und Professoren. Seit Anfang des Jahres 2019 erarbeitet die Projektgruppe „Transparenz“ als Teil der „Initiative Qualität von Hochschulkommunikation“ des Bundesverbands Hochschulkommunikation (siehe unten) an entsprechenden Empfehlungen und Services für Hochschulen.

Verantwortung von Wissenschaftskommunikation

In dem viel zitierten Wettbewerb, in dem Hochschulen stehen, ist Erfolg nicht mehr allein von Kreativität und wissenschaftlicher Leistung abhängig, sondern zunehmend auch von der Wahrnehmung dieser Leistung und dem Vertrauen, das der Institution entgegengebracht wird. Wissenschaftseinrichtungen muss es daher gelingen, mit ihrer Kommunikation Vertrauen zu schaffen, authentisch zu kommunizieren und – an geeigneten Stellen – Partizipation zu ermöglichen.

Der Wissenschaftsjournalismus als kritischer Beobachter, als bewertende und einordnende Instanz ist schwächer geworden; seine Rolle als Gate

¹Mehr zur Grundsatzzerklärung unter: <https://www.mpg.de/tierversuche-whitepaper>.

²Herunterladbar unter: https://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/wwu/wwu_leitbild_tierver-suche.pdf.

Keeper hat er bereits weitgehend verloren. Dank neuer Kommunikationskanäle erreichen viele Botschaften die Zielgruppen nunmehr direkt. Durch diese veränderten Rahmenbedingungen ist die Verantwortung der Wissenschaftskommunikation, und damit auch die der Hochschulen und Forschungseinrichtungen, gestiegen. Hochschulen und Wissenschaftseinrichtungen sollten in der Kommunikation ihren weitgehend auf die eigene Institution fokussierten Blick erweitern und Themen auch institutionenübergreifend bearbeiten – was in der Wissenschaft selbst eigentlich schon lange üblich ist (der fach- und institutionenübergreifende Austausch und die Zusammenarbeit), sollte auch in der Wissenschaftskommunikation stattfinden. Nur so kann ein wissenschaftlicher Diskurs den Themen angemessen abgebildet werden.

Bereits im Jahr 2013 formulierte der vom Bundesverband Hochschulkommunikation gemeinsam mit Wissenschaft im Dialog (WiD) initiierte Siggenger Kreis Werte der Wissenschaftskommunikation, die für die Hochschulkommunikation ebenso wie für andere Bereiche der Wissenschaftskommunikation gelten sollen: Wahrhaftigkeit und Glaubwürdigkeit, Nutzen für die Gesellschaft, Transparenz, Offenheit der Wissenschaft für den aktiven Dialog mit der Gesellschaft, Selbstkritik und Veränderungsbereitschaft, Unabhängigkeit sowie die Kooperationsbereitschaft aller Akteure (Siggenger Kreis 2013). Diese Werte, die ebenso Werte der Wissenschaft selbst sind, helfen dabei, der Verantwortung gerecht zu werden.

Unter dem Stichwort Qualität in der Hochschulkommunikation sind beispielsweise neben der seit 1998 bestehenden „Initiative Qualität von Hochschulkommunikation“ (IQ_HKom) des Bundesverbands Hochschulkommunikation die aus dem Siggenger Kreis hervorgegangenen „Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR“³ zu nennen. Ziel der federführenden Organisationen bei der Entwicklung dieser Leitlinien war, so viele Akteure wie möglich zu beteiligen und damit die vielfältigen Initiativen zur Wissenschaftskommunikation der vergangenen Jahre zu bündeln – auch um dadurch mehr Durchsetzung und Akzeptanz der Leitlinien zu erreichen. Die außeruniversitären Forschungseinrichtungen und Wissenschaftsakademien haben diese Leitlinien – teilweise in leicht modifizierter Form – weitgehend übernommen.

³Herunterladbar unter: https://www.bundesverband-hochschulkommunikation.de/fileadmin/user_upload/IQ/IQ_Leitlinien/Leitlinien-gute-Wissenschafts-PR_final.pdf.

Literatur

- Altbach, P., & de Wit, H. (7. September 2018). Too much academic research is being published. *University World News*. <https://www.universityworldnews.com/post.php?story=20180905095203579>. Zugegriffen: 24. März 2019.
- DBU. (1998). Chancen für globalen Klimaschutz durch Forschungsarbeit stark erhöht. Pressemitteilung vom 25. September 1998. https://www.dbu.de/123artikel25161_2442.html. Zugegriffen: 19. März 2019.
- Edelman Trust Barometer. (2018). Executive summary. <https://www.edelman.de/newsroom/studien-insights/edelman-trust-barometer-2018/>. Zugegriffen: 19. März 2019.
- Leßmöllmann, A., Hauser, C., & Schwetje, T. (2017). Hochschulkommunikation erforschen. Hochschulkommunikatoren als Akteure: Ergebnisse einer Online-Befragung – 1. Welle. Karlsruher Institut für Technologie KIT. <https://www.geistsoz.kit.edu/germanistik/downloads/Zwischenbericht%20Hochschulkommunikation%20erforschen%201.%20Welle%20Leßmöllmann%20Hauser%20Schwetje.pdf>. Zugegriffen: 19. März 2019.
- Schnabel, U., & Spiewak, M. (2. August 2018). Die Ungewissheit umarmen. Interview mit Helga Nowotny. *DIE ZEIT*, 32. <https://www.zeit.de/2018/32/helga-nowotny-ungewissheit-soziologie-forschung/komplettansicht>. Zugegriffen: 19. März 2019.
- Schwetje, T., Hauser, C., & Leßmöllmann, A. (2017). Hochschulkommunikation erforschen. Hochschulkommunikatoren als Akteure: Ergebnisse einer Online-Befragung – 2. Welle. Karlsruher Institut für Technologie KIT. <https://www.geistsoz.kit.edu/germanistik/downloads/Projektbericht-Hochschulkommunikation-erforschen-2.Welle-Schwetje-Hauser-Lessmoellmann.pdf>. Zugegriffen: 19. März 2019.
- Schrader, C. (3. September 2018). Und nun zum Klimawandel. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/wissen/umwelt-der-taegliche-klimawandel-1.4114901>. Zugegriffen: 19. März 2019.
- Siggener Kreis. (2013). Siggenger Denkanstoß. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/siggener-kreis/>. Zugegriffen: 19. März 2019.
- Wissenschaft im Dialog (WiD). (2018). Wissenschaftsbarometer 2018. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2018/>. Zugegriffen: 19. März 2019.
- Wissenschaft kommuniziert. (7. Februar 2017). „Wir haben dramatische Vermittlungsprobleme“. Teil 2 des „Wissenschaft kommuniziert“-Gesprächs mit DFG-Präsident Prof. Dr. Peter Strohschneider. <https://wissenschaftskommuniziert.wordpress.com/2017/02/07/wir-haben-dramatische-vermittlungsprobleme/>. Zugegriffen: 19. März 2019.
- 3M. (2018). State of science index 2018. Global report. <https://multimedia.3m.com/mws/media/1515295O/presentation-3m-state-of-science-index-2018-global-report-pdf.pdf>. Zugegriffen: 24. März 2019.

Dr. Christina Beck ist seit 2008 Leiterin der Kommunikation der Max-Planck-Gesellschaft (MPG). Zuvor war sie zehn Jahre lang als Redakteurin verantwortlich für die biologisch-medizinische Berichterstattung der MPG und hat dabei auch das Schüler-Lehrer-Portal www.maxwissen.de sowie die MAX-Hefte aus der Taufe gehoben. 2016 war sie Forschungssprecherin des Jahres, 2018 erhielt sie den Publikumspreis als beliebteste Forschungssprecherin. Seit 2016 ist sie Mitglied der Steuerungsgruppe der Allianzinitiative Tierversuche verstehen; in 2018 war sie als Kommunikationsexpertin zum Workshop Wissenschaftskommunikation des BMBF geladen.

Julia Wandt ist seit 2010 Leiterin der Stabsstelle Kommunikation und Marketing sowie Pressesprecherin der Universität Konstanz. Seit 2014 ist die Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin zudem Vorsitzende des Bundesverbands Hochschulkommunikation – dem Zusammenschluss der Kommunikationsverantwortlichen an Hochschulen in Deutschland. Darüber hinaus ist sie regelmäßig in Projektgruppen und Anhörungen zu Status quo und Zukunft von Wissenschaftskommunikation und Transfer aktiv, wie zum Beispiel des BMBF und des Deutschen Bundestages.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



**Immer schneller und bunter? Neue
Konzepte für einen zeitgemäßen
Wissenschaftsjournalismus**



Schreiben am Limit

Wissenschaftsjournalismus zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Rainer Kurlemann

Ein Wissenschaftsjournalist kommt bei einer Party schnell ins Gespräch – spätestens, wenn er seinen Beruf erwähnt. Ihm schlägt eine positiv gefärbte Mischung aus Respekt (Chemie? – das habe ich in der Schule nie verstanden) und Neugierde (das muss ja sehr spannend sein) entgegen. Wissenschaftsjournalist könnte ein Traumberuf sein, aber das ist heute leider nicht mehr der Fall. Denn zwischen Anspruch und Wirklichkeit klaffen Welten.

Wenn man den Anspruch beschreiben will, der an den Wissenschaftsjournalismus und an seine Autoren gestellt wird, müssen mindestens vier verschiedene Perspektiven berücksichtigt werden. Leider sind diese Blickwinkel nur in Ausnahmefällen deckungsgleich und ein freier Journalist wie ich muss sich Gedanken machen, wie er das Problem der unterschiedlichen Erwartungshaltungen im Alltag handhaben will.

Die erste Perspektive entscheidet maßgeblich über den wirtschaftlichen Erfolg eines freiberuflichen Journalisten. Als Unternehmer ist er derzeit zumeist – noch – abhängig von den Redaktionen und Verlagen, die nicht immer den Fähigkeiten des Autors blind vertrauen, sondern in unterschiedlichem Ausmaß Vorgaben setzen. Manchmal gibt es diese Vorgaben schon vor der Auftragsvergabe, wenn Redaktionen beispielsweise ein Exposé verlangen, das im Extremfall nicht nur das Thema (ausführlich) erklärt, sondern auch die Ansprechpartner und ein paar Thesen des Textes vorab auflistet. Seriöse Journalisten können ein solches Exposé nur dann erstellen, wenn sie sich sicher sein können, dass die Recherche diese Ergebnisse liefern

R. Kurlemann (✉)
Düsseldorf, Deutschland

wird. Natürlich ist das manchmal der Fall, doch weitaus spannender ist die offene Recherche zu den Entwicklungen in einem Forschungsgebiet, deren Verlauf sich erst aus den Interviews mit den Beteiligten ergibt.

Als Journalist kann man von Glück sagen, wenn man mit einer Redaktion zusammenarbeiten darf, die sich mit der Ankündigung zufriedengibt, dass man einen Fachkongress, einen namhaften Forscher oder ein spezielles Projekt besuchen und von dort eine spannende Geschichte mitbringen wird, die sich mit weiterer Recherche zu einem lesenswerten Artikel abrunden lässt. Dieses Vorgehen verlangt vom Autor eine gute Kenntnis, welche Themen schon hinreichend behandelt wurden, damit die Redaktion etwas Neues bekommt. Und es benötigt den festen Willen, bei der Themensuche nicht immer dem Licht der Scheinwerfer zu folgen, sondern nach der weniger bekannten, aber zukunftsgerichteten Forschung zu suchen. Wenn diese beiden Bedingungen erfüllt sind, sich eine Portion Glück einstellt, gekoppelt mit der Bereitschaft, auch das Scheitern zu riskieren, dann sind die Voraussetzungen geschaffen, dass Redaktion und Journalist gleichermaßen Spaß an der Arbeit und dem Ergebnis haben.

Eine andere Vorgabe, die Redaktionen und Verlage gern machen, betrifft die Textkategorie: Soll es ein Interview sein, eine Reportage, ein Feature oder eine Analyse, vielleicht im Frage-Antwort-Stil? Soll der nachrichtliche Teil eher beiläufig berichtet werden oder den Kern des Textes bilden? Gibt es eine Hauptperson, deren Arbeit oder Schicksal so typisch ist, dass es gerechtfertigt erscheint, das ganze Thema daran aufzuhängen? Oder wird der Text eher den Widerspruch zwischen verschiedenen Positionen darstellen und seine Qualität auch daraus gewinnen, dass der Autor ein Thema seit Jahren bearbeitet, seine Entwicklung kennt und viele Facetten beleuchtet? Diese Fragen sind oft hilfreich und angenehm. Gute Texte bleiben das A und O des Journalismus. Gerade schwierige Themen wird der Leser nur dann lesen, wenn er sie attraktiv dargeboten bekommt. Die kleine Gruppe der Technik- und Wissenschaftsenthusiasten, die alles lesen, was ihnen angeboten wird, reicht als Zielgruppe für die wichtigen Fragestellungen, die aktuell in der Wissenschaft entstehen, nicht aus. Ein Freiberufler weiß im Regelfall bereits, warum er sein Thema genau dieser Zeitung oder genau diesem Magazin angeboten hat. Er kennt Vorlieben und Vergleichbares, macht Vorschläge, welche Textkategorie zum Thema passen könnte.

Wenn ich aber gefragt werde, ob ich nicht noch gleichzeitig ein Video liefern könne, lehne ich ab. Ich bin schreibender Journalist und glaube nicht an das Konzept der Eier legenden Wollmilchsau als kostensparendes Universal-talent. Doch manche Verlage haben diesen Gedanken noch nicht aufgegeben. Früher hörte man außerdem noch einen Hinweis, ob der Text „online“ oder

„print“ erscheinen wird, verbunden mit der Bitte, den Text entsprechend anzupassen. Glücklicherweise verschwindet diese Denkweise in den Redaktionen. Print und Online verlangen und ermöglichen zwar eine unterschiedliche Präsentation des gleichen Themas. Aber aus meiner Sicht gibt es keine Print- oder Online-Texte, sondern nur gute oder schlechte Texte.

Damit haben wir die zweite Perspektive für den Anspruch eines Textes erreicht, nämlich den Blickwinkel der Leser oder der Nutzer. Redaktionen verweisen gern darauf, dass die Leser nach ihrer Ansicht bestimmte Dinge von einem Text erwarten und Vorlieben entwickelt haben, die es zu berücksichtigen gilt. Das betrifft häufig den Aufbau eines Textes, wie ein gelungener Einstieg sein sollte und was als zweiter Absatz folgen muss. Es ist selbstverständlich, dass Journalisten sich für das Interesse der Leser interessieren müssen. Aber ich bin mir manchmal nicht sicher, ob alle Redaktionen ihr Wissen über die Leserwünsche tatsächlich mit der gleichen Sicherheit gewonnen haben, wie sie es von den Wissenschaftlern, über die sie schreiben, verlangen würden. Aber das ist ein anderes Thema und führt zu weit weg vom Anliegen dieses Buches. Interessant ist jedoch, dass bei der Vergabe von Journalistenpreisen häufig diejenigen ausgezeichnet werden, die etwas Innovatives und Neues entwickelt haben, und nur selten diejenigen, die etwas Bewährtes und im positiven Sinne Berechenbares anbieten.

Als Freiberufler bedauere ich es, dass viele Verlage die Informationen über die Leserschaft häufig wie ein Geschäftsgeheimnis hüten. Das ist einer der Gründe, warum ich mich für eine Mitgliedschaft bei den RiffReportern (vgl. den Beitrag von Christian Schwägerl) entschieden habe. Bei diesem innovativen Projekt entfallen nicht nur manche – seien wir ehrlich – zuweilen für alle Beteiligten mühsamen Diskussionen über die Umsetzung von Themenvorschlägen, sondern öffnet sich gleichzeitig die Chance für einen intensiveren Kontakt zu den Lesern, der für Journalisten sehr wichtig ist. Journalisten können auch direkt mit ihnen in Kontakt treten, wenn sie sich nicht nur auf das Schreiben von Artikeln beschränken, sondern ihr Wissen in der Öffentlichkeit präsentieren, auf Lesungen, in Bibliotheken oder bei Vorträgen beispielsweise.

Die dritte Perspektive ergibt sich aus dem Blick der Wissenschaftler auf die Arbeit eines Journalisten. Die Ansprüche der Forscher sind dabei durchaus unterschiedlich. Einige Wissenschaftler haben mir nach der Veröffentlichung des Textes gesagt, dass ich ihre Arbeit besser erklären könne als sie selbst. Andere Forscher erwähnen schon während des Interviews, dass sie sich für den Text nicht interessieren und ihn nicht lesen werden. Wissenschaftler, die Erfahrung als Experten in der Politikberatung besitzen, haben andere Erwartungen an die Vertreter der Medien als Forscher, die vielleicht zum ersten Mal einen Journalisten treffen und sich freuen, dass ihr

Anliegen endlich einmal größer präsentiert wird. Journalisten sollten sich zudem dafür interessieren, über welche Quellen ihre Gesprächspartner sich finanzieren. Es gibt noch immer viele Idealisten unter den Forschern und auch solche, die ihr Auskommen gesichert haben. Aber manchmal müssen Wissenschaftler auch Geld sammeln und da kann auch ein Bericht in einer Zeitung oder in einem Magazin hilfreich sein. So unterschiedlich diese Rahmenbedingungen sind, so unterschiedlich verlaufen auch die Gespräche mit den Experten. Doch ein Wissenschaftsjournalist sollte nie danach streben, die Erwartungen der Forscher zu erfüllen. Er sollte sein Gegenüber aber fair behandeln (der Begriff ist hier nicht im Sinne von schonend gemeint), vor allem, wenn er regelmäßig über ein Forschungsgebiet berichten will.

Über das Verhältnis zwischen Journalist und Wissenschaftler ist viel gesprochen worden. Ich erinnere mich an eine Diskussion, ob Wissenschaftsjournalismus überhaupt notwendig sei. Einige Kollegen in der Redaktion vertraten damals die Auffassung, dass alle Journalisten über die Fähigkeit verfügen, komplizierte Sachverhalte darzustellen, wenn sie nur genügend Zeit bekommen, um Fragen zu stellen. Deshalb sei der Wissenschaftsjournalist als spezieller Fachkollege nicht nötig. Vor diesem Hintergrund werden feste Stellen für Wissenschaftsredakteure gern umgewidmet. Dabei nährt sich dieser Zweifel aus einem Missverständnis: nämlich dass der Kern der Arbeit von Wissenschaftsjournalisten vergleichbar mit der Tätigkeit eines Übersetzers sei. Es gehe darum, die Forschungsergebnisse für jedermann verständlich zu machen. Folgt man diesem Gedanken, dann wird die Sendung mit der Maus zur besten Form des Journalismus, denn Kinder sind wohl die schwierigste Zielgruppe für wissenschaftliche Inhalte.

In meinem Alltag nimmt die Rolle des Übersetzers aber immer weniger Platz ein. Gute Wissenschaftsjournalisten sind kritische Beobachter, als solche werden sie auch von den Redaktionen geschätzt. Sie lernen im Laufe der Jahre, das wirklich Erreichte von dem zu trennen, was Forscher nur ankündigen oder erhoffen. Gerade zu Beginn von millionenschweren Forschungsprogrammen passen Ankündigung und Wirklichkeit oft nicht zusammen. Es gehört zur Natur der Wissenschaft, dass die Wissenschaftler die Ergebnisse ihrer Forschung nicht kennen. Aber leider gehört es zur heutigen Zeit, dass neue technische Möglichkeiten angekündigt werden, die weit von dem entfernt sind, was realistisch ist. Viele Journalisten nehmen das auf, lassen der Fantasie bereitwillig freien Lauf oder räumen ihr zumindest mehr Platz ein als gerechtfertigt. Dadurch gleiten manche Debatten über wissenschaftliche Themen in ein Fahrwasser, dem sie nicht mehr entkommen können, das aber ihrer Bedeutung nicht entspricht. Beispiele dafür sind Siedlungen auf dem Mars oder die Produktion von Designer-Babys, die nach

dem Stand der Wissenschaft beide ins Reich der Träume gehören und Jahrzehnte entfernt sind.

Viele Kollegen, die sich in der Wissenschaft nicht auskennen, schreiben trotzdem über solche Entwicklungen, als seien die genannten Beispiele in einer naheliegenden Zukunft Realität. In anderen Ressorts kommt das seltener vor. Stellen wir uns vor, ein Journalist würde über den möglichen Wegfall der nationalen Grenzen berichten, durch die ein einziger Staat entsteht: das gemeinsame Europa. Dieses Szenario ist denkbar, aber der Aufschrei unter den Politikjournalisten nach dem Erscheinen eines solchen Textes wäre groß, denn die Wahrscheinlichkeit für das grenzenlose Europa ist (derzeit) gering. Wissenschaftsjournalisten müssen dagegen damit leben, dass ihre Themen teilweise so behandelt werden, als ob sie schon morgen für den Alltag relevant seien. Aus diesem Dilemma ergibt sich der Anspruch, den Wissenschaftsjournalisten an die Gespräche mit Forschern stellen müssen: Die fachgerechte Einordnung von Ankündigungen und Ergebnissen aus der Wissenschaft hat einen mindestens so großen Stellenwert wie die bloße Nachricht.

Damit habe ich längst die vierte Perspektive für den Anspruch an einen Wissenschaftsjournalisten erreicht: Es ist der Anspruch, den jeder einzelne Journalist an seine Arbeit stellt. Neben den klassischen Ansprüchen an die Arbeit von Journalisten kennen Wissenschaftsjournalisten auch eine besondere Herausforderung: Sie müssen Nachrichten und Ergebnisse vermitteln, deren Bedeutung den meisten Lesern fremd ist.

Und wer das richtige Selbstverständnis für Journalismus hat, wird darin seine größte Motivation für die Ausübung dieses Berufs sehen. Ein Beispiel: Der Anteil der Bevölkerung, der weiß, was sich hinter der Genschere CRISPR/Cas verbirgt, ist ohnehin schon sehr niedrig. Wenn Genetiker dieses Werkzeug nun einsetzen, um Babys mit verändertem Erbgut zu erzeugen, begibt sich der Leser quasi auf eine Reise in eine Art Terra incognita. Der erste Reisebericht aus dem unbekanntem Land – der Artikel des Wissenschaftsjournalisten – kann und wird die Vorstellung der Leser über lange Zeit prägen. Hinzu kommt, dass viele solcher Themen in den klassischen Medien oft nur ein paar Tage im Rampenlicht stehen und danach häufig monatelang kaum noch wahrgenommen werden. Wenn es sich dann um ein Forschungsgebiet handelt, das gleichzeitig von interessengetriebenen Lobbygruppen welcher Couleur auch immer besetzt wird, zeigt sich, dass Wissenschaftsjournalismus Anforderungen genügen muss, die in dieser Form in vielen anderen Ressorts eher selten sind. Moderner Wissenschaftsjournalismus benötigt Plattformen, die sich dauerhaft mit Zukunftsthemen beschäftigen, doch diese sind selten und häufig für Verlage wirtschaftlich nicht (mehr) attraktiv. Journalisten werden deshalb zunehmend gezwungen, eigene Wege

zu finden, wenn sie ihre umfangreichen Kenntnisse und Recherchen den Lesern zur Verfügung stellen wollen.

Nach der Lektüre des bisherigen Textes zum Anspruch an den Wissenschaftsjournalismus liegt die Vermutung nahe, dass den Angehörigen dieses Berufsstandes regelmäßig der rote Teppich ausgerollt und ihre Arbeit (auch im wörtlichen Sinne) wertgeschätzt wird. Doch das Gegenteil ist der Fall. Die Honorare für Texte verharren seit Jahren auf niedrigem Niveau. Oft steht die Entlohnung in keinem Verhältnis zum Aufwand einer Recherche und zur Expertise, die manche Kollegen in ihre Texte einbringen. Selbst wenn das Zeilenhonorar attraktiv aussieht, müssen Freiberufler bei ihrer Kalkulation bedenken, dass nicht nur ein Text geliefert werden muss, sondern bei vielen Redaktionen ergänzende Informationen erwartet werden, bis hin zur Aufarbeitung der Quellen für einen Faktencheck, der Zeit erfordert, aber nicht minder wichtig ist als der Text selbst.

Hinzu kommt das Problem des geringer werdenden Platzes: Wenn Verlage sich entscheiden, die Umfänge ihrer Zeitungen und Magazine zu verkleinern, gehört das Ressort Wissenschaft fast immer zu den Verlierern.

Der Wissenschaftsjournalismus in seiner heutigen Form ist in seiner Existenz bedroht. Viele hochqualifizierte Kollegen haben ihre Selbstständigkeit aufgeben müssen und arbeiten in den Abteilungen für Wissenschaftskommunikation, mit denen Universitäten, Unternehmen und Forschungseinrichtungen versuchen, einen größeren Einfluss auf die öffentliche Berichterstattung zu nehmen. Wissenschaftsjournalisten müssen sich eigene Vertriebswege überlegen, um ihr Produkt, das bei den Lesern durchaus Interesse findet, auch finanziell erfolgreich zu präsentieren.

Dabei haben sich die Arbeitsbedingungen für Wissenschaftsjournalisten während der Recherche in manchen Punkten verbessert. Heute ist es einfacher, die Forscher und ihre Arbeit auch außerhalb von Fachjournalen kennenzulernen. Viele Wissenschaftler stellen beispielsweise ihre öffentlichen Vorträge als Video ins Internet. Auch der Anteil der Forscher, die auf eigenen Webseiten oder bei Twitter über ihre Arbeit berichten, ist gewachsen. Die kurzen Tweets erleichtern es, neue Forschungsergebnisse zu finden und Entwicklungen zu verfolgen. Entweder weil die Forscher über eigene Ergebnisse twittern oder weil sie von ihnen als wichtig bewertete Resultate retweeten. Ein Interview via Skype ist für Wissenschaftler Normalität, ebenso wie Hintergrundgespräche, die per Livestream übertragen werden. Beides senkt die Reisekosten von Journalisten. Die Pressearbeit vieler Forschungseinrichtungen hat sich verbessert: Sie liefern mehr begleitendes Material und gute Kommunikationsabteilungen verschweigen auch das Für und Wider ihrer Arbeit nicht. Zudem versorgt das vor wenigen Jahren gegründete Science Media Center die Journalisten zeitnah

und kompetent mit der Einschätzung anderer Experten zu neuen Publikationen (vgl. den Beitrag von Volker Stollorz). Diesen Service lieferten früher nur die internationalen Wissenschaftsmagazine wie *Science* und *Nature*, deren Kommentare oft die Meinung zahlreicher Medien prägten.

In diesen Entwicklungen lauert die Gefahr, dass Wissenschaftsjournalisten ihren Schreibtisch nicht mehr verlassen. Es erscheint bequem, die öffentlich zur Verfügung stehenden Informationen zu sammeln, ein paar wenige Fragen per E-Mail an einen der beteiligten Forscher zu schicken und damit ein Thema abzuarbeiten. Diese Form der Bequemlichkeit wird unterstützt, wenn Verlage in immer geringer werdendem Umfang Reisekosten übernehmen. Diese Arbeitsweise senkt zwar die Kosten des freiberuflichen Journalisten, aber sie schränkt auch die Qualität seiner Arbeit mehr und mehr ein. Der Freiberufler kann nur reagieren. Er wird zum Chronisten dessen, was andere publizieren wollen. Gleichzeitig verpasst er naturgemäß aktuelle Entwicklungen und erfährt diese erst, wenn sie auf Webseiten oder in wissenschaftlichen Fachartikeln auftauchen.

Wissenschaftsjournalisten müssen trotz der schlechten finanziellen Rahmenbedingungen ihren Schreibtisch verlassen. Sie müssen Debatten auf Tagungen verfolgen, Forscher in ihrem Labor besuchen und das direkte Gespräch mit Wissenschaftlern führen. Nur so können sie erfahren, worüber die Akteure wirklich diskutieren und welchen Problemen sie gegenüberstehen. Wirtschaftlich gesehen sind solche Reisen eine Investition in die Zukunft. Sie rechnen sich selten kurzfristig, erweisen sich aber fast immer langfristig als lohnend. Ein Beispiel: Mir wurde die radikale Veränderung der Genforschung durch die neue Genschere CRISPR/Cas deutlich, als mir ein Stammzellforscher erzählte, dass er mehrere Mitarbeiter zu CRISPR/Cas-Schulungen in die USA geschickt habe. Ich habe danach andere Wissenschaftler befragt, die mir aus ihren Teams ähnliche Dinge schilderten und mir bei dieser Gelegenheit die Stärken und Schwächen des neuen Verfahrens erläuterten. Es waren Plädoyers, aus denen deutlich wurde, dass die Gentechnik vor einer Revolution steht. Zu diesem Zeitpunkt waren Berichte in Medien über diese neue Technologie aber noch ausgesprochen selten.

Tagungen, auf denen solche Gespräche möglich sind, findet man manchmal über die Fachverbände der Wissenschaftler. Gut geeignet sind auch Auftaktveranstaltungen von Sonderforschungsbereichen. Dort ist die Aufbruchstimmung der Wissenschaft am ehesten zu spüren. Veranstaltungen in kleineren Städten sind meistens besser als solche in größeren, weil sie weniger Publikum anlocken, das eher an touristischen Hotspots interessiert ist als an wissenschaftlichen Ergebnissen. Intensive Diskussionsrunden mit vielen Studierenden sind besser als Tagungen, die eher aus Showvorträgen bestehen und bei denen die Referenten schnell verschwinden, statt sich aus-

zutauschen. Gute Tagungsmanager vermitteln nicht nur Interviews mit Keynote-Speakern, sondern weisen auch auf andere interessante Forscher hin oder auf solche, die „off the records“ über Forschung in anderen Ländern sprechen. Hinzu kommen Gespräche mit Ethikern und Philosophen; Interviews mit Politikern helfen meist nur wenig weiter.

Ähnliches gilt für Laborbesuche. Ich bin immer wieder überrascht, wie viele Forscher bereit sind, die Türen ihrer Institute zu öffnen. Vermutlich bin ich der einzige Wissenschaftsjournalist, der bereits zwei Fabriken zur Herstellung von gentechnisch veränderten Insekten besucht hat. Diese Strategie ermöglicht es, den Themen zu folgen. Es war spannend zu sehen, wie beispielsweise Stammzellforscher über die Jahre ihre Ziele verändert haben. Zunächst haben sie die Züchtung von kompletten Organen angekündigt. Heute stellen sie Organoide als Modelle für die Entwicklung von Krankheiten vor oder lebende menschliche Zellen, die als Test für Medikamente genutzt werden können. Dieses Wissen wiederum verbessert die Qualität der Gespräche mit den Forschern.

Rainer Kurlemann ist promovierter Chemiker und arbeitet seit mehr als 30 Jahren als Journalist. Er war 14 Jahre bei der *Rheinischen Post*, unter anderem als Chef vom Dienst und als Chefredakteur der Online-Redaktion, und schreibt heute als freiberuflicher Wissenschaftsjournalist für zahlreiche Zeitungen und Magazine. Zu seinen Schwerpunkten zählen Gentechnik, Stammzellforschung und Umweltschutz. Er ist Autor des Wissenschaftskrimis *Der Geranienmann* und Mitglied in der Genossenschaft RiffReporter.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Gründergeist für einen Journalismus, der Wissenschaft und Gesellschaft verbindet

Christian Schwägerl

Szenario 2029

Im VR-Sichtfeld von Anna taucht ein grüner Haken auf, daneben das Datum von morgen und der Hinweis „KI-Recherche zu 112 % finanziert“. Die Reporterin jubelt. Nur zwei Tage hat es gedauert, bis ihr Fundingaufruf im RiffReporter-Netz ihr die nötigen Mittel einbrachte. Zwei Drittel kamen von privaten Unterstützern, ein Drittel von einer Stiftung. Anna will vor Ort recherchieren, wie skandinavische Umweltaktivisten KI-Applikationen hacken, um sie für ihre Zwecke zu nutzen.

Die Software, die Annas Einnahmen als unabhängige Journalistin betreut, hat gerade automatisch die Nachtzugreise gebucht und aus ihrer Liste von Experten vor Ort Vorschläge für Interviewtermine generiert. In ihrem Postfach findet Anna eine Sekunde später eine Sammlung ihrer bisherigen Interview-Mitschnitte und ein Dossier mit den neuesten wissenschaftlichen Veröffentlichungen sowie aktuellen Medienberichten zu weltweiten Trends bei Hacking und KI.

Mit einem Stimmbefehl öffnet die Journalistin ein Dialogfeld in ihrem RiffReporter-Account. „Hallo KI-Reporter-Community“, sagt sie, „mit eurer Hilfe geht es schon morgen los zu meiner zweiwöchigen Reise in den Norden. Ich freue mich riesig. Und jetzt seid ihr dran: Was interessiert euch, was sollte ich bei meiner Recherche im Auge behalten? Und wer aus meiner Expertencommunity kann mir nach meiner Rückkehr helfen, die Fakten zu prüfen?“

Eine Stunde später tauchen drei weitere grüne Haken im Sichtfeld der Datenbrille auf: Die Unterstützer ihres Projekts haben ihr Fragen geschickt, die ihre eigene Liste gut ergänzen. Ihr Factchecking-Board ist nun mit fünf unabhängigen Expertinnen besetzt, die aus dem eingeworbenen Budget bezahlt

C. Schwägerl (✉)

Berlin, Deutschland

E-Mail: christian.schwaegerl@riffreporter.de

werden. Und zwölf Verlage, zwei aus Deutschland, fünf aus anderen EU-Staaten und fünf aus Asien und den USA, haben erfolgreich die Lizenzrechte an dem Beitrag ersteigert.

Anna holt ihren Koffer aus dem Schrank und beginnt ihre Kleidung und die Geräte einzupacken – und ihren geliebten Schreibblock aus Papier, mit dem sie bei ihrer Arbeit immer auffällt. Abfahrt von Stuttgart nach Stockholm: 16. Juni 2029, 19.15 Uhr. Vor Ort wird Anna ihre RiffReporter-Kollegin Elin treffen, die Kontakte zu Öko-KI-Hackern tief in den schwedischen Wäldern hat ...

Erosionserscheinungen im Wissenschaftsjournalismus

Zwei Wochen am Stück zur Verfügung zu haben, um über ein Umwelt- und Technologiethema vor Ort zu recherchieren und dann auch noch für Schreibarbeit und Faktenprüfung ausreichend Finanzmittel – das ist für JournalistInnen von heute leider meistens eine Utopie. Viele Verlage entlohnen nicht einmal die Arbeit am Schreibtisch so, dass professionelle JournalistInnen ihre Familien davon ernähren könnten. Die Versuchung wächst, statt mit Journalismus mit ungleich besser bezahlten PR-Aufträgen Geld zu verdienen. Viele JournalistInnen wechseln – aus nachvollziehbaren Gründen finanzieller Sicherheit – gleich die Seiten und werden Pressesprecher, Kommunikationsbeauftragte, Werbefachleute oder Politikberater. Alles ehrenwerte Berufe – aber eben kein Journalismus.

Im Berufsalltag von JournalistInnen sind zahlreiche negative Entwicklungen, die sich über Jahre aufgebaut haben, heute sehr deutlich spürbar. Redaktionen werden geschrumpft oder – wie im Fall der deutschen Ausgaben der Wissenschaftsmagazine *Wired* und *New Scientist* – ganz aufgelöst. Die freiberuflich arbeitenden JournalistInnen bekommen Honorare angeboten, die auch bei sparsamem Verhalten den Lebensunterhalt nicht decken. Die Möglichkeiten für Journalistinnen und Journalisten, etwa durch Recherchereisen, Laborbesuche, Konferenzteilnahmen oder Bibliotheksaufenthalte in ihren Themengebieten in die Tiefe zu gehen, schrumpfen. Viele Projekte werden deshalb von Anfang bis Ende nur noch am Schreibtisch erledigt. Das geht für eine Weile gut, solange man von früheren Erlebnissen und Erfahrungen zehren kann. Doch es ist Raubbau an der eigenen Kompetenz. Die Kraft der Anschauung und der Recherche lässt sich – was kaum überraschend ist – nicht durch Google-Suchen und YouTube-Videos ersetzen. Zumal es Grundprinzipien des Journalismus verletzen kann, geschilderte Tatsachen nicht vor Ort zu erleben und zu überprüfen.

Diese Entwicklungen sind Teil einer schleichenden Erosion des Qualitätsjournalismus – mit gravierenden Folgen für die Öffentlichkeit. Während in der Wissenschaft allerorten große Presse- und Kommunikationsstäbe aufgebaut werden, schrumpft die Zahl der Wissenschafts- und Technologiejournalisten. Mehr noch: Die Wissenschaft wirbt Journalisten ab und beauftragt sie damit, dem Journalismus täuschend ähnlich wirkende Kommunikationsprodukte zu erstellen. Dahinter steht ein legitimes Interesse, sich der Öffentlichkeit zu erklären. Aber kritische Fragen an mächtige Institutionsdirektoren, Scoops über Fälschungen oder mit Distanz verfasste Analysen, welche Forschungsinstitution in einem Feld denn wirklich weltweit die beste ist, kommen in diesen Erzeugnissen nicht vor. Das ist ihnen auch gar nicht vorzuwerfen – es handelt sich um Kommunikation, nicht Journalismus.

Zweifelsohne gibt es weiterhin großartige Wissenschaftsteile in Zeitungen und Zeitschriften. Auch der Wissenschaftsjournalismus im Radio – vor allem bei den Deutschlandradios – bietet ein vielfältiges und vertieftes Programm. Doch hinter den Kulissen läuft ein gefährlicher, weit über den Wissenschaftsjournalismus hinausgehender ökonomischer und struktureller Erosionsprozess. Er verändert das Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft insgesamt, weil die Stimme des Journalismus im Gesamtgeschehen leiser und fragiler wird. Es wird rasant schwieriger, die kontrollierende wie auch die vermittelnde Aufgabe des Journalismus wahrzunehmen, die für das Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft, aber auch für die Demokratie insgesamt zentral ist.

Herausforderungen für einen zeitgemäßen Wissenschaftsjournalismus

Zusätzlich zur Grundaufgabe, Forschungsergebnisse wiederzugeben und einzuordnen, sehe ich gesellschaftlich relevante – man könnte sagen „systemrelevante“ – Herausforderungen und Aufgaben für einen zeitgemäßen Wissenschaftsjournalismus:

Die mediale Stimme von Evidenz und Empirie

Inmitten dieser grundlegenden und beunruhigenden Umbrüche ist es Aufgabe eines kompetenten Wissenschaftsjournalismus, weit über die traditionelle Berichterstattung zu Forschungsergebnissen hinaus zur Orientierung, Moderation und Sachlichkeit beizutragen. Dem Wissenschaftsjournalismus kommt die Aufgabe zu, die Stimme von Evidenz und Empirie in den

Medien zu sein. Denn durch die rechtspopulistischen und anderen fundamentalistischen Bewegungen stehen nicht nur Errungenschaften des 20. Jahrhunderts wie die Europäische Union, die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte und die liberale Demokratie zur Disposition. Die ätzenden Attacken richten sich gegen die Grundlagen des Zusammenlebens, die der Zeit der Aufklärung entspringen: dass allseits sichtbare Evidenz – etwa Messwerte zum Klimawandel – anerkannt, aber zugleich keine Weltanschauung verabsolutiert wird. Mit welcher Vehemenz US-Präsident Donald Trump die internationale Klimapolitik attackiert und es der amerikanischen Öffentlichkeit nicht gelingt, ihn dabei einzuhegen, ist auch Symptom davon, dass die Stimme des Wissenschaftsjournalismus im öffentlichen Diskurs zu leise ist. Wissenschaftsjournalisten in allen Ressorts – von der Politik über die Kultur bis zur Wirtschaft – könnten, ja müssten eine moderierende, aufklärerische Rolle einnehmen. Setzen sich heutige Trends fort, wird nach der „Lügenpresse“ noch viel stärker als heute auch von der „Lügenwissenschaft“ die Rede sein. Die organisierte Klimawandelskepsis könnte erst der Anfang einer viel breiter angelegten Entwicklung sein, hin zu einer post-empirischen Welt, in der reine Ideologie herrscht. Wissenschaftsjournalisten sind berufen, ein Gegengewicht zu bilden.

Die Stimme von Zukunftsthemen jenseits akuter Krisen

Die derzeitigen öffentlichen Debatten werden stark von emotionalen Befindlichkeiten angetrieben und fokussieren sich oft auf das, was auch in den sogenannten „sozialen Medien“ Erfolg bringt. Weil der Wissenschaftsjournalismus zu schwach ist, sind mediale Diskurse normal, in denen eine thematische Sau nach der anderen durch das journalistische Dorf getrieben wird – ob „Griechenlandkrise“ oder „Flüchtlingskrise“ –, bis das nächste Monothema heraufzieht.

Weil Wissenschaft die ganze Wirklichkeit erforscht – von Quarks bis zum Urknall, von Kulturen bis KI, von Geschichte bis Wahlverhalten –, haben Wissenschaftsjournalisten einen Querzugang zur gesamten Realität. Das heißt, dass sie alle Themen aufgreifen und mit jeweils frischem Blick und oft auch neuen Erkenntnissen in das mediale Geschehen einbringen können. Sie stehen deshalb für Themenvielfalt und Pluralität der Perspektiven – das sind wichtige Ressourcen. Eine Berichterstattung dieser Art kann den Bürgerinnen und Bürgern zugleich vermitteln, wie sehr ihr Alltag mit Wissenschaft zu tun hat – auch und gerade bei Menschen ohne akademische Ausbildung.

Kritisches Korrektiv und Sprecher der Gesellschaft in die Wissenschaft hinein

Es besteht zudem ein von jeher großer und noch wachsender Bedarf dafür, dass der Wissenschaftsjournalismus auch die Wissenschaft selbst kritisch beleuchtet. Die Einsicht, dass Wissenschaft der „momentane Stand des Irrtums“ ist, wie Karl Popper es formuliert hat, ist heute in den Hochschulen und Forschungsorganisationen nicht mehr sehr beliebt. Kompetitive Vergabeverfahren tragen dazu bei, dass ein regelrechtes Wettrüsten eingesetzt hat, wer in Rankings besser abschneidet, wer die geldgebenden Ministerien noch glanzvoller beeindrucken, wer sich in der Öffentlichkeit noch effektiver als „Elite“ inszenieren kann.

Dazu passt es nicht, über eigene Fehler und Versäumnisse zu reden, über das Nicht-Wissen und Unsicherheiten. Dazu passt es auch nicht, sich der Öffentlichkeit zu stellen, wenn etwas schief läuft.

Für die eminent wichtige Rolle von kritischem Wissenschaftsjournalismus als Korrektiv der Wissenschaft gibt es zwei Beispiele, die für Lehrbücher geeignet sind: die Recherchen von Kai Kupferschmidt für *Science* zum skandalösen Verhalten einer Max-Planck-Direktorin gegenüber ihren Mitarbeitern und die Recherchen von Jan-Martin Wiarda zur haltlos übertriebenen Wissenschaftskommunikation des Universitätsklinikums Heidelberg im Zusammenhang mit einem angeblichen Test für Brustkrebs.

In beiden Fällen waren die Wissenschaftsinstitutionen nicht an einer Aufklärung durch Medien interessiert – es war hartnäckiger, professioneller Journalismus, der die Missstände ans Tageslicht brachte und so auch dem Wissenschaftsbetrieb half, seine Praktiken zu hinterfragen und zu verbessern. Keine institutionelle Wissenschaftskommunikation der Welt hätte das leisten können. Und ähnlich müsste es auch funktionieren, wenn es skandalöse Vorgänge im BMBF, bei der DFG oder in beliebigen anderen Institutionen gäbe. Hier kommt eine der wichtigsten Aufgaben von Journalismus zum Tragen, auch des Wissenschaftsjournalismus. Nutznießer davon ist auch die Wissenschaft selbst.

Hinzu kommt, dass Wissenschaft mit Steuergeldern hantiert und es dabei – was gut ist – um wachsende Summen geht. Milliardenbeträge werden in Gremien vergeben, von denen kaum ein Bürger weiß. Zugleich unterbleiben wichtige Investitionen in Forschungsgebiete, weil die Öffentlichkeit zu wenig über die Bedarfe weiß und sich kein politischer Druck aufbaut. Ein gutes Beispiel ist die Energieforschung, die zentral dafür ist, Transformationsprozesse wie die Energiewende zum Erfolg zu bringen. Doch während viel über Kohletagebaue und Windräder diskutiert wird, spielt viel zu selten eine Rolle, was Energieforschung leisten könnte, wenn

sie denn weltweit ausreichend ausgestattet wäre. Ein anderes Thema wäre ein kritischer Blick darauf, ob sich die institutionelle Wissenschaft in Deutschland zu sehr mit den Mächtigen und Reichen verbindet und verbündet – und ob nicht eine Allianz mit den Schwächeren nötig wäre. Solche Diskussionen kommen kaum aus dem Inneren der Wissenschaft, die auf Fundraising- und Prestige-Wettbewerb fokussiert ist.

Hier die Debatte zu bereichern und wissenschaftliche Prozesse ins politische, kulturelle und wirtschaftliche Geschehen einzubringen, ist eine der Kernaufgaben eines zeitgemäßen Wissenschaftsjournalismus. Es würde jedem Forscher guttun, sich täglich wissenschaftsjournalistisch auf dem Laufenden zu halten. Das hilft dabei, die eigene Rolle in der Gesellschaft einschätzen zu können. Wissenschaftsjournalismus kann und sollte als offener und ehrlicher Sprecher der Gesellschaft in die Wissenschaft hinein wirken. Das kann die institutionelle Wissenschaftskommunikation, die immer auch strategische Ziele verfolgen muss, nicht selbst leisten.

Alte Aufgabe neu entdeckt: Popularisierung versus Populismus

In Zeiten des Populismus bekommt eine alte Aufgabe des Wissenschaftsjournalismus neue Relevanz: die Popularisierung. Wissenschaftliche Ergebnisse gehen alle an, von der Klimaforschung bis zur künstlichen Intelligenz. Doch nur ein Teil der Bevölkerung kommt von sich aus mit wissenschaftlichen Inhalten in Berührung. Stattdessen prägen die auf Emotionalisierung, Polarisierung und Radikalisierung optimierten Plattformen das Medienverhalten – mit bekannten und erschreckenden Ergebnissen.

Wissenschaftsjournalisten haben die Aufgabe, Forschung, ihre Methoden und ihre Ergebnisse so zu erzählen, dass sie ansprechen, Interesse auslösen, Risse in ideologischen Gedankenwelten schaffen. Es ist nicht leicht, diesen Kontakt herzustellen, aber über Regionalzeitungen, soziale Medien oder – noch wichtiger – in „analogen Formaten“ wie Veranstaltungen in Schulen, Bibliotheken oder Stadtteilzentren sollten Wissenschaftsjournalisten versuchen, zu Debatten aller Art beitragen. Nur so kann etwa beim Thema Digitalisierung jene „Mündigkeit“ entstehen, die von Politikern so oft eingefordert wird. Whiteboards an Schulen reichen nicht aus, um Digitalisierung zu verstehen. Hier braucht es eine kritische Reflexion in allgemeinverständlicher Sprache – Kernkompetenz guter Wissenschaftsjournalisten.

Popularisieren ist auch in Richtung des akademisch gebildeten Teils der Bevölkerung eine Aufgabe. Die Komplexität der Wissenschaft überschauen nämlich selbst Wissenschaftler nicht mehr. Jede Disziplin hat ihre Fachsprache und wirkliche Kenntnis der Materie ist nur in eng begrenzten Fachbereichen zu erwarten. Wissenschaftsjournalisten dagegen werden dafür bezahlt,

den Überblick zu behalten und in großen Fachgebieten mit den unterschiedlichsten Akteuren zu sprechen. Damit sind sie Übersetzer nicht nur zwischen Wissenschaft und Gesellschaft, sondern auch innerhalb der Wissenschaft.

Das Riff-Projekt und seine Elemente

Die geschilderten neuen und alten Aufgaben sind mannigfaltig und zentral für eine aufgeklärte, pluralistische und auf Wissenschaft und Technologie gründende Gesellschaft. Deshalb ist es so beunruhigend, dass die ökonomische Basis des Wissenschaftsjournalismus bröseln.

Gegen diese Erosion aktiv zu werden und zu positiven Veränderungen beizutragen ist das Ziel von drei ideell miteinander verbundenen Projekten: Der RiffReporter-Genossenschaft, der gemeinnützigen Riff freie Medien gGmbH und des Riff-Stiftungsfonds bei der GLS Treuhand e. V. Mit einem gemeinsamen Gründerkreis, aber rechtlich getrennt und mit unterschiedlichen Mitteln und Wegen geht es darum, den Qualitätsjournalismus auch und gerade im Bereich Wissenschaft zu stärken.

Die Genossenschaft tut das, indem sie eine Publikations- und Distributionsplattform betreibt und ausbaut, auf der Journalisten allein oder in Teams Leser- und Unterstützercommunitys für ihre Recherchen aufbauen und ihre Beiträge breit an reichweitenstarke Plattformen, Verlage und andere Interessenten lizenzieren können. Die gemeinnützige Riff freie Medien gGmbH fördert mit Mitteln, die etwa von Privatpersonen und Stiftungen kommen können, auf der Grundlage ihrer Satzung Recherche und Qualitätssicherung im Journalismus, internationale Journalismuskooperationen sowie Projekte der Medienforschung und der Medienbildung. Und der Stiftungsfonds ist bei entsprechender Finanzierung in der Lage, mit professionellem Management durch die GLS Treuhand e. V. ein strategisch einsetzbares Stiftungskapital für Journalismusförderung aufzubauen.

Das Riff-Projekt gehört zu einer Bewegung im Journalismus, neue Angebote und Strukturen zu schaffen, die auf die Herausforderungen in Gesellschaft und Wirtschaft konstruktiv reagieren und versuchen, tragfähige Lösungen zu entwickeln. Dazu gehört zum Beispiel auch die gemeinnützige Hostwriter-Initiative, die Journalisten aus aller Welt für Kooperationen vernetzt, die Genossenschaft Republik in der Schweiz, die durch Crowdfunding eine komplett neue Redaktion geschaffen hat, oder „piqd“ als Kurations- und Empfehlungsservice.

Stressfaktoren des Journalismus

Diese Neugründungen verfolgen unterschiedliche Ansätze. Aber sie antworten gemeinsam auf negative Stressfaktoren, die den Journalismus insgesamt betreffen. Und sie versuchen sich in einer medialen und gesellschaftlichen Landschaft zu etablieren, in der starke Kräfte gegen sie wirken und in der sich auch Irrwege anbieten, die verlockend erscheinen, aber nicht dem Journalismus und seiner Rolle für die Gesellschaft dienen.

Stressfaktor 1: Die ökonomische Basis des bisherigen Verlagsjournalismus ist in Gefahr

Das Internet mit all seinen positiven Seiten und der immensen Menge von Informationsangeboten hat für den klassischen Journalismus zwei harte Entwicklungen mit sich gebracht: Früher ruhte das Finanzierungsmodell auf Werbeeinnahmen und auf treuen Abonnenten. Wenn eine Firma eine Seite Werbung schaltete, landeten die Einnahmen dafür vollständig beim Verlag. Im Internet dagegen ist die digitale Infrastruktur, über die Werbung läuft, fest in der Hand von Google, teils auch von Facebook. Und dorthin fließt ein erheblicher Teil der Einnahmen. Weil die verbliebenen Einnahmen zudem abhängig von Clickzahlen sind, sind Redaktionen ständig in der Versuchung, Emotionen anzusprechen und Aufmerksamkeit zu erheischen statt sachliche Informationen zu bieten. Von den einst treuen Abonnenten einer Zeitung oder Zeitschrift gibt es von Jahr zu Jahr weniger: Sie bewegen sich im Netz von Medienangebot zu Medienangebot, ganz nach ihren Interessen und gemäß den Empfehlungen ihrer Freunde. Die Folge: Fast alle Redaktionen von Tageszeitungen und Magazinen sind mit wenigen erfreulichen Ausnahmen in den vergangenen Jahren kleiner geworden. Honorare für freie JournalistInnen schrumpfen. Mangels Ressourcen können sie seltener vor Ort sein und das direkte Gespräch mit allen Beteiligten suchen. Das vergrößert die Distanz zwischen Journalismus und Bevölkerung.

Stressfaktor 2: Institutionen setzen darauf, sich mit Kampagnen ihre eigenen Öffentlichkeiten aufzubauen

JournalistInnen wurde früher zusätzlich zur Rolle als Wächter über demokratische Prinzipien auch die Rolle als „Torwächter“ für die Öffentlichkeit zugeschrieben. Zu ihrem Job gehörte es, die Unmengen an Pressemitteilungen, Agenturmeldungen und Rechercheergebnissen zu sichten, filtern, gewichten und nur eine kuratierte Auswahl davon an die Öffentlichkeit weiterzugeben. Das führte dazu, dass viele Falschmeldungen aussortiert wurden

und dass Zitate und Ereignisse in einen größeren Kontext eingeordnet werden konnten, bevor sie die Bevölkerung erreichten. Die Rolle als „Torwächter“ machte JournalistInnen zudem zu begehrten Gesprächspartnern von Verantwortlichen und Interessengruppen.

Heute eröffnet die Vielzahl sozialer Medien und Plattformen Politikern, Interessengruppen, Firmen und NGOs eine direkte Möglichkeit, an journalistischen Medien vorbei die Bevölkerung zu erreichen – man denke nur an den twitternden US-Präsidenten Donald Trump. Aber auch NGOs bedienen sich dieser Mittel, nutzen eine Kommunikationsform, die ihnen direkte Kontrolle über das Geschriebene und Gesendete gibt.

Das führt zu einer neuen Konstellation: Plötzlich erscheinen manche JournalistInnen als Konkurrenz im Kampf um öffentliche Aufmerksamkeit und als Störer schwarz-weißer Kampagnenbotschaften. Nicht nur Firmen und Werber, sondern NGOs und Wissenschaft bieten nun JournalistInnen an, ihr Schreibtalent für ihre Zwecke einzusetzen – in Form von „Corporate Publishing“, beauftragten Beiträgen in Branchen- oder Mitgliedszeitschriften, bei denen Thema, Fokus und Ansprechpartner schon feststehen, oder auch in Form von Recherchen für die Organisation. Solche Tätigkeiten sind wirtschaftlich lukrativ. Wie sagte ein Nachwuchsjournalist: „In zwei Tagen PR-Texten bekomme ich genauso viel Honorar wie für zwei Wochen Arbeit an einer Umweltreportage.“ Solche Tätigkeiten schaffen Interessenkonflikte, verwischen die Grenzen von Journalismus und Lobbyismus. Auf der Strecke droht genau das zu bleiben, was unabhängigen Journalismus ausmacht – eben nicht verlängerter Arm von Interessengruppen zu sein, sondern eine kritisch-distanzierte zusätzliche Instanz.

Stressfaktor 3: JournalistInnen haben zu wenig den Wert ihrer Arbeit vermittelt

Die Journalismusbranche hat viel zu wenig Mühe darauf verwandt, den ideellen und monetären Wert ihrer Arbeitsweise und Produkte in die Öffentlichkeit zu vermitteln. Stattdessen hat sie werbebegleitete Beiträge einfach verschenkt. Nur sehr zögerlich beginnen Verlage jetzt damit, ihren Nutzern zu signalisieren: Wenn wir Qualitätsjournalismus bieten wollen und sollen, kostet das viel Geld, das irgendwoher kommen muss. Der beste Weg für Unabhängigkeit sind zahlende LeserInnen. In der Zwischenzeit haben sich aber schon sehr viele Menschen an Kostenlos-Journalismus gewöhnt und wundern sich, wenn sie wie in jedem Supermarkt auch bei Artikeln an eine Bezahlschranke stoßen. Ob sich Bezahljournalismus durchsetzt, ist eine offene Frage. Beispiele wie das der *New York Times* sind ermutigend. Aber die Öffentlichkeit wurde zu lange darauf geprägt, Qualitätsarbeit kostenlos zu

bekommen. Deshalb wird Bezahljournalismus vielfach nur deutlich kleinere Teile der Gesellschaft erreichen, als es die früheren Massenmedien konnten.

Stressfaktor 4: Autoritäre Bewegungen versuchen gezielt, die Glaubwürdigkeit des Journalismus zu beschädigen

In jüngster Zeit kommt hinzu, dass die Gegner einer freien Presse politisch stärker werden und die wirtschaftliche Schwäche des Verlagsjournalismus auszunutzen wissen. Ob Trump gegen die „versagende *New York Times*“ giftet oder AfD-Anhänger „Lügenpresse“ skandieren – es werden grundsätzliche Zweifel an der Arbeitsweise von recherchierenden JournalistInnen geschürt. Schon fangen Politiker traditioneller Parteien an, die Slogans der Rechtspopulisten zu imitieren – man denke an Bundesinnenminister Horst Seehofer, der im Juni 2018 in einem Interview mit der *Rhein-Neckar-Zeitung* statt russischen Medien die deutschen Medien bezichtigte, „die meisten Fake News“ zu produzieren.¹

Stressfaktor 5: Mangelnde Qualitätskontrolle im Journalismus

Eine merkwürdige Mischung aus Sparzwängen, Selbstvermarktung und selbst verschuldeter Realitätsferne trägt dazu bei, dass Journalismusangebote die Öffentlichkeit regelmäßig durch falsche oder irreführende Angaben enttäuschen – und dies Zweifel am Journalismus nährt. Der „Fall Relotius“, besser der „Fall *Spiegel*“, hat Ende 2018 eine Art Fukushima-GAU der Qualitätssicherung dargestellt. Dass ein Reporter eine große Zahl erfundener Details und Geschichten in einem Magazin publizieren konnte, das sich immer mit einer angeblich legendären Factchecking-Abteilung gerühmt hat, hat viele Menschen erschüttert. Kaum Beachtung hat aber gefunden, dass der Hochstapelei Kürzungen in der Factchecking-Abteilung vorausgegangen waren. In Verbindung mit einer ganz speziellen Reporter-Schule bei dem Magazin, die evidenzorientierten Wissenschaftsjournalismus als „Sachkack“ (Originalton) abgetan und „Geschichten“ in der Art von Drehbüchern konzipiert hat, nahm das Unheil seinen Lauf. Der Fall Relotius ist das Ergebnis von unterbliebener Qualitätskontrolle ebenso wie von übertriebenem Narzissmus, den der Edelfedernkult des *Spiegels* genährt hat.

Es ist zu hoffen, dass der Fall eine Zäsur darstellt. Denn angesichts einer verwirrenden Informationsfülle in digitalen Medien und immer perfekteren Fälschungstechnologien, bis hin zu „deep fakes“, müssten Journalis-

¹Online unter: https://www.rnz.de/politik/hintergrund_artikel,-horst-seehofer-im-rnz-interview-ich-lasse-mir-meinen-plan-nicht-zusammenstreichen-_arid,367483.html.

musorganisationen die Qualitätssicherung eigentlich massiv ausbauen und zudem systematisch gegen die Versuchung anarbeiten, „Geschichten“ so zu emotionalisieren oder aufzubauschen, dass sie sich auf dem Jahrmarkt der Aufmerksamkeit durchsetzen. Nichts spricht dagegen, in Artikeln bei den Lesern Emotionen zu wecken oder auf diese abzielen – etwa Sorgen und Ängste angesichts des Klimawandels, Empathie für Menschen mit seltenen Krankheiten, Freude bei Einblicken in die Schönheit des Universums. Doch solche Emotionen dürfen nur ein Ergebnis journalistischen Erzählens von mehreren sein – nicht der Dreh- und Angelpunkt, nicht ein Mittel der Manipulation, kein Grund, Fakten zu ignorieren oder auszublenden, um die Gefühlswirkung nicht zu gefährden.

Statt „New Journalism“, der um das Ego des Autors kreist und Fakten der Story unterordnet, wäre eine neue Sachlichkeit vonnöten, verbunden mit massiv gesteigertem Factchecking und neuer Wertschätzung für Evidenz statt steiler Thesen oder allzu schöner bis geschönerter „Storys“. Die wirtschaftlichen Bedingungen erschweren eine solche neue Sachlichkeit aber massiv. Dass Redaktionen sparen müssen, macht sie anfälliger für Fälschungen und Fehler und verstärkt die Versuchung, durch aufgebauschte Schlagzeilen die Nutzerzahlen zu steigern – solches Verhalten macht Medien nicht nur angreifbar vonseiten von Interessengruppen, die den unabhängigen Journalismus geschwächt oder beseitigt sehen wollen. Es entfremdet auch die echten Freunde des Qualitätsjournalismus.

Antworten auf die fünf Stressfaktoren

Diese fünf Stressfaktoren und weitere beunruhigenden Entwicklungen haben im Journalismus phasenweise zu einer regelrechten Weltuntergangsstimmung geführt. Seit einiger Zeit macht sich trotzdem glücklicherweise ein neuer Gründergeist breit. Zunehmend initiieren JournalistInnen neue Strukturen und eigene Plattformen, um Antworten auf die Herausforderungen zu finden. Bei der Gründung von RiffReporter verfolgen wir genossenschaftliche Antworten auf die Stressfaktoren:

- Als Ergänzung zur Verlagslandschaft schaffen wir eine dezentrale, nicht-hierarchische Infrastruktur für journalistisches Publizieren, Distribuieren und Vermarkten. Die Einnahmen aus Journalismusverkäufen gehen direkt an die AutorInnen, die daraus einen moderaten Beitrag an die Genossenschaft leisten.

- RiffReporter fördert den Aufbau von journalistischen Angeboten, die für spezifische Themen und Rechercheprojekte stehen, spezifische Informationsbedürfnisse erfüllen und die AutorInnen in direkten Kontakt mit ihren Lesern bringen. Statt medialem Einerlei sind wir eine Konföderation von besonderen Projekten.
- Wir setzen neben der Förderung von Journalismus durch Stiftungen primär auf den Markt. Wir wollen den ideellen und monetären Wert journalistischer Arbeit vermitteln, aber ohne Abfallen und einen Zwang, das Gesamtangebot zu kaufen. Die Genossenschaft eröffnet den Kunden die Möglichkeit, Autoren, Themen und Beiträge einzeln zu unterstützen und zu fördern.
- Ein gemeinsamer Codex schafft strenge, humanistisch ausgerichtete Regeln, die zugleich der Qualitätssicherung dienen. Ein Ethikrat berät Mitglieder bei der Einhaltung des Codex und wacht darüber – mit der Möglichkeit, Autoren zu verwarnen, zeitweise zu suspendieren oder ganz auszuschließen.

Irrwege bei der Rettung des Wissenschaftsjournalismus

Bevor es um die Umsetzung dieser Ziele gehen soll, ist ein Blick auf einen weiteren Aspekt des Verhältnisses von Wissenschaftsjournalismus und Gesellschaft nötig: auf mögliche Irrwege bei der „Rettung“ des Qualitätsjournalismus. Denn mit der Krise wächst nicht nur das Rettende, sondern auch die Versuchung, sich auf schnelle, verlockende Auswege einzulassen.

Zu den Irrwegen gehört aus meiner Sicht die Vorstellung, die Wissenschaft könne den Journalismus mit eigenen Mitteln ersetzen und der Staat solle in Form von Bundestag oder Ministerien mit Steuergeldern und staatlich organisierten Institutionen die Finanzierung des Journalismus übernehmen, um das zu kompensieren, was am Markt oder durch philanthropische Quellen nicht zu erzielen ist. Beiden Ansätzen zugrunde liegt die falsche Annahme, dass der Wissenschaftsjournalismus zur Wissenschaft und der für sie zuständigen Politik in einem anderen, distanzloseren Verhältnis steht als etwa der Politikjournalismus zu Parteien und Ministerien.

Aufgabe des Wissenschaftsjournalismus wäre es demnach nur, Begeisterung für die Wissenschaft zu schaffen, zu vermitteln, wie bedeutend Erkenntnisse seien. Die journalistische Kontrolle etwa des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung (BMBF) durch

kompetente Wissenschaftsjournalisten gilt in dieser Denkweise nicht als Kernaufgabe. Auf einschlägigen Veranstaltungen ist dazu die Formel zu hören, Wissenschaft und Journalismus sollten „Hand in Hand für den Fortschritt“ eintreten.

Diese Definition von Wissenschaftsjournalismus ist vor allem auch für das Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft hochgefährlich. Natürlich gehört es zu den schönsten Seiten des Wissenschaftsjournalismus, Erkenntnisse der Forschung zu feiern und so zu erklären, dass auch Nicht-Fachleute sie verstehen und einordnen können. Ebenso gehört es zu den Aufgaben von Politikjournalisten, besonders lebendige Parlamentsdebatten oder besonders gelungene Gesetzesbeschlüsse als solche darzustellen und zu vermitteln. Aber Wissenschaft und Journalismus sind grundsätzlich ebenso wenig „Hand in Hand“ unterwegs, wie die *Süddeutsche Zeitung* und die CDU es wären. Beide sind der Demokratie verpflichtet, aber eben in höchst unterschiedlichen Rollen.

Auch die Wissenschaft und die Wissenschaftspolitik braucht den kritisch-distanzierten Blick von Journalisten, die sich kein X für ein U vormachen lassen, die unangenehme Fragen stellen, die keine Scheu haben, Missstände anzuprangern, und die Debatten aus der Gesellschaft in die Hochschulen und Institute hineinragen. Die Wissenschaftskommunikation – deren Spektrum von twitternden Wissenschaftlern über Lange Nächte der Wissenschaft und Institutsmagazine bis zur vorteilsorientierten „strategischen Kommunikation“ reicht – hat ihre eigenständigen und wichtigen Aufgaben. Aber sie ist das Gegenüber des Journalismus und nicht sein Dach – und schon gar nicht sein Substitut.

Leider gibt es regelmäßig problematisch Signale der Wissenschaft an den Journalismus: Wir brauchen euch nicht mehr, wir machen das jetzt alleine, das ist entweder expressis verbis oder durch schlichtes Desinteresse spürbar. Besonders die Spitzen der deutschen Forschungsorganisationen sind zu keinem klaren Bekenntnis zu einem unabhängigen Wissenschaftsjournalismus in der Lage. Man betrachtet das Erodieren der Branche teils unberührt, weil lästige Fragesteller ausbleiben, teils aktiv desinteressiert, weil man glaubt, die Kommunikation mit der Öffentlichkeit selbst leisten und vor allem kontrollieren zu können.

Mit diesem Kurs droht die Wissenschaft, selbst Teil des „postfaktischen Syndroms“ zu werden, das westlich-aufgeklärte Gesellschaften befallen hat. Zwar nimmt man für sich in Anspruch, die Wirklichkeit kritisch zu erforschen, doch wird die Rolle des Journalismus, als kritisch-distanziertes Korrektiv wiederum die Wissenschaft zur Debatte zu stellen, nicht mehr anerkannt. Wenn dann in Zukunft Forschungseinrichtungen nur noch über

sich selbst berichten und einseitig ihre Erfolge kommunizieren, aber der einordnende Blick von außen fehlt, hätte sich die Logik der interessengeleiteten „strategischen Kommunikation“ ausgerechnet im Hort der Aufklärung durchgesetzt. Wohlgermerkt sind es in den seltensten Fällen Pressesprecher und Kommunikationsbeauftragte, die diese Entwicklung betreiben – und auch nicht die vielen WissenschaftlerInnen, die sich um einen direkten Dialog mit der Gesellschaft bemühen. Es sind jene in den Hierarchien, die auch im persönlichen Umgang Kritik nicht zu schätzen wissen.

In diese Lage hinein gibt es aus dem Wissenschaftsjournalismus heraus Stimmen, die in einer Art überschießender Reaktion auch institutionell die Grenzen zwischen Journalismus und Wissenschaft einreißen wollen, sei es durch gemeinsam betriebene Kommunikationsplattformen oder durch institutionalisierte Staatsfinanzierung für den Wissenschaftsjournalismus, etwa in Form einer vom BMBF zu finanzierenden Stiftung. Doch Vorschläge einer staatlich finanzierten Journalismusstiftung, so gut sie im Sinne einer Kompensation fehlender Ressourcen vom Markt und von Stiftungen gemeint sind, sind gefährlich. Es ist das eine, wenn JournalistInnen sich bei vorhandenen Fördertöpfen von Stiftungen, in der allen zugänglichen staatlichen Gründerförderung oder auch allen zugänglichen Fördertöpfen etwa der Bundeskulturstiftung bewerben. Für solche Angebote gibt es bereits eine Vielzahl von Institutionen. Trivial ist nichts davon, aber es lassen sich dabei noch Linien zeichnen, die nicht übertreten werden.

Etwas anderes ist es, wenn ein Fachministerium eigens eine Institution zur Förderung der Berichterstattung über das eigene Themengebiet und sich selbst schaffen sollte. Man mag versuchen, den Einfluss des Ministeriums in einem Kuratorium zu minimieren – aber Beobachtete und Beobachter würden institutionell zusammengefasst. Die Grenzen zwischen Kontrollierten und Kontrollierenden würden dadurch verwischt. Die Verdächtigungen, dass Journalisten von der Politik gesteuert werden, würden neue Nahrung bekommen. Und was spräche dann noch dagegen, dass jedes Ministerium sich seine eigenen Journalisten heranfüttert, das Landwirtschaftsministerium die Agrarjournalisten, das Außenministerium die Auslandskorrespondenten?

Es gilt aus meiner Sicht zu vermeiden, dass der Journalismus je in die Lage kommt, die Finanzierung durch den Staat oder die institutionelle Fusion mit dem Berichtsgegenstand als Ultima Ratio einfordern zu müssen. Das wäre für die offene Gesellschaft ein großer Verlust.

Ansätze zur Stärkung des Wissenschaftsjournalismus

Was aber könnten tragfähige und nachhaltige Lösungen sein, damit der Journalismus seine alte Aufgabe erfüllen und neue Aufgaben übernehmen kann, Wissenschaft und Gesellschaft im kritischen Dialog miteinander zu verbinden?

Dreh- und Angelpunkt dafür sind fraglos die zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen. Hinzu kommt der Bedarf an neuen Strukturen. An beide besteht der Anspruch, dass sie die Unabhängigkeit journalistischen Handelns garantieren und stärken müssen. Bei neuen Geldquellen für den Wissenschaftsjournalismus aus dem staatlichen Entscheidungsbereich kommen dafür am besten Mittel aus den Rundfunkgebühren infrage. Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) hätte durchaus die Möglichkeit, einige Prozent der Einnahmen aus der Rundfunkgebühr in einen Innovationsfonds zu leiten, aus dem neue Ansätze auch im Wissenschaftsjournalismus finanziert werden könnten. Dabei würde es sich explizit um gesellschaftliche Mittel und eben nicht um politisch kontrollierte Steuergelder handeln, wie auch das Bundesverfassungsgericht festgestellt hat. Ja, es gibt bei der Vergabe dieser Mittel einen politischen Einfluss. Aber er ist geringer und von anderer Natur als bei einer Stiftung, die mit Bundestagsbeschluss direkt von einem Ministerium finanziert würde, über das dann wiederum geförderte Journalisten berichten sollten. Lupenreine Lösungen wird es sicherlich nicht geben. Aber keine Lösung sollte Grundprinzipien des journalistischen Ethos opfern, um Zeit zu kaufen.

Ein zweiter denkbarer Ansatz wäre es, als Mittelgeber zum Beispiel Hochschulen und Forschungsinstitute dazu zu verpflichten, allen Studierenden, Mitarbeitern und Wissenschaftlern eigenverantwortlich die ganze Breite des Wissenschaftsjournalismus zugänglich zu machen. Das wäre ein ganz normaler Vorgang, wenn man betrachtet, wie viel Geld für Bibliothekslizenzen von Journals ausgegeben wurde und wird. Nur wenn Wissenschaftsjournalismus in Hochschulen und Instituten auch flächendeckend verfügbar ist, kann er die komplexen Vorgänge in der Gesellschaft in die Wissenschaft hinein kommunizieren.

Im Kern sollten die Mittel, den Journalismus samt Wissenschaftsjournalismus wieder zu stärken, aber aus der Gesellschaft kommen. Berufen dafür sind Bürger, die als Leser, Hörer, Zuschauer und Mitwirkende guten Journalismus so mitfinanzieren, wie Menschen durch den Kauf von Bio-Lebensmitteln versuchen, zu einer nachhaltigen Landwirtschaft beizutragen. Hinzu

kommen Stiftungen und Mäzene, die mit ihrem Vermögen und Erträgen daraus ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen können, indem sie Journalismusprojekte fördern. Unabhängigkeit ist auch dabei das höchste Gut. Es darf keinen direkten oder indirekten Einfluss auf journalistische Entscheidungen geben. Wenn, wie geschehen, eine Stiftung eine „Förderung“ vorschlägt, die darin besteht, Gutes über ihre Aktivitäten zu schreiben, dann spiegelt dies nicht nur ein grundlegendes Fehlverständnis von Journalismus wider, sondern stellt eine Beleidigung für Journalisten dar.

Einige Stiftungen und gemeinnützige Träger, die bei der Förderung ihren Fokus auf Unabhängigkeit richten, gehen wegweisend mit gutem Beispiel voran – wie die ZEIT-Stiftung, die Rudolf Augstein Stiftung, die Alfred Toepfer Stiftung F.S.V., die Schöpflin Stiftung, die GLS Treuhand e. V., die Schweizer Demokratie Stiftung, die VolkswagenStiftung und andere. Aber das Potenzial der mehr als 20.000 Stiftungen in Deutschland, den Journalismus als Bindegewebe der Demokratie zu stärken, ist bei weitem noch nicht ausgeschöpft – und die Zeit, um mit Handeln noch echte Effekte zu erzielen, wird langsam knapp.

Die Umsetzung bei den RiffReportern

Und damit zurück zu Anna, der Reporterin aus dem „Szenario 2028“, die recherchieren will, wie skandinavische Öko-Hacker KI-Applikationen für ihre Zwecke umprogrammieren. Mit RiffReporter bauen wir die Infrastruktur auf, um eine solche journalistische Praxis zu ermöglichen: JournalistInnen bekommen die Mittel für ihre Recherchen direkt von Lesern und von philanthropischen Förderern. Zugleich können sie ihre Beiträge systematisch an mehr als einen Verlag verkaufen und so ihre genuin journalistischen Einnahmen stärken. Die Gesellschaft bekommt im Gegenzug hochwertige Beiträge von sachkundigen JournalistInnen – zu Themen auch abseits der jeweils aktuellsten Krisen und Aufreger.

Am Riff-Konzept haben wir im Kreis der GründerInnen seit Anfang 2015 gearbeitet. Wir verfolgen einen „dualen“ oder „hybriden“ Ansatz: Zwei gemeinnützige Entitäten, die gGmbH und der Stiftungsfonds, ermöglichen es, Mittel auf der Grundlage des Gemeinnützigkeitsrechts anzunehmen und zur allgemeinen Förderung von Qualitätssicherung, Medienbildung, Journalismusforschung und internationaler Journalismuskooperation einzusetzen. Kooperationen mit einigen der oben genannten Stiftungen zeigen bereits, dass das Konzept funktioniert.

Rechtlich und praktisch getrennt davon arbeitet die RiffReporter-Genossenschaft am Markt: Sie unterstützt ihre journalistischen Mitglieder darin,

allein oder im Team redaktionell und wirtschaftlich eigenständige Projekte, die sogenannten „Korallen“, zu gründen, betreiben und vermarkten.

RiffReporter ist kein Verlag und auch keine Konkurrenz zu Verlagen, sondern will eine zentrale, aber häufig übersehene Kraft im Journalismus stärken: die freiberuflichen JournalistInnen und ihre unabhängigen Projekte in Bereichen wie Wissenschaft, Umwelt, Kultur, Politik, Gesellschaft, Weltgeschehen und Technologie. Die Mitglieds-JournalistInnen sollen und werden weiter direkt für Verlage arbeiten, bekommen aber mit RiffReporter neue Möglichkeiten an die Hand: sich eine eigene Community von Kunden und Unterstützern aufzubauen, in einem kooperativen Umfeld und auf reichweitenstarken Plattformen eigenständig zu publizieren, Lizenzrechte für Beiträge national und international zu verkaufen und zudem Vorträge, Veranstaltungen, Workshops und Exkursionen anzubieten. Zudem macht die Genossenschaft die gesammelten Werke der AutorInnen – im Rahmen einer Flatrate, die Bibliotheken, Hochschulen, Forschungsinstitute, Verbände, Stiftungen und Firmen für das Gesamtangebot erwerben können.

Zu den Leistungen der Genossenschaft gehören die Publikationsplattform, verschiedene Bezahlmodelle zur Auswahl, Abrechnung gegenüber den Kunden, DSGVO-kompatible Newsletter, ein Marktplatz für Lizenzverkauf an Verlage und vieles mehr.

Ziel der Genossenschaft ist es, dass ihre Mitglieder Recherchen, Konferenzbesuche, vertiefte Studien in Bibliotheken und Faktenprüfung durch journalistische Zusatzeinkünfte und Förderung aus gemeinnützigen Quellen finanzieren und ausbauen können.

Die Genossenschaft befindet sich im Gemeinschaftsbesitz der stimmberechtigten journalistischen Mitglieder und der investierenden Mitglieder, zu denen neben dem Mäzen Daniel Schily und weiteren Privatpersonen bereits auch die Schweizer Demokratie Stiftung und die GLS Treuhand e. V. zählen. Wirtschaftliches Ziel der Genossenschaft ist es, Auf- und Ausbau der Plattform und ihrer Services wesentlich über eine moderate Umsatzbeteiligung an den journalistischen Einnahmen zu finanzieren. RiffReporter stellt sich also nicht als zentral organisierter Verlag auf, sondern als agile Infrastruktur. In einem von der VolkswagenStiftung geförderten Forschungsprojekt von Prof. Christian-Mathias Wellbrock von der Universität Köln tragen wir Daten und Wissen bei, um die Frage zu beantworten, wie sich Qualitätsjournalismus erfolgreich digital organisieren lässt.

Auf der Plattform www.riffreporter.de versammelt sich seit Anfang 2018 eine wachsende Zahl von Projekten, darunter etwa „KlimaSocial“ zur Psychologie des Klimawandels, „Zukunftsreporter“ zu Szenarien der Welt von morgen, „Die Flugbegleiter“ zu Vogelwelt, Naturschutz und Ornithologie,

„Plan G“ zu verlässlichen Gesundheitsinformationen, „VR-Reporterin“ zu digitalen Technologien und viele mehr. All diese eigenständigen Gründungen sprechen die Bevölkerung direkt an, bieten spannenden Journalismus und können mit kleinen Beträgen unterstützt werden.

RiffReporter vereint die Werte des klassischen Qualitätsjournalismus mit den Methoden der digitalen Plattformidee und den Idealen der Genossenschaft. Dieser Dreiklang birgt ein großes Potenzial: Zusammen wollen diese Projekte zu einem „journalistischen Korallenriff“ heranwachsen, das sich wie die natürlichen Vorbilder durch Vielfalt, Kooperation und Tiefgang auszeichnet. Wachsen kann RiffReporter geografisch, sprachlich, personell und thematisch – auf der Grundlage eines strengen Codex, der von einem Ethikrat überwacht wird, und anderer Pfade der Qualitätssicherung, wie Vier-Augen-Prinzip und Korrekturpflicht.

Mit „RiffReporter Live“ entstehen Möglichkeiten zum direkten Dialog und zu Allianzen mit Institutionen, die mit Qualitätsjournalismus ein gemeinsames Interesse an einem lebendigen öffentlichen Raum und an kuratierten Informationen haben: den Bibliotheken. In Formaten wie „Journalist-in-residence“, „Presseclub für alle“ und in Recherche- und Factchecking-Workshops erproben die RiffReporter bereits mit den Stadtbibliotheken Berlin und Hamburg neue Formen des Austauschs und der kooperativen Medienbildung.

Die erste Station der fiktiven Journalistin Anna nach der Rückkehr von den skandinavischen Öko-Hackern wird die Stadtbibliothek Berlin sein. Dort wird sie Unterstützern und Interessenten von ihrem Trip berichten, ihre Erkenntnisse diskutieren, Anregungen für die Produktion ihres Beitrags bekommen – als Teil eines lebendigen Wissenschaftsjournalismus, der seinen Platz mitten in der Gesellschaft hat und dessen Unabhängigkeit von der Gesellschaft gewollt und unterstützt wird.

Christian Schwägerl ist Journalist, Buchautor und Mitgründer von RiffReporter. Er war Korrespondent bei der *Berliner Zeitung* (Politik), der *FAZ* (Feuilleton) und beim *SPIEGEL* (Politik), bevor er sich 2012 selbständig machte. Schwägerl schreibt für *GEO*, *ZEIT Wissen*, *FAZ*, *Yale E360* und andere Medien. Von ihm stammen die Bücher „Menschenzeit“, „11 drohende Kriege“ und „Die Analoge Revolution“. Seit 2014 leitet er die Masterclass Wissenschaftsjournalismus der Robert Bosch Stiftung. Mit www.riffreporter.de bauen er und Tanja Krämer als Vorstände zusammen mit mehr als 85 Journalistinnen und Journalisten die neue genossenschaftliche Plattform für Qualitätsjournalismus auf.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Kommunizieren oder verschweigen – Wie geht man mit wissenschaftlicher Unsicherheit um?

Cornelia Varwig

Um Forscherin zu werden, musste ich erst einmal als Journalistin scheitern – und zwar an einem Thema, das eigentlich einfach zu bearbeiten schien und über das auch schon viele andere geschrieben hatten. In der Redaktion der Zeitschrift *bild der wissenschaft* hatten wir beschlossen, eine Titelgeschichte über das viel diskutierte Thema Burn-out zu bringen. Doch bei der Recherche stellte ich schnell fest, dass es schier unmöglich war, einen fundierten Artikel mit der von uns stets angestrebten klaren Kernbotschaft zu schreiben. Ich hätte sowohl eine neue Epidemie ausrufen als auch eine neue Modediagnose entlarven können – beides auf der Grundlage wissenschaftlicher Quellen. Was nun? Ich hätte mich, wie viele Journalisten¹, einfach für eine Version entscheiden können. Doch was, wenn man ein halbwegs sachadäquates Bild vermitteln will? Die Titelzeile „Wir wissen leider auch nicht, was Burn-out ist“ hätte sicher keine Hefte verkauft.

Letztlich bin ich dem Problem ausgewichen, indem ich einen Artikel über Spitzenleistung geschrieben habe. Die Frage, wie Journalisten mit einer unklaren Sachlage wie bei Burn-out umgehen, hat mich aber nicht losgelassen. Und so entsteht nun eine Doktorarbeit über den Burn-out-Diskurs, für die ich mich mit der journalistischen Darstellung von unsicherem

¹Ich verwende in diesem Beitrag das generische Maskulinum.

C. Varwig (✉)
Stuttgart, Deutschland
E-Mail: cornelia.varwig@outlook.com

Wissen beschäftigen und damit, ob die traditionell als Autoritäten herangezogenen Wissenschaftler an Deutungsmacht verlieren, wenn sie keine klaren Statements liefern. Ein Ergebnis: In vielen Artikeln über Burn-out kommt die Wissenschaft überhaupt nicht vor.

Dabei ist Burn-out nur eins von vielen und wahrscheinlich nicht einmal das brisanteste Forschungsthema, das von Kontroversen, Widersprüchen, Ambiguitäten und anderen Arten und Quellen der Unsicherheit geprägt ist. Fortschritte in der Gen- oder Nanotechnologie bergen unbekannte Risiken, die Folgen von Geo-Engineering sind selbst mit den besten Simulationen nicht genau kalkulierbar, ebenso wenig Klimaveränderungen. Die Erforschung von Krankheiten, Ernährung, sozialen Dynamiken oder auch dunkler Energie ist work in progress, das heißt häufig ein Fall von „Noch-nicht-Wissen“. Besonders stutzig gemacht hat mich die Aussage des Umweltchemikers Martin Scheringer (2018), dass es mehrere 10.000 Substanzen gibt, die in Arzneimitteln, Pflanzenschutzmitteln, Bioziden oder Industriechemikalien und anderen Produkten verwendet werden, von denen keiner weiß, welche Wirkung sie auf Mensch und Umwelt haben. Und dann gibt es noch das Paradoxon, dass zu viel Wissen Erkenntnis verhindern kann, weil die Spezialisierung in manchen Forschungsfeldern eine solche Schwemme an Publikationen hervorbringt, dass nicht einmal die Spezialisten, geschweige denn Journalisten oder andere Kommunikatoren, sie überschauen können. Als Beispiele dafür nennt der Kommunikationswissenschaftler Markus Lehmkuhl (2015) die Forschung an Alzheimer und Antibiotika-Resistenzen. Es gibt wohl kein wissenschaftliches Ergebnis, das nicht auf irgendeine Weise Fragen offenlässt. Der Soziologe Peter Wehling (2018) spricht sogar von der „Unzertrennlichkeit“ von Wissen und Nichtwissen. Letztlich ist dem Wissenschaftstheoretiker Karl Popper (1935) zufolge „jeder wissenschaftliche Satz vorläufig“. „Nur in unseren subjektiven Überzeugungserlebnissen, in unserem Glauben könnten wir absolut sicher sein“, schrieb Popper (1935) in seinem Hauptwerk „Logik der Forschung“.

Innerhalb des Wissenschaftssystems stellt die Unsicherheit kein allzu großes Problem dar. Dort dient sie sogar als Motor des Erkenntnisgewinns; und bestenfalls wird ein offener und konstruktiver Umgang mit wissenschaftlicher Kontingenz gepflegt (wenn nicht gerade Reputationsdruck oder Imagepflege dazwischenkommen, wie die Linguistin Lisa Rhein in *Selbstdarstellung in der Wissenschaft* beschreibt; Rhein 2015). Doch in der sogenannten externen Wissenschaftskommunikation gibt es intuitiv einige Bedenken, über Unsicherheiten zu sprechen, die ich später partiell zu entkräften versuche.

Unsicherheit kommunizieren – Risiken

Gerade in Zeiten, in denen die Sorge über „alternative Fakten“ besonders groß ist, könnte jede Äußerung, die eine Schwäche offenbart, heikel sein, weil damit die Glaubwürdigkeit der Wissenschaft und das Vertrauen in sie aufs Spiel gesetzt werden könnte. Laut dem Psychologen Rainer Bromme (2018) ist die „Zuschreibung von Können“ nun mal eine von drei Dimensionen von Vertrauen in die Wissenschaft (Könneker 2018). Das heißt, wenn Wissenschaftler den Eindruck vermitteln, sie wüssten auch nicht genau Bescheid, besteht die Gefahr, Vertrauen zu verlieren. Die Rezeptionsstudien dazu sind – wie könnte es anders sein – kontrovers. Aber es gibt Studien, etwa von Michaela Maier et al. (2018), die zeigen, dass Informationen durch die Darstellung von Ungesicherheit tatsächlich als unwissenschaftlich und weniger glaubwürdig empfunden werden. Außerdem reduziert laut Peter Wiedemann et al. (2009) die komplexe Darstellung von wissenschaftlicher Unsicherheit die wahrgenommene Verständlichkeit eines Beitrags. Wobei man hier fragen könnte, ob das an der wissenschaftlichen Unsicherheit oder an der komplexen Darstellung liegt.

In der Risikokommunikation gibt es außerdem die Befürchtung, dass die Kommunikation von Unsicherheit die Menschen verwirrt und ihre Sorge über eine bestimmte Bedrohung noch vergrößert. Dann erreicht die Risikokommunikation, die eigentlich deeskalieren will, genau das Gegenteil.

Bietet die Wissenschaft verschiedene Interpretationen an, kann das beliebig wirken und der Eindruck entstehen, dass wissenschaftliche Erklärungen genauso viel oder wenig wert seien wie andere. Die Studienlage dazu kenne ich nicht. Aber die Haltung „Ob wissenschaftlich oder nicht – ist doch egal“ ist mir sogar bei Erstsemestern am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) begegnet, die sich mit dem Studienfach „Wissenschaft – Medien – Kommunikation“ auf ein Leben an der Schnittstelle von Wissenschaft und Öffentlichkeit vorbereiten. Ein Rückgang von blinder Autoritäts- bzw. Wissenschaftshörigkeit ist ja begrüßenswert, aber wenn dann jegliche Orientierung fehlt, welche Quellen in der Online- und Offline-Kakofonie verlässlich und seriös sind, wird es problematisch. Wobei verzweifelte Twitter-Aufrufe wie der folgende dann wiederum auch nicht der richtige Weg sind: „Lasst eure Kinder impfen! Wenn ihr zu dumm seid, im Internet gute von schlechten Quellen zu unterscheiden, dann vertraut auf die Fachleute.“ (DerApotheker am 1. November 2018).

Wer als Wissenschaftler keine klaren Botschaften herausposaunt, mit denen er Deutungshoheit beansprucht, kratzt, so die verbreitete Befürchtung, am Image der Wissenschaft und geht das Risiko ein, weniger

Gehör zu finden als selbst ernannte Gurus, die mit vermeintlichen Fakten Orientierung bieten. Das heißt, unsicheres Wissen ist ein möglicher Einfallstor für ideologische Welterklärer wie Klimaskeptiker, Kreationisten, Esoteriker oder Verschwörungstheoretiker, die laut dem Verschwörungsforscher Michael Butter (2018) statt komplizierten eben einfache Wahrheiten anbieten und dadurch Kontingenzzreduktion suggerieren. Besonders perfide sind Kräfte innerhalb der Wissenschaft, die interessengeleitet, profitorientiert oder politisch motiviert Unsicherheiten nutzen, um künstlich Kontroversen zu entfachen oder anzuzünden und damit die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Diese „manufactured doubts“ gibt es etwa bei den Themen Klimawandel, Tabakkonsum, Hautkrebs oder Impfen. Die von dem Kommunikationswissenschaftler Lars Guenther (2017) identifizierte Sorge von Wissenschaftlern und Journalisten, Laien könnten einen direkten Hinweis auf Unsicherheit falsch verstehen und den Eindruck gewinnen, die Wissenschaft wisse überhaupt nichts, ist also nicht ganz unberechtigt.

Was in der Praxis passiert

Auch aus diesem Grund lassen Journalisten Einschränkungen eher mal unter den Tisch fallen – laut Guenther (2017) sind das insbesondere Detailinformationen wie Stichprobengrößen, Auswertungsschritte oder das methodische Vorgehen. Diese sind aus journalistischer Sicht für den Laien nicht sonderlich wichtig und erschweren im Zweifelsfall das Verständnis. Aus meiner Erfahrung als Redakteurin bei *bild der wissenschaft* kann ich sagen, dass es im gedruckten Magazin durchaus Raum für eine differenzierte Berichterstattung gab und diese auch als Qualitätsmerkmal verstanden wurde. Die schnellen Online-Wissenschaftsnews, die täglich in der Redaktion und andernorts produziert werden, folgen jedoch eher dem verbreiteten Standard, Einzelergebnisse ohne große Kontextualisierung nach dem Schema „Forscher haben herausgefunden, dass ...“ darzustellen. Relativierungen wie „Forscher haben eventuell herausgefunden, dass ...“ wird man im journalistischen Kontext eher seltener finden.

Es gehört einfach zu den journalistischen Prinzipien, Kontingenz zu reduzieren oder sogar gänzlich auszublenden und keine „Einerseits-andererseits“-Geschichten zu erzählen. Diese waren explizit verpönt beim damaligen Chefredakteur von *bild der wissenschaft*. Differenzieren innerhalb eines Beitrags ja, trotzdem mussten die Redakteure für jeden Artikel genau eine Kernbotschaft herausdestillieren.

Um Aufmerksamkeit zu generieren, stellen Journalisten vorzugsweise den positiven Nutzen von Forschung heraus oder versuchen Faszination zu wecken. Dazu passt die Darstellung von Unsicherheit häufig nicht, wie Markus Lehmkuhl und sein Fachkollege Hans Peter Peters (2016) in einer Untersuchung von neurowissenschaftlicher Berichterstattung festgehalten haben. Schon 1993 hatte das US-amerikanische Autorenduo S. Holly Stocking und Lisa Holstein (Stocking und Holstein 1993) konstatiert, dass Journalisten wissenschaftliche Unsicherheit nur dann thematisieren, wenn sie glauben, damit Spannung zu erzeugen und das Interesse des Publikums gewinnen zu können. Und das haben Maier et al. (2018) auch jüngst bestätigt: Mit der expliziten Nennung von Unsicherheit ist besonders dann zu rechnen, wenn Kontroversen oder Risiken neuer wissenschaftlicher Erkenntnisse thematisiert werden. Dabei haben sie Unterschiede zwischen verschiedenen Disziplinen gefunden: In Beiträgen über molekulare Medizin gibt es beispielsweise mehr Unsicherheit als in solchen über Nanotechnologie.

Vorschläge zum Umgang mit wissenschaftlicher Unsicherheit

Die wissenschaftliche Literatur bietet wenige direkte Empfehlungen, wie mit Unsicherheit so umgegangen werden kann, dass das Publikum maximal informiert und minimal irritiert ist. Und auch hier gibt bei den Rezeptionsstudien keine eindeutigen Ergebnisse. Während manche Rezipienten ungesicherte Informationen als unwissenschaftlich empfinden und dadurch verunsichert werden, erhöhen sie bei anderen sogar das Interesse an der Wissenschaft. Manche Rezipienten erwarten sogar eine differenzierte Darstellung – allerdings erst, wenn sie explizit auf das Phänomen der Ungesicherheit hingewiesen wurden, wie Maier et al. (2018) herausfanden. Ansonsten sei die Unsicherheit des Wissens für Rezipienten kaum von Relevanz, so die Forscher. Das heißt aber auch: Die Darstellung von Unsicherheit hat nicht grundsätzlich negative Effekte auf das Interesse an Wissenschaft und das Vertrauen in Wissenschaftler – was aus meiner Sicht dafür spricht, mehr Unsicherheit zu kommunizieren.

Besteht außerdem nicht auch umgekehrt die Gefahr, an Glaubwürdigkeit zu verlieren, wenn unumstößliche Wahrheiten später doch revidiert werden müssen – wie das etwa in den Ernährungswissenschaften gefühlt wöchentlich der Fall ist? Wenn lange die gesunde Wirkung von Kokosöl angepriesen wird und später eine Wissenschaftlerin mit derselben Überzeugung erklärt,

es sei reines Gift, ist es ja nicht verwunderlich, wenn sich Laien irritiert abwenden und am Ende einfach das glauben, was besser in ihr Weltbild passt. Eine differenziertere Darstellung kann solch eine Fallhöhe verringern.

Wie die Vermittlung von Unsicherheit konkret funktioniert, kann nicht pauschal, sondern muss letztlich wohl fallweise entschieden werden – abhängig von Thema, Zielgruppe, Kontext und Kommunikationsziel und auch von den Arten der Unsicherheit. Bei einem Thema, das viele persönlich betrifft und das Handlungsschritte nach sich zieht, wie beispielsweise die Therapie einer Krebserkrankung, ist die Offenlegung von Unsicherheiten, Beschränkungen und Risiken allein deshalb angebracht, um keine falschen Hoffnungen zu wecken. Ausgerechnet in der Berichterstattung über Krebsforschung wird aber häufig zu sehr vereinfacht, schreibt der Kommunikationsforscher Jakob Jensen (2008).

Will man Kindern hingegen die Faszination von Schwarzen Löchern, Weißen Zwergen und Roten Riesen vermitteln, muss man nicht unbedingt als Erstes darüber sprechen, wo die Forscher noch im Dunkeln tappen. Ansonsten gibt es den beliebten Kunstgriff, das Noch-nicht-Wissen als Rätsel oder Geheimnis zu verpacken oder die Wissenschaftler als Detektive auf die Suche nach Erkenntnis zu schicken – solange das nicht zu klischeehaft geschieht.

Im Allgemeinen sollte man nicht am vereinfachenden Defizitmodell der „Public Understanding of Science“-Initiative festhalten, sprich das Publikum unterschätzen. *Die eine* Öffentlichkeit gibt es ohnehin nicht, sondern nur sehr viele unterschiedliche Zielgruppen, eigentlich Zielpersonen, Black Boxes, von denen man letztlich trotz Befragungen, Fokus-Gruppen und Online-Kommentaren nie so ganz genau weiß, welches Vorwissen, welche Vorbehalte oder Interessen in ihnen stecken. Die Menschen seien sich aber durchaus dessen bewusst, schreibt die britische Food-and-Society-Professorin Lynn Frewer, dass Wissenschaft ein fortschreitender und sich entwickelnder Prozess ist und dies ein Grund für Unsicherheiten (Frewer et al. 2002).

Vor der Frage, wie mit wissenschaftlicher Unsicherheit umzugehen ist, stehen letztlich Wissenschaftler, Kommunikatoren und Journalisten gleichermaßen. Dabei sollte Wissenschaftlern und Kommunikatoren bewusst sein, dass sie einen Einfluss auf die Berichterstattung von Journalisten haben. Wenn sie Einschränkungen, Wissenslücken und dergleichen gar nicht erst thematisieren, werden diese im Normalfall auch nicht bis zum Journalisten durchdringen. Wenn man aber als Forscher Unsicherheiten transparent macht, besteht zumindest eine Chance, dass Journalisten sie wahrnehmen und aufgreifen. Und selbst wenn die Gefahr von Irritationen beim Publikum besteht, ist es für Journalisten schon allein wegen der journalistischen

Sorgfaltspflicht geboten, Unsicherheiten zu vermitteln, auch wenn die Story dann schwächer ausfällt. Was teilweise in Qualitätsmedien über Burn-out geschrieben wurde, halte ich aus einer Journalismuskritischen Perspektive jedenfalls für unverantwortlich.

Eine Empfehlung von Lynn Frewer et al. (2002) im Kontext des Risikomanagements lautet, den Fokus der Kommunikation darauf zu richten, was dafür getan wird, die Unsicherheit zu reduzieren. Das funktioniert freilich nicht in allen Fällen. Doch letztlich sollten Wissenschaftler, Kommunikatoren und Journalisten ihren Rezipienten meiner Ansicht nach häufiger Kontingenz zumuten, um dadurch informierte Debatten in der Gesellschaft zu ermöglichen.

Fazit und Positionierung

Dieser Beitrag bietet keine systematische Auswertung der wissenschaftlichen Literatur zur Kommunikation von Unsicherheit. Er wirft lediglich ein Schlaglicht auf ein Problem, das jede Disziplin betrifft und auf das jeder irgendwann stößt, der Wissenschaft kommuniziert – egal ob analog oder digital, mündlich oder schriftlich, in Texten oder (Bewegt-)Bildern, als Laie oder Profi.

Trotz aller Einschränkungen und Nachteile halte ich Wissenschaft für das beste Welterklärsystem, das wir haben. Dabei argumentiere ich nicht für eine unkritische Wissenschaftshörigkeit. Im Gegenteil: Es geht darum, Menschen durch die Wissenschaft zu kritischen Mitdenkern zu machen und die Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Phänomenen und Erklärungen als etwas Wertvolles anzusehen – und dazu gehört eben auch, die schwierigen und komplexen Prozesse der Wissenschaft so gut es geht nachvollziehbar zu machen.

Das Minimalziel wäre meiner Ansicht nach, im Verbund mit spannenden Forschungsergebnissen häufiger auch die Prinzipien des wissenschaftlichen Erkenntnisgewinns und seine Grenzen darzustellen, um das Evidenzverständnis bei den Rezipienten zu verbessern – auch wenn das bisweilen dem journalistischen Prinzip der Zuspitzung zuwiderläuft. Die Journalismusforscher Hans Peter Peters und Harald Heinrichs (2005) halten die Kommunikation von Unsicherheiten für eine Frage der Redlichkeit und argumentieren im Kontext der Klimadebatte dafür, „die epistemischen Grundlagen der wissenschaftlichen Aussagen über den globalen Klimawandel besser zu erklären“ (S. 208). Der Aufwand lohne sich deshalb, weil die Erklärung des Erkenntnisprozesses zu einem besseren Verständnis der

wissenschaftlichen Ergebnisse und der Gründe für vorhandene Unsicherheit führen würde. Auch die regelmäßige Revision durch neue Erkenntnisse würde dann eher als prinzipielles Problem des Erkenntnisprozesses und nicht als Beleg für defizitäre Wissenschaft verstanden werden. Außerdem sei es besser, die Varianz von Erkenntnissen explizit zu machen, als implizit zwischen zusammenhangslosen Medienberichten entstehen zu lassen.

Der Burn-out-Diskurs ist ein gutes Beispiel dafür, was passiert, wenn man die Unsicherheit des Wissens nicht adäquat kommuniziert: Der Diskurs verselbstständigt sich. Und so zeichnet sich ein gesellschaftlicher Konsens ab, dass Burn-out als Krankheit existiert – wenngleich das nach dem Stand der Wissenschaft heute nicht belegt ist. Für dieses Kommunikationsergebnis sind Wissenschaftler und Journalisten gleichermaßen verantwortlich.

Im Mikrokosmos der Wissenschaftskommunikation wünsche ich mir freilich einen starken, kritischen Wissenschaftsjournalismus, der die wachsende Wissenschafts-PR im Zaum hält. Im Makrokosmos, in dem es um die Durchsetzung von wissenschaftlichem Wissen gegenüber anderen Welt-erklärungen geht, sind mir ganz pauschal ungefilterte Wissenschaftsnews immer noch lieber als irgendeine andere ideologische Art der Propaganda oder Manipulation. Und auch wenn ich mir nicht sicher bin, ob wir wirklich in ein postfaktisches Zeitalter hineinschlittern, schließe ich mich vorsichtshalber der Forderung der neuen Direktorin des Römisch-Germanischen Zentralmuseums in Mainz Alexandra Busch an, die beim Festakt zu ihrem Amtsantritt sagte: „In einer postfaktischen Zeit muss Wissenschaft lauter, politischer und im gesellschaftlichen Leben präsenter werden.“ (O. V. 2018)

Literatur

- Bromme, R. (2018). Die drei Dimensionen des Vertrauens. In C. Könneker (Hrsg.), *Fake oder Fakt? Wissenschaft, Wahrheit und Vertrauen* (S. 243–250). Berlin: Springer.
- Butter, M. (2018). *Nichts ist, wie es scheint*. Berlin: Suhrkamp.
- Frewer, L., et al. (2002). Public preferences for informed choice under conditions of risk uncertainty. *Public Understanding of Science*, 11, 363–372.
- Guenther, L. (2017). *Evidenz und Medien. Journalistische Wahrnehmung und Darstellung wissenschaftlicher Ungesicherheit*. Wiesbaden: Springer VS.
- Peters, H. P., & Heinrichs, H. (2005). *Öffentliche Kommunikation über Klimawandel und Sturmflutrisiken. Bedeutungskonstruktion durch Experten, Journalisten und Bürger*. Jülich: Forschungszentrum Jülich.

- Jensen, J. (2008). Scientific uncertainty in news coverage of cancer research: Effects of hedging on scientists and journalists credibility. *Human Communication Research, 34*, 347–369.
- Könneker, C. (Hrsg.). (2018). *Fake oder Fakt? Wissenschaft, Wahrheit und Vertrauen*. Berlin: Springer.
- Lehmkuhl, M. (2015). Wissenschaftskommunikation in der Kritik – Der Wettbewerb um Aufmerksamkeit. (Vortrag auf „Wissenswerte“, Bremen, November 2015). https://www.wissenswerte-bremen.de/userfiles/file/WW15_B3_Lehmkuhl_Wettbewerb%20um%20Aufmerksamkeit.pdf. Zugegriffen: 23. Febr. 2019.
- Lehmkuhl, M., & Peters, H. P. (2016). Constructing (un-)certainty: An exploration of journalistic decision-making in the reporting of neuroscience. *Public Understanding of Science, 8*, 909–926.
- Maier, M., Guenther, L., Ruhrmann, G., Barkela, B., & Milde, J. (2018). Kommunikation ungesicherter wissenschaftlicher Evidenz – Herausforderungen für Wissenschaftler, Journalisten und Publikum. In N. Janich & L. Rhein (Hrsg.), *Unsicherheit als Herausforderung. Zur Forschungspraxis und ihrer Reflexion in Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften* (S. 93–111). Frankfurt a. M.: Lang.
- O. V. (2018). *Von wegen alte Töpfe: Archäologie will aktuell relevant sein*. Süddeutsche.de, vom 03.11.2018. <https://www.sueddeutsche.de/news/wissen/wissenschaft—mainz-von-wegen-alte-toepfe-archaeologie-will-aktuell-relevant-sein-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-181103-99-653667>.
- Popper, K. (1935). *Logik der Forschung. Zur Erkenntnistheorie der modernen Naturwissenschaft*. Wien: Springer.
- Rhein, L. (2015). *Selbstdarstellung in der Wissenschaft: Eine linguistische Untersuchung zum Diskussionsverhalten von Wissenschaftlern in interdisziplinären Kontexten*. Frankfurt a. M.: Lang.
- Scheringer, M. (2018). Unsicherheit als zentrales Problem in der Risikobewertung für Chemikalien. In N. Janich & L. Rhein (Hrsg.), *Unsicherheit als Herausforderung. Zur Forschungspraxis und ihrer Reflexion in Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften* (S. 53–69). Frankfurt a. M.: Lang.
- Stocking, S. H., & Holstein, L. W. (1993). Constructing and reconstructing scientific ignorance. Ignorance claims in science and journalism. *Science Communication, 15*, 186–210.
- Wehling, P. (2018). Verantwortung für das Unvermeidliche. Wissenschaftliches Nichtwissen als Gegenstand epistemischer Selbstreflexion und politischer Gestaltung. In N. Janich & L. Rhein (Hrsg.), *Unsicherheit als Herausforderung. Zur Forschungspraxis und ihrer Reflexion in Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften* (S. 207–230). Frankfurt a. M.: Lang.
- Wiedemann, P. M., Löchtfeld, S., Claus, F., Markstahler, S., & Peters, I. (2009). *Laiengerechte Kommunikation wissenschaftlicher Unsicherheiten im Bereich EMF*. Abschlussbericht zum BFS Forschungsprojekt StSch 3608S03016.

Cornelia Varwig kennt sowohl die praktische als auch die theoretische Seite der Wissenschaftskommunikation. Nach ihrem Studium der Komparatistik, Publizistik und Psychologie in Mainz und Wien war sie zehn Jahre als Redakteurin bei der populärwissenschaftlichen Zeitschrift *bild der wissenschaft* tätig. 2013 nahm sie parallel eine Beschäftigung als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Germanistik in der Abteilung Wissenschaftskommunikation am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) auf. Heute arbeitet sie als freie Wissenschaftsjournalistin in Stuttgart.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Der wissenschaftliche Faktencheck

Die Praxis des Gegenlesens im Wissenschaftsjournalismus und ihre unerwünschten Folgen

Alexander Mäder

Darf man Wissenschaftsjournalisten vertrauen, wenn sie nicht vom Fach sind? Können sie sich in kurzer Zeit tief genug in ein wissenschaftliches Thema einarbeiten? Diese Fragen sind berechtigt, denn nur wenige Redaktionen verlangen einen Hochschulabschluss in der Disziplin, über die der Journalist berichtet. Mir hat das den Berufsstart als Wissenschaftsjournalist erleichtert, denn ich habe im Magister-Hauptfach Philosophie studiert. Trotzdem durfte ich über Raumsonden und Teilchenbeschleuniger schreiben, auch über das Genome Editing und den Klimawandel. Wie stellen Redaktionen in solchen Fällen sicher, dass die Fakten stimmen? Und was tragen Autoren wie ich zur Qualitätssicherung bei?

Sauber zu recherchieren reicht nicht, denn weder die Redaktion noch das Publikum können dem Manuskript seine Faktentreue ansehen. Wenn die Quellen präzise benannt werden, damit zweifelnde Leser die Thesen leicht überprüfen können, spricht das zwar für eine gründliche Recherche. Besser ist es jedoch, die Angaben vor der Veröffentlichung noch einmal zu kontrollieren – und ich glaube, dass die meisten Leser einen solchen Faktencheck erwarten. *Der Spiegel* und einige andere Magazine betreiben große Verifikationsabteilungen, die in jeder Ausgabe zahlreiche sachliche Fehler aus den Texten fischen. Doch selbst die Faktenprüfer beim *Spiegel* gaben im Dezember 2018 bekannt, einem Betrüger aus der Redaktion aufgefressen zu sein. Sie waren nicht darauf vorbereitet, dass ein Reporter Gesprächspartner

A. Mäder (✉)

Hochschule der Medien, Stuttgart, Deutschland

E-Mail: maeder@hdm-stuttgart.de

und Interviews erfindet, und sind den vermeintlichen Zitaten daher nicht routinemäßig nachgegangen.

Doch über die interne Kontrolle wird in der Öffentlichkeit selten gesprochen, Journalisten bleiben hier seltsamerweise intransparent. Das mag daran liegen, dass viele Redaktionen das Überprüfen der Fakten an die Autoren ausgelagert haben und nur nachrecherchieren, wenn beim Redigieren Unstimmigkeiten auffallen. Im Wissenschaftsjournalismus gibt es einen weiteren Grund für die Verschwiegenheit, denn das Gespräch käme schnell auf eine verbreitete Praxis, die vielen Journalisten unangenehm ist: Sie schicken ihre Beiträge manchmal vor der Veröffentlichung an die Wissenschaftler, um deren Arbeit es im Beitrag geht. Die Forscher sollen dann dafür sorgen, dass auch die fachlichen Details richtig wiedergegeben werden.

Diese Art des Faktenchecks ist ein Spezialfall und vermutlich auf den Wissenschaftsjournalismus beschränkt, denn das Verfahren wird damit begründet, dass sich Journalisten nicht in jedem Fachgebiet der Wissenschaft auskennen. Im Print- und Onlinejournalismus, in dem ich zu Hause bin, wird diese Korrekturpraxis „Gegenlesen“ genannt. Wissenschaftler und ihre Pressesprecher bieten diesen Service nach einem Interview manchmal an – dass sie ihn einfordern oder gar zur Bedingung für ein Gespräch machen, kommt nur selten vor. Ich lehne diese Angebote immer ab und höre dann gelegentlich, dass meine Kollegen damit kein Problem hätten. Aus solchen Erlebnissen und zahlreichen kollegialen Gesprächen habe ich über die Jahre den Eindruck gewonnen, dass ein beträchtlicher Teil der wissenschaftsjournalistischen Artikel gegengelesen wird. In diesem Beitrag will ich mich gegen diese Art der Qualitätskontrolle wenden.

Die bisherige Debatte

Soweit ich weiß, erfüllen Wissenschaftler die Aufgabe des Gegenlesens mit Sorgfalt. Ein Klimaforscher würde zum Beispiel anmerken, dass der Artikel die Zuverlässigkeit des vorhergesagten Temperaturanstiegs übertreibt. Er würde erklären, dass er mehrere Szenarien simuliert hat, die auf unterschiedlichen Annahmen beruhen, über deren Wahrheitsgehalt er nicht urteilen möchte. Der Journalist hat dann die Chance, die Aussagen zum bevorstehenden Klimawandel weniger deterministisch zu formulieren und zu betonen, wie viel von den politischen Entscheidungen abhängt.

Die tonangebenden Instanzen im Wissenschaftsjournalismus verurteilen diese Praxis jedoch seit Jahren, weil sie sich nicht mit der gebotenen Unabhängigkeit vertrage: Journalisten sollen kontrollieren, nicht

kooperieren. Schon der Verdacht, dass der Wissenschaftler beim Gegenlesen seine Meinung in den Artikel hineinredigiert haben könnte, schade der Glaubwürdigkeit. Man müsse sich nur vorstellen, ein Politikredakteur schicke seine Beiträge vor der Veröffentlichung ans Bundespresseamt! Dieser Vergleich mit dem Politikjournalismus wird häufig bemüht und er verdankt sich dem Wunsch vieler Wissenschaftsjournalisten, in der Redaktion zu einem gleichwertigen Ressort zu avancieren: Wissenschaftsjournalismus ist Journalismus, der über Wissenschaft berichtet, so lautet die Devise. Für ihn sollten daher dieselben Standards gelten wie für andere Themengebiete. Den Faktencheck müssen die Redaktionen anders hinbekommen.

Den Kritikern halten einige Kollegen entgegen, dass es beim Gegenlesen nur um die technischen Details gehe: Diese randständigen Fakten kontrollieren zu lassen, sei ethisch unproblematisch – und dass die Details stimmen, trage wiederum zur Glaubwürdigkeit bei. Als Journalist behalte man die Kontrolle über seinen Text, nutze aber die Möglichkeit eines zusätzlichen kostenlosen Faktenchecks, der einen schon vor mancher Peinlichkeit bewahrt habe. Der Wissenschaftsjournalismus sei eben doch keine normale Spielart des Journalismus: Nur hier habe man es jeden zweiten Tag mit einem neuartigen Thema zu tun, von dem man bisher nichts wusste. Das nötige fachliche Detailwissen könne man nicht in so kurzer Zeit erwerben.

Eine vorschnelle Antwort

Es lohnt sich, genauer zu fragen, was die unvergleichliche Vielfalt der Wissenschaft ausmacht. Dazu unterscheide ich drei Arten von Themen. Der Wissenschaftsjournalismus spricht erstens gesellschaftlich relevante Themen an: Er berichtet beispielsweise über den Datenschutz, die zunehmenden Fehltagel wegen Depressionen und die Möglichkeiten der genetischen Diagnostik. Andere Themen dagegen hängen zwar nicht mit drängenden gesellschaftlichen Fragen zusammen, erfüllen aber eine tiefe menschliche Neugier: In diese zweite Kategorie fallen etwa interplanetare Missionen, Archäologie und die Teilchenbeschleuniger.

Das Themenspektrum ist mit diesen beiden Bereichen aber noch nicht erkennbar breiter als das des Politikjournalismus, der ebenfalls ein breites Feld abzudecken hat und sich mit den sozialen Sicherungssystemen ebenso befassen muss wie mit den Maßnahmen zur Terrorbekämpfung. Erst eine dritte Kategorie macht den Wissenschaftsjournalismus wirklich vielfältig: Es sind die ausufernd vielen Studien, die den kleinteiligen wissenschaftlichen Fortschritt widerspiegeln. Sei es etwa über eine medizinische Therapie, die

einer kleinen Patientengruppe geholfen hat, oder über einen neuen Werkstoff, der die Speicherfähigkeit von Batterien zu verbessern verspricht.

Hinter solchen Studien stecken meist mehrere Jahre Arbeit und die journalistischen Berichte darüber geben einen Einblick in die Werkstatt der Wissenschaft. Doch zugleich befördern sie das Bild eines Forschungsprozesses, der von einem Erfolg zum nächsten eilt. Ob sich die Aussagen später bestätigen lassen, liegt außerhalb des journalistischen Blicks. Im Wissenschaftsjournalismus spricht man vom „Einzelstudienyndrom“, weil zuweilen sogar der Aufwand gescheut wird, die neuen Studien in ihren Forschungskontext einzubetten.

Das Gegenlesen wird vor allem für diese dritte Art der Berichterstattung genutzt, und ich teile die kritische Sicht darauf. Eine Zeit lang habe ich meine Position sogar recht scharf formuliert: Im Zweifelsfall ist die Unabhängigkeit wichtiger als die Richtigkeit; denn es ist einfacher, einen Fehler zu korrigieren, als skeptische Leser davon zu überzeugen, dass der Forscher beim Gegenlesen nicht den Tenor des Beitrags verändert hat. Doch es wirkt immer etwas übertrieben, einzelne Prinzipien über alles andere zu stellen, und ich glaube inzwischen sogar, dass ich damit nicht den entscheidenden Punkt getroffen habe.

Auch der Vergleich zwischen Wissenschafts- und Politikjournalismus darf nicht überstrapaziert werden, denn Wissenschaftler sind keine Politiker. Im öffentlichen Diskurs beraten sie eher, als dass sie gestalten, und sie werden an der Zuverlässigkeit ihrer Aussagen gemessen und weniger an ihren Führungsqualitäten. Einen Artikel von einem Wissenschaftler gegenlesen zu lassen wirkt daher weniger anstößig, als einen Artikel vorab ans Bundespresseamt zu schicken. Ich vermute, dass die Leser den Forschern beim Gegenlesen von Artikeln eine hohe Integrität zugestehen. Sicher vertrauen manche Leser dieser Art von Faktencheck sogar mehr als der journalistischen Recherche.

Gelenkte Themenauswahl

Um meine Kritik am Gegenlesen besser zu begründen, möchte ich sogar noch einen weiteren Unterschied zwischen Politikern und Wissenschaftlern herausstellen: Politiker müssen sich gegenüber ihren Wählern verantworten und können ihr Mandat verlieren, Wissenschaftler sind hingegen ziemlich frei in der Wahl ihrer Forschungsfragen und Methoden. Das hat für den Journalismus eine wichtige Konsequenz: Politikjournalisten können im Namen ihrer Leser Themen auf die öffentliche Agenda setzen, während

Wissenschaftsjournalisten ihre Themen oft aus der Fülle der wissenschaftlichen Erkenntnisse auswählen.

Das Auswahlverfahren hat sich im Wissenschaftsjournalismus fest etabliert: Die wichtigen Fachjournale schicken akkreditierten Wissenschaftsjournalisten vorab die Studien ihrer kommenden Ausgabe, oft ergänzt um eine allgemeinverständliche Beschreibung, einige Zitate der beteiligten Forscher und passende Bilder. Hier bedienen sich Wissenschaftsjournalisten – und die Berichte, die daraus entstehen, machen einen guten Teil des wissenschaftsjournalistischen Angebots aus. Dieses System liefert immer wieder überraschende Ergebnisse aus kaum bekannten Themengebieten, in die sich der Journalist schnell einarbeiten muss. Er präsentiert dann idealerweise nicht nur das Fazit der Wissenschaftler, sondern vollzieht in seinem Beitrag nach, wie es zustande kam. Dazu ist es nötig, die Methoden und die empirischen Ergebnisse im Detail darzustellen, denn nur dann lässt sich abschätzen, wie gut die Schlussfolgerungen der Forscher begründet sind. Und genau diese technischen Details im journalistischen Beitrag soll der Forscher anschließend auf sachliche Richtigkeit prüfen.

Dieses System fördert also die Praxis des Gegenlesens; und man kann sich fragen, warum Wissenschaftsjournalisten ihren Lesern Einzelheiten aus wissenschaftlichen Studien zumuten, die sie selbst nicht wichtig genug finden, um für deren Richtigkeit geradezustehen. Sie leiten in solchen Fällen im Grunde nur an die Leser weiter, was ihnen die Forscher sagen. Sie machen Studien nachvollziehbar, ohne diese selbst nachzuvollziehen. Daher kann man daran zweifeln, dass Wissenschaftsjournalisten die richtigen Studien für ihre Berichterstattung auswählen, wenn diese nicht interessant genug sind für eine gründliche Auseinandersetzung.

Doch ich möchte auf einen anderen Punkt hinaus: Es verträgt sich nicht mit der journalistischen Unabhängigkeit, sich auf eine Themenauswahl zu beschränken, die von der Wissenschaft vorgegeben wird, auch wenn das subtil geschieht wie bei den Vorankündigungen der Fachjournale. Um nicht unter Verdacht zu geraten, Pressearbeit für die Wissenschaft zu machen, sollten Wissenschaftsjournalisten die Themen – im Namen der Leser – stärker selbst setzen, wie es Politikjournalisten oft tun.

Journalistische Unabhängigkeit

Die Unabhängigkeit, von der ich oben sprach, wirkte dürrig, weil sie nur einen Aspekt herausgriff: dass Wissenschaftler nicht in die Artikel hineinredigieren dürfen. Doch Unabhängigkeit erschöpft sich nicht darin, dass

man seinen Gesprächspartnern das Gegenlesen verweigert und sie so im Unklaren lässt, was man über ihre Forschung schreiben wird. Unabhängigkeit bedeutet auch, dass der Journalist bei der Themenwahl seinem eigenen Urteil folgt. Daher bringt es den Wissenschaftsjournalismus nicht weiter, wenn das Gegenlesen geächtet wird, solange die Wissenschaft auf anderem Weg Einfluss auf die Berichterstattung nimmt: Sie legt in einem stärkeren Maße die journalistische Agenda fest, als es Politiker können.

Doch die dritte Themenkategorie ist ja (wie oben dargelegt) nicht die einzige, mit der sich Wissenschaftsjournalisten befassen. Sie berichten auch über gesellschaftlich relevante Themen und solche, die sich aus der menschlichen Neugier speisen. In diesen beiden Fällen dürfte der Anreiz größer sein, sich in das Thema einzuarbeiten. Denn man hat es mit Fragen zu tun, die aus der Gesellschaft kommen, aus ihren politischen Debatten oder ihrer Selbstvergewisserung, und die sich typischerweise nicht durch ein Experteninterview oder eine wissenschaftliche Studie endgültig beantworten lassen. Diese Fragen sind daher nicht mit einem journalistischen Beitrag wirklich erledigt. Hier ist der Wissenschaftsjournalist in derselben Lage, in der sich Politikjournalisten befinden: Er darf sich gründlicher einarbeiten, weil er sein Wissen gleich für mehrere Artikel nutzen kann, anstatt von einer interessanten Studie zur nächsten zu springen.

Ein Klimajournalist könnte zum Beispiel der Frage nachgehen, was die Gesellschaft aus den Szenarien der Klimaforscher lernen soll. Dass es schlimm kommen kann, wenn wir nichts tun, wissen wir. Doch mit welchen Hebeln beeinflusst man das Klima am stärksten? Und wie müssten die Maßnahmen zum Klimaschutz ineinandergreifen, um den Temperaturanstieg effektiv zu begrenzen? Hier lohnt sich ein genauer Blick auf die Szenarien und die Methode der Computersimulationen, um zu verstehen, welche Schlüsse man daraus ziehen kann. Diese allgemeinen Erkenntnisse lassen sich dann mit den Erfahrungen aus konkreten Klimaschutzprojekten verknüpfen. Auf die neueste Abschätzung, wie stark die Temperatur von den Treibhausgasen abhängt, darf der Klimajournalist hingegen auch einmal verzichten, weil sie nur einen kleinen Beitrag zu einem bereits umfangreichen Forschungskorpus darstellt.

Mein Appell lautet also, sich stärker auf die ersten beiden Themenkategorien zu konzentrieren und in diesen Gebieten fachliche Expertise aufzubauen. Das würde den Wissenschaftsjournalismus bereichern und seine Chance erhöhen, zu einem normalen Ressort zu avancieren. Der Fokus auf Einzelstudien steht dem jedoch entgegen; der Wissenschaftsjournalismus ist zu bunt. Zum einen reichen die redaktionellen Ressourcen oft nicht, um eine isolierte Studie gründlich zu recherchieren, sodass sich Journalisten gezwungen

sehen, Wissenschaftler zum Gegenlesen zu bitten, obwohl sie damit den Verdacht der Einflussnahme heraufbeschwören. Zum anderen zeichnen die Berichte über Einzelstudien ein unrealistisches Bild der Wissenschaft: eins der ständigen Erfolge und des kontinuierlichen Fortschritts. Die nötige Reflexion über die wissenschaftlichen Erkenntnisse wird dadurch nicht gestärkt.

Alternativen zum Gegenlesen

Meine Schwierigkeit mit dem Gegenlesen liegt also weniger darin, dass Journalisten die technischen Details richtig hinbekommen wollen, sondern hat vielmehr damit zu tun, dass die Kollegen darüber manchmal die Frage vernachlässigen, was uns die wissenschaftlichen Erkenntnisse eigentlich sagen sollen. Diese Frage ist nicht schon damit beantwortet, dass man das Ziel der Forschungsrichtung benennt: den Krebs heilen, die Elektromobilität fördern oder den Klimaschutz voranbringen. Sie zielt vielmehr darauf ab, was die Gesellschaft mit der neuen Erkenntnis anfangen soll. In den wenigsten Fällen dürfte eine einzelne Studie ausreichen, um ein Umdenken zu fordern. Relevant werden wissenschaftliche Studien oft erst in der Gesamtschau – und diese Gesamtschau ist nicht unbedingt in einem einzelnen Beitrag zu leisten. Ich wünsche mir daher einen Wissenschaftsjournalismus, der ausgewählte Studien umfassend und über einen längeren Zeitraum auswertet.

Dazu gehört natürlich weiterhin die Auseinandersetzung mit den technischen Details, weil geprüft werden muss, auf welchem empirischen Fundament die wissenschaftlichen Schlussfolgerungen stehen. Doch diese Auseinandersetzung geht über das bloße Erwähnen der Details hinaus. Vielmehr wird für die Leser nachvollziehbar abgeschätzt, wie angemessen und zuverlässig die Methode ist. Hier sind die Urteile der Fachkollegen wichtiger als das Gegenlesen durch den Autor der Studie – und die Kommentare seiner Kollegen würde man sicher nicht dem Autor zum Gegenlesen vorlegen.

Es zeigt sich also, dass Fachkompetenz nicht alles ist im Wissenschaftsjournalismus. Auch diese Spielart des Journalismus ist in erster Linie dem gesellschaftlichen Diskurs verpflichtet. Daher fühle ich mich durch mein Philosophiestudium sogar ganz ordentlich auf diesen Beruf vorbereitet.

Doch welche Alternativen hat eine Redaktion, um wissenschaftsjournalistische Beiträge zu überprüfen? Ich möchte zum Schluss zwei Möglichkeiten vorstellen, die das gegenwärtige Verfahren des Gegenlesens ersetzen könnten: zum einen das Gegenlesen durch unbeteiligte Wissenschaftler und zum anderen das Autorisieren von Gesprächsprotokollen.

Beide Varianten der Qualitätskontrolle könnten helfen, die Probleme der aktuellen Praxis zu vermeiden, werden aber meines Wissens bisher kaum eingesetzt.

Das erste Verfahren, das Gegenlesen durch unbeteiligte Forscher, würde ein neues System der Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Medien erfordern. Wissenschaftler sind es nicht gewohnt, journalistische Beiträge zu prüfen, in denen sie nicht vorkommen. Üblicherweise möchten sie eine neue Studie kommentieren, wenn man sie darauf anspricht. Und die Leser sind es nicht gewohnt, dass unter einem Artikel der Name eines Wissenschaftlers als Faktenchecker genannt wird. Möglicherweise werten sie es als Eingeständnis journalistischer Unfähigkeit. Aber spricht das grundsätzlich dagegen, es einmal auszuprobieren?

Gerade bei Forschern aus den Geistes- und Sozialwissenschaften könnte sich das Gegenlesen lohnen, weil deren Expertise im Wissenschaftsjournalismus deutlich seltener abgefragt wird als die der Naturwissenschaftler. Ihr Fokus läge dann zwar nicht auf den technischen Details der empirischen Methoden, sondern vielmehr auf dem Umgang mit den Resultaten. In Klimaberichten könnten sie zum Beispiel darauf hinweisen, welche Assoziationen durch die Wortwahl und die Gestaltung der Schaubilder geweckt werden. Und sie würden fragen, wer die geforderten Maßnahmen zum Klimaschutz beschließen und umsetzen könnte und warum eine Kompromissbildung so schwierig zu sein scheint.

Das zweite Verfahren kann ich hingegen als praktikabel empfehlen, denn ich setze es seit Jahren ein: Ich schicke dem Wissenschaftler nach einem Interview ein thematisch gegliedertes Protokoll mit wörtlichen Aussagen und einigen weiteren Angaben, das er korrigieren, kommentieren und ergänzen darf. Die autorisierten Protokolle zählen zum Material, aus dem ich meinen Bericht erstelle. Damit hat mein Gesprächspartner hoffentlich ein besseres Gefühl, weil er sieht, dass ich ihn verstanden habe, und ich sitze beim Schreiben meines Artikels nicht vor einem Berg unaufbereiteter Notizen. Nicht zuletzt erleichtert ein solches Protokoll einer Verifikationsabteilung das Überprüfen meiner Quellen. Leider wurde ich bisher nur selten darum gebeten, meine Protokolle einzureichen.

Alexander Mäder ist seit 2018 Professor für digitalen Nachrichtenjournalismus an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Zuvor arbeitete er 15 Jahre als Wissenschaftsjournalist: erst bei der *Berliner Zeitung*, dann als Ressortleiter bei der *Stuttgarter Zeitung* und schließlich als Chefredakteur des Magazins *bild der wissenschaft* und als Mitglied der journalistischen Genossenschaft RiffReporter.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



Online, offline, live: Welche Formate zünden?



Warum wir gute Wissenschaftskommunikation brauchen

Markus Weißkopf

Ein Blick auf aktuelle repräsentative Umfragen zeigt: Im Gegensatz zu vielen anderen gesellschaftlichen Institutionen steckt die Wissenschaft (noch) nicht in einer Vertrauenskrise. Das Vertrauen – sowohl in das System Wissenschaft als auch in die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler – ist stabil (vgl. für Deutschland das „Wissenschaftsbarometer 2018“: Wissenschaft im Dialog 2018; für die USA: Pew Research Center 2017). Aber wir sehen bei den Erhebungen zum Thema „Vertrauen in Wissenschaft und Forschung“ doch auch Zahlen, die Wissenschaftler, Wissenschaftsmanager und Wissenschaftskommunikatoren nachdenklich stimmen sollten.

Da ist zum Beispiel der relativ hohe Anteil von Menschen in Deutschland, die sich nicht entscheiden können oder wollen, ob sie der Wissenschaft vertrauen können oder nicht. Diese Unentschiedenheit deutet an, dass Vertrauen nicht garantiert ist. Vertrauen kann schnell in Misstrauen umschlagen. Auch die Zustimmung zu Gründen für ein mögliches Misstrauen liefert Ansatzpunkte dafür, dass in der Öffentlichkeit nicht zwangsläufig das Bild vorherrscht: Im wissenschaftlichen System läuft alles richtig. So spielen eine unterstellte fehlende Gemeinwohlorientierung sowie die vermutete mangelnde Integrität eine besondere Rolle. Ebenso kritisch wird es, wenn man nach dem Vertrauen in die Aussagen von Wissenschaftlern zu bestimmten Themenbereichen fragt. Deutlich weniger Befragte glauben den

M. Weißkopf (✉)

Wissenschaft im Dialog gGmbH, Berlin, Deutschland

E-Mail: markus.weisskopf@w-i-d.de

Aussagen der Wissenschaft, wenn es um Themen wie Grüne Gentechnik oder Klimawandel geht, als wenn es sich um erneuerbare Energien handelt.

Vor dem Hintergrund, dass wissenschaftsskeptische Stimmen vielleicht nicht zahlreicher, aber doch lauter werden, sind diese Ergebnisse besorgniserregend. Aufgrund einer veränderten Medienlandschaft und eines neuen Informationsverhaltens der Menschen können heute bereits kleine Gruppen oder gar Einzelne mit gezielten Kampagnen Diskurse verzerren. Multipliziert werden kann der Effekt dadurch, dass sie in politischen Gruppierungen Verbündete finden, deren Ziel es ist, das Vertrauen in den Staat, die Demokratie oder die Medien weiter zu unterminieren.

Natürlich gilt für die Wissenschaft wie für jede andere Institution: Eine gewisse Skepsis gegenüber ihrer Gemeinwohlorientierung und Integrität ist immer empfehlenswert und nie gänzlich aus der Luft gegriffen. Berichterstattungen zu den Predatory Journals, die Replikationskrise und die Verbindungen der Wissenschaft mit dem Dieselskandal waren nicht gerade vertrauensbildende Maßnahmen. Auch der Umgang der Wissenschaft mit derartigen Krisensituationen, sowohl kommunikativ als auch strukturell, ist nicht optimal. Aber: Die Selbstregulierungskräfte der Wissenschaft scheinen hier zumindest an einigen Stellen zu langsam zu greifen.

Die Wissenschaftskommunikation steht also vor großen Herausforderungen: Wie können die Grundlagen für das Vertrauen in Wissenschaft erhalten werden? Welche Rolle kann die Kommunikation dabei spielen? Wie kann Wissenschaftskommunikation nicht nur nach außen, sondern auch in das System hineinwirken – sozusagen als Seismograf für gesellschaftliche Stimmungen und Erwartungen in Bezug auf die Wissenschaft? Wie kann es gelingen, Prozesse und Methoden der Wissenschaft sowie deren soziale Rahmenbedingungen besser zu vermitteln?

Um diese Herausforderungen anzugehen, haben Wissenschaft und Wissenschaftskommunikation durchaus eine gute Startposition. Denn auch das zeigen aktuelle Meinungsumfragen wie das Wissenschaftsbarometer: Bei aller Skepsis interessieren sich die Menschen für Wissenschaft und Forschung. Sogar mehr als für Sport oder Kultur. Sie wollen sich in Diskussionen über Wissenschaft einbringen oder gar in wissenschaftlichen Projekten mitforschen. Dabei haben die Menschen realistische Erwartungen bezüglich der Wissenschaft: Ein großer Teil der Befragten merkt zwar an, dass es für sie schwierig sei, die Situation einzuschätzen, wenn sich Wissenschaftler widersprechen. Die Mehrheit hält aber genau das Aushalten und Auflösen möglicher Widersprüche für wichtig, um das Fortkommen der Wissenschaft zu befördern. Das oben beschriebene Interesse an Wissenschaft gepaart mit einem Grundverständnis für Prozesse der Wissenschaft bildet

die Basis dafür, dass man Menschen mit Wissenschaftskommunikation tatsächlich erreichen kann.

Kritisches Vertrauen

Die vergangenen Jahre haben einen regen Austausch zur Zukunft der Wissenschaftskommunikation gesehen. Ob in den Papieren des Siggener Kreises¹, der WÖM-Arbeitsgruppe der Akademien² oder in den zahlreichen Beiträgen auf verschiedenen Online- und Offline-Portalen – überall wurde über die richtige Analyse, gemeinsame Ziele und mögliche Maßnahmen diskutiert.³

Als eine „neue“ Zielvorstellung von Wissenschaftskommunikation wird an verschiedenen Stellen eine gewisse „Wissenschaftsmündigkeit“ genannt. Der Begriff umfasst ein Vertrauen gegenüber der wissenschaftlichen Form des Erkenntnisgewinns verbunden mit einer gesunden Portion Skepsis und der Kompetenz, Informationen aus Wissenschaft und Forschung zumindest ansatzweise einordnen und bewerten zu können. Ein Vertrauen, das aktiv hinterfragt und das idealerweise immer wieder bestätigt wird.

In der heutigen Medienwelt verliert der Journalismus zunehmend seine Funktion als einordnende, bewertende und hinterfragende Instanz. Die Bürger müssen eine Einordnungs- und Bewertungskompetenz für Informationen aus gesellschaftlichen Feldern wie der Wissenschaft und für deren Erkenntnisse und Ergebnisse selbst ausbilden. Das bedeutet Anstrengung – und Mündigkeit; hier also Wissenschaftsmündigkeit. Wobei es durchaus Hilfsmittel gibt, wenn es gilt, sich wissenschaftsmündig zu machen: Neue Vertrauensanker (wie z. B. Wikipedia) oder Intermediäre (wie z. B. das Science Media Center) können beim Einordnen, Bewerten, Hinterfragen unterstützend wirken. Ihr Anspruch bzw. ihre Reichweite sind jedoch noch nicht mit denen des Qualitätsjournalismus alten Stils vergleichbar.

¹Der Siggener Kreis ist ein jährlich auf dem ostholsteinischen Gut Siggen tagender Think-Tank zur Zukunft der Wissenschaftskommunikation, der aus Wissenschaftskommunikatoren, Journalisten und Wissenschaftlern besteht. Die Papiere und weitere Informationen sind abrufbar unter: <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/siggener-kreis/>.

²Informationen zur Arbeitsgruppe „Wissenschaft, Öffentlichkeit, Medien“ sind abrufbar unter: <https://www.acatech.de/Projekt/zum-verhaeltnis-zwischen-wissenschaft-oeffentlichkeit-und-medien/> und für Phase 2 mit dem Fokus auf sozialen Medien unter: <https://www.acatech.de/Projekt/kommunikation-zwischen-wissenschaft-oeffentlichkeit-und-medien-phase-2-bedeutung-chancen-und-risiken-der-sozialen-medien/>.

³Eine Übersicht zur Diskussion um die Zukunft der Wissenschaftskommunikation findet sich z. B. für das Jahr 2018 unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/zukunft-der-wissenschaftskommunikation/> oder für die Jahre davor unter: <http://scienceblogs.de/plazeboalarm/index.php/empfehlungen-fuer-eine-besser-wissenschafts-pr-allerorten/>.

Mit der geschwächten, zumindest aber veränderten Rolle der Medien bei der Vermittlung, Einordnung, Bewertung von Wissenschaft und mit der zunehmend geforderten Autonomie der Bürger bei dieser Aufgabe müssen die Ziele von Wissenschaftskommunikation neu gewichtet werden. Bisher waren und häufig sind noch (wenn auch unausgesprochen) die Nachwuchswerbung und die Imageverbesserung zum Zweck besserer Mittelakquise wichtigste Ziele institutioneller Kommunikation. Diese Ziele sollten nun aber in den Hintergrund rücken.

Stattdessen muss sich der Fokus auf langfristige, übergeordnete Perspektiven richten. Eine Aufgabe der Wissenschaftskommunikation könnte und sollte es beispielsweise sein, Plattformen zu stärken und zu schaffen, auf denen Forschungsentwicklungen und wissenschaftliche Werte öffentlich dargelegt, debattiert, angegriffen und verteidigt werden. Der Wissenschaftskommunikation von morgen sollte es wichtiger sein, in der Öffentlichkeit realistische Erwartungen zu wecken, Möglichkeiten und Grenzen der Forschung aufzuzeigen und die Mechanismen der Selbstkritik in der Wissenschaft zu veranschaulichen, als ein gutes institutionelles Image zu kreieren (vgl. Siggenger Kreis 2018).

Allerdings ist die Notwendigkeit dieses Paradigmenwechsels bisher kein Konsens in der Wissenschaftscommunity. Starker Wettbewerb um Ressourcen, angefeuert von immer weniger Grundfinanzierung und immer neuen Exzellenzinitiativen, befördert, dass kurzfristige Perspektiven und der Wettbewerbsgedanke auch in der Wissenschaftskommunikation in Deutschland überwiegen. Daran muss sich etwas ändern, wenn Wissenschaft das (bisher) in sie gesetzte Vertrauen bewahren und ausbauen will und sich dazu auch stärker in gesellschaftliche Debatten einbringen soll als bisher.

Konkret heißt das, dass Wissenschaftskommunikatoren der Wissenschaft die passenden Werkzeuge bereitstellen und ihre professionelle Nutzung möglich machen müssen. Zum Beispiel Plattformen, die Forschenden die Möglichkeit bieten, sich in gesellschaftlichen Diskussionen einzubringen. Gleichzeitig gilt es, bereits vorhandene, gemeinschaftliche und gemeinwohlorientierte Institutionen zu stärken. Potenzielle Vertrauensanker wie eben Wikipedia. Statt das Online-Lexikon immer wieder bloß zu kritisieren, sollten Wissenschaft und Wissenschaftskommunikation ihm umfassende Unterstützung geben. Wikipedia ist nun einmal der erste und oft der einzige Anlaufpunkt für Menschen, die Informationen zu Wissenschaft und Forschung suchen.

Darüber hinaus müssen Anreize und Beratungsangebote für Wissenschaftler geschaffen werden, die sich in den öffentlichen Diskurs einbringen

wollen. Insbesondere auch Nachwuchswissenschaftlern sollte es mit professioneller Unterstützung stärker ermöglicht werden, sich beispielsweise in sozialen Medien zu äußern oder dort aktiv in Debatten einzusteigen. Damit ein echter Dialog gelingt, brauchen sie dafür selbstverständlich auch Zeit und Wertschätzung – wichtige Ressourcen, die ihnen im derzeitigen Wissenschaftssystem nur in Einzelfällen gegeben werden.

Grundvoraussetzung dafür, dass Wissenschaftler und Wissenschaftskommunikatoren sich öffentlich positionieren und glaubhaft für Wissenschaft und ihre Werte werben können, ist aber, dass Werte wie Kritikfähigkeit, Transparenz und Integrität in der Wissenschaft auch tatsächlich gelebt werden. Regelverstöße und Fehlentwicklungen, die unter dem derzeit herrschenden hohen Druck nun einmal geschehen, müssen benannt werden (dürfen) und Konsequenzen nach sich ziehen. Dabei kommt der Wissenschaftskommunikation eine wichtige Rolle zu. Sie sollte diese Schwachpunkte offensiv gegenüber den Leitungsebenen der Wissenschaft ansprechen und für Änderungen werben. Wirklich etablieren lassen sich solche Prozesse aber nur, wenn auch die Leitungsebenen innerhalb des Systems Wissenschaft aktiver als bisher werden und sich für den offenen und ehrlichen Dialog nach innen und außen einsetzen, ihn fördern und initialisieren.

Um in der Bevölkerung Gehör und Unterstützung für Forschung zu finden, ist es wichtig, dass Bürger nachvollziehen können, wie Wissenschaft funktioniert. Dabei geht es nicht nur um die Methoden von Forschung, sondern auch um die sozialen Rahmenbedingungen wie Finanzierung, Arbeitssituation für Forscher oder Teamstrukturen. Um diese soziale Dimension von Wissenschaft kommunizieren zu können, muss die Wissenschaftskommunikation die Menschen im Blick behalten, über die sie spricht. Wir können auf den „erlebbar“ Wissenschaftler selbst und auf die persönliche Begegnung nicht verzichten. Wir brauchen ihn für Debatten, Tage der offenen Tür, Interviews. Und sein Engagement für die Wissenschaftskommunikation muss honoriert werden. Hier brauchen wir ganz neue Ansätze, damit Wissenschaftskommunikation zum Karrieretreiber und nicht zum lästigen Zeitkiller wird.

Darüber hinaus bieten Ansätze wie Open Science oder Citizen Science große Möglichkeiten, diese Themen stärker in den Vordergrund zu rücken. Hier wird dann eben auch deutlich, welche vergleichbar größeren finanziellen und personellen Ressourcen hinter einer derartigen Umorientierung der Wissenschaftskommunikation (die dann vermutlich einen neuen Namen bräuchte) stecken sollten.

Kommunikation als integraler Bestandteil der Forschung

Aus der Beschreibung der Herausforderungen sowie aus den dargestellten Handlungsstrategien wird klar, dass sich Wissenschaftskommunikation und ihr Umfeld deutlich verändern werden. Wissenschaftskommunikation wird sich zukünftig nicht mehr als Anhängsel der Wissenschaft verstehen, sondern sich als integraler Bestandteil von Forschung etablieren müssen, wenn Wissenschaft in der Gesellschaft ihre Stellung und ihr Renommee bewahren will. Kommunikation muss sich weiterhin professionalisieren, aber auch an sehr konkreten Werten ausrichten. Nur dann kann es ihr gelingen, die nötige Wertschätzung und Aufmerksamkeit seitens der Leitungsebenen in der Wissenschaft zu bekommen und damit das Mandat, das für die Erfüllung der genannten Aufgaben erforderlich ist.

Literatur

- Pew Research Center. (2017). Public confidence in scientists has remained stable for decades. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/04/06/public-confidence-in-scientists-has-remained-stable-for-decades/>. Zugegriffen: 27. Febr. 2019.
- Siggener Kreis. (2018). Siggener impulse 2018: Walk the talk – Chefsache Wissenschaftskommunikation. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/siggener-kreis/>. Zugegriffen: 27. Febr. 2019.
- Wissenschaft im Dialog. (2018). Wissenschaftsbarometer 2018. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2018/>. Zugegriffen: 27. Febr. 2019 (Unter „Downloads“ sind die Broschüre und weitere Materialien mit den Ergebnissen herunterladbar).

Markus Weißkopf ist seit dem 1. Januar 2012 Geschäftsführer der Wissenschaft im Dialog gGmbH in Berlin und leitet dort die Geschäftsstelle mit nunmehr rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Er entwickelte mehrere neue Formate in der Wissenschaftskommunikation, u. a. den Science Slam oder die Fishbowl-Diskussion, und rief Projekte wie die Crowdfunding-Plattform Sciencestarter, die Citizen-Science-Plattform „Bürger schaffen Wissen“ oder „Die Debatte“ mit ins Leben. 2013 initiierte er gemeinsam mit Dr. Elisabeth Hoffmann den Think-Tank „Siggener Kreis“. Seit 2016 ist Weißkopf außerdem Präsident der European Science Engagement Association. Markus Weißkopf studierte Politik und Management an den Universitäten Konstanz und Madrid. Nach seiner Arbeit als Organisationsberater in Konstanz baute er als Projektleiter und Geschäftsführer von 2007 bis Ende 2011 das Haus der Wissenschaft in Braunschweig auf.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Warum Wissenschaft wichtig ist – ein Forschungswettbewerb als Vermittlungsformat

Friederike Schneider

Die Körber-Stiftung schreibt jedes Jahr unter der Schirmherrschaft des Bundestagspräsidenten den Deutschen Studienpreis aus, einen Forschungswettbewerb, bei dem Promovierte für fachlich herausragende Dissertationen ausgezeichnet werden, die zugleich für die Gesellschaft besonders relevant sind. Mit den ihm zugrunde liegenden Prinzipien und in seiner gesamten Konzeption ist der Wettbewerb dazu geeignet, der aktuellen Vertrauenskrise zwischen Wissenschaft und Gesellschaft entgegenzuwirken.

Denn mit diesem Preis zeichnen wir gute, gesellschaftlich relevante Wissenschaft aus und rücken sie ins Licht der Öffentlichkeit. Hinter der Initiative steht die Überzeugung von der alten aufklärerischen Idee, nach der eine Gesellschaft, die wissenschaftliches Wissen zur Verfügung hat und die damit möglichst gut und substanziell informiert ist, die besseren Entscheidungen trifft. Anders gesagt: Gelebte Demokratie ist ohne Wissenschaftlichkeit nicht möglich. Der Deutsche Studienpreis ist nicht nur ein Bekenntnis zu dieser Bedeutung der Wissenschaft für die Gesellschaft. Er zeigt auch, dass es an den deutschen Hochschulen und Forschungsinstituten eine junge Generation von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern gibt, die sich diese Rolle bewusst zu eigen macht.

Konkret geht es uns darum, junge Forscherinnen und Forscher zu fördern, die fachlich herausragend sind und die zugleich als Wissenschaftler gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Und es geht uns darum, junge

F. Schneider (✉)

Körber-Stiftung, Hamburg, Deutschland

E-Mail: schneider@koerber-stiftung.de

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zu fördern, die bereit und in der Lage sind, die Inhalte ihrer Forschungen über die Grenzen ihrer eigenen Fachcommunity hinaus zu vermitteln und in die gesellschaftliche Debatte einzubringen. Damit soll der Preis in die Wissenschaft hineinwirken und diese Haltung im Wissenschaftssystem verstärken, indem er sie beim Nachwuchs fördert.

Zugleich soll er eine Plattform für die Leistung junger Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sein und ihnen und ihren Forschungsbefunden öffentliche Aufmerksamkeit verschaffen. Ziel ist dabei, anhand der preisgekrönten Einzelbeispiele der Öffentlichkeit zu zeigen, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sich mit einer Vielzahl von Themen befassen, an deren Bearbeitung die Gesellschaft ein Interesse hat. Der Deutsche Studienpreis macht also deutlich, wozu Wissenschaft ganz praktisch von Nutzen ist, warum sie für die Gesellschaft wichtig ist.

Dies leuchtet am konkreten Beispiel ganz unmittelbar ein – etwa anhand der Forschungsarbeit unserer Preisträgerin Elisabeth Wilhelm, die als Ingenieurin ein Computerdisplay für Blinde entwickelt hat, das Bilder und grafische Darstellungen mit den Fingern fühlbar macht. Oder am Beispiel der Forschungsarbeit der Politikwissenschaftlerin Julia Strasheim, die Gelingenbedingungen von Übergangsregierungen nach militärischen Konflikten erarbeitet hat. Oder anhand der Analyse der Literaturwissenschaftlerin Silke Braselmann, die darlegen konnte, wie fiktionale Darstellungen bei der Verarbeitung von Schulamokläufen helfen.

Das öffentliche Interesse an den Forschungsbefunden junger Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler muss man allerdings realistisch einschätzen. Ein Promotionspreis wird zunächst einmal als eine Angelegenheit von eher innerwissenschaftlicher Bedeutung wahrgenommen, bei der es darum geht, den Nachwuchs zu ermutigen und zu fördern. Spektakuläre Durchbrüche werden an anderer Stelle erwartet. Die traut man vor allem der Liga der Max-Planck-Direktorennen und -Direktoren, Forschungsgruppenleitenden und Exzellenzcluster-Sprecherinnen und -Sprechern zu – was in der Größenordnung ja auch richtig ist, denn selbstverständlich ist eine Dissertation ein begrenztes Forschungsvorhaben. Dementsprechend halten sich die Erwartungen bei Forschungsarbeiten, die mit einem Promotionspreis ausgezeichnet werden, in Grenzen und das öffentliche Interesse damit zunächst einmal auch.

Die Vergabe des Preises, der Versand einer Pressemitteilung sowie begleitende Tweets und Posts allein reichen also nicht aus, wenn man mit den Forschungsergebnissen tatsächlich wahrnehmbar zur öffentlichen Debatte beitragen möchte. Wir haben daher für den Deutschen Studienpreis

über die Jahre unterschiedliche Formate entwickelt. Einige davon sollen im Folgenden dargestellt werden, wobei unsere Online-Formate hier entfallen, da dieses Thema im vorliegenden Buch an anderer Stelle ausführlicher erläutert wird.

Deutscher Studienpreis der Körber-Stiftung

Die Körber-Stiftung schreibt den Deutschen Studienpreis jedes Jahr bundesweit unter der Schirmherrschaft des Bundestagspräsidenten aus. Teilnahmeberechtigt an diesem Wettbewerb sind junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aller Fachdisziplinen und aller Hochschulen, die ihre Dissertation mit dem Prädikat *summa* oder *magna cum laude* abgeschlossen haben. Jedes Jahr nehmen rund 400 Promovierte teil. Die Jurierung und die Preisvergabe erfolgen in drei Fachsektionen: den Natur- und Technikwissenschaften, den Sozialwissenschaften und den Kultur- und Geisteswissenschaften. In jeder Sektion wählt die Jury einen ersten und zwei zweite Preisträger aus – insgesamt werden also neun Preise vergeben. Entscheidendes Kriterium ist die gesellschaftliche Relevanz.

In unserem Bemühen, die Preisträgerarbeiten öffentlich sichtbar zu machen, ist klassische Medienarbeit nach wie vor ein wichtiger Baustein. Zwar sind die klassischen Medien nicht mehr Gatekeeper zur breiten Öffentlichkeit, aber sie bieten nach wie vor einen wichtigen Zugang zu einem großen Teilbereich der Öffentlichkeit und sie haben vor allem das Potenzial entscheidend zur Reputation beizutragen – von einzelnen Wissenschaftlern und deren Instituten, aber auch von Themen. Ein eigener Meinungsbeitrag auf *ZEIT Online*, ein Bericht in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* oder ein Interview im Deutschlandfunk zeigen, dass die jeweilige Redaktion gerade diese Wissenschaftlerin oder diesen Wissenschaftler als maßgeblichen Experten wahrgenommen hat oder eben dieses Thema wichtig genug fand, um ihm einen angemessenen Platz in der Zeitung bzw. kostbare Sendezeit im Programm einzuräumen. Als entsprechende Anerkennung erleben unsere Preisträgerinnen und Preisträger diese Medienanfragen und deren Institute und Hochschulen begleiten die Auftritte mit Wohlwollen.

Es wird gelegentlich kritisiert, in der Wissenschaft herrsche die Auffassung vor, Sichtbarkeit außerhalb der Zitationsindizes sei die falsche Währung und Medienpräsenz ein Zeichen, dass man sich vom Eigentlichen hat ablenken lassen. Diese Erfahrung machen wir mit dem Deutschen Studienpreis weder bei den jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern selbst noch bei deren Vorgesetzten in den Instituten. Zeitbudgets im Rahmen der Arbeitszeit gibt es für die Bearbeitung von Medienanfragen

allerdings zumeist keine. Das heißt, die jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler müssen in aller Regel selbst schauen, wie sie diese Aktivitäten mit ihrer wissenschaftlichen Arbeit vereinbaren. Der Austausch mit der Gesellschaft gerät daher letztlich eher zur Privatsache. Ein Interview wird gegebenenfalls noch tagsüber im Institut gegeben, die Vorbereitung erfolgt aber abends zu Hause – und das Verfassen eines eigenen Medienbeitrags sowieso. Kommunikation kostet Zeit, die – wenn der Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft gelingen soll – künftig stärker in den Wissenschaftsbetriebs einbezogen werden sollte, was sich letztlich auch in den innerwissenschaftlichen Anerkennungsmechanismen widerspiegeln müsste.

Obwohl dies aktuell kaum der Fall ist, gibt es bei den jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern durchaus Interesse, das eigene Forschungsthema über die klassischen Medien in die Öffentlichkeit zu tragen.

Diese interessieren sich zwar nicht per se für Promotionspreise, aber sie interessieren sich für spannende, aktuelle Forschungsthemen, die zudem einen Preis bekommen haben. So herum funktioniert die Logik bei der Vermittlung von Nachwuchsforschung. Deswegen läuft die Pressearbeit wie die übrige Öffentlichkeitsarbeit für den Deutschen Studienpreis fast ausschließlich über die Forschungsthemen. Wir sprechen gezielt passende Redaktionen zu den jeweils ausgezeichneten Beiträgen an, um ihnen unsere Preisträgerinnen und Preisträger für eine Berichterstattung, ein Interview oder als Autoren nahezulegen.

Am vielversprechendsten ist dies, wenn der Preisträger oder die Preisträgerin zu einem Thema geforscht hat, das ohnehin auf der Agenda steht und für das die Redaktionen auf der Suche nach Experten sind. Wissenschaft kommt ja weniger aus Anlass aktueller Forschungsergebnisse in die Medien, sondern viel häufiger deshalb, weil ein Ereignis auf der öffentlichen Agenda steht, zu dem wissenschaftliches Expertenwissen gefragt ist – etwa eine Grippewelle, ein extremes Hochwasser oder eine politische Krise.

Den in dieser Hinsicht spektakulärsten Fall gab es beim Deutschen Studienpreis im Zusammenhang der Umbrüche in Ägypten vor einigen Jahren: Die Zeithistorikerin und Politikwissenschaftlerin Annette Ranko wurde damals für ihre Forschungsarbeit zum Weltbild der ägyptischen Muslimbrüder ausgezeichnet. In der Nacht nach der Sitzung, in der die Studienpreis-Jury über die Preisträger entschieden hatte, wurde der ägyptische Präsident Mursi, ein Muslimbruder, vom Militär in Kairo nach Großdemonstrationen abgesetzt. Damit stand Ägypten und die Organisation der Muslimbrüder über Nacht in allen Redaktionen auf der Agenda. Wir haben

damals sofort mit der Kommunikationsarbeit begonnen und Anette Ranko war über Wochen in allen großen Medien als Expertin präsent.

Dass das Thema so eindeutig auf der Tagesordnung steht, die Expertise der Wissenschaftlerin so genau passt und es – denn auch das ist bei einem Nachwuchswissenschaftler wichtig – nicht viele andere in den Redaktionen bereits bekannte Experten zum Thema gibt, ist natürlich der Ausnahmefall. Wir haben neun Preisträgerinnen und Preisträger pro Jahr, also insgesamt neun Themen, die selbstverständlich bei Weitem nicht alle direkt anschlussfähig an die tagesaktuellen Top-Ereignisse sind. Wir betreiben hier über einen gewissen Zeitraum ein Monitoring. Das heißt, wir beobachten, welche Themen in der öffentlichen Debatte sind, und prüfen, inwiefern die Arbeiten unserer Preisträger hierzu passen bzw. einen neuen Aspekt hinzuliefern könnten.

Ein Beispiel ist hier die Forschungsarbeit der Juristin Anna Beckers. Sie hatte sich in ihrer Dissertation mit freiwilligen Selbstverpflichtungen globaler Unternehmen befasst. Ihr Beispielfall war der Einsturz einer Textilfabrik im Jahr 2013 in Bangladesch. Der westliche Großkonzern, der dort produzieren ließ, hatte sich auf die Einhaltung von Arbeitsschutzstandards verpflichtet und mit dieser Selbstverpflichtung auch für den Verkauf seiner Produkte geworben. Rechtlich blieb es folgenlos, dass er dieser Selbstverpflichtung so offensichtlich nicht nachgekommen war. Wie eine rechtliche Haftung hier künftig in Absatzländern solcher Unternehmen erreichbar wäre, war Gegenstand der Arbeit unserer Preisträgerin.

Ein relevantes Thema – allerdings zunächst darum nicht sofort attraktiv für die Medien, weil der Beispielfall aus der Dissertation bereits einige Jahre zurücklag. Ein anderer Weltkonzern, der sich auf Standards, in diesem Fall Umweltstandards, verpflichtet und diese nicht eingehalten hatte, war allerdings zum Zeitpunkt der Auszeichnung unserer Preisträgerin sehr präsent in den Medien: der VW-Konzern. Die rechtlichen Erörterungen von Frau Beckers trafen auch hier zu und wir konnten sie als Expertin und Kommentatorin für dieses Thema sehr erfolgreich an die Medien vermitteln. Auf diesem Wege konnte die Juristin einen neuen wichtigen Aspekt in die öffentliche Debatte bringen und ihre Vorschläge für Rechtsreformen in der Haftung bei Selbstverpflichtungen breit öffentlich zur Diskussion stellen.

Formate, in denen unsere Preisträger selbst zu Wort kommen – wie Interviews und selbst verfasste Artikel –, sind übrigens die häufigste Form, in der sie in den Medien zu finden sind. Es sind oft die Meinungs- und Kommentarseiten und die Rubriken für externe Autoren, in denen unsere Preisträger erscheinen. Im Hörfunk und Fernsehen sind es Live-Interviews

und Talkformate. Die Rolle der Kommunikationsabteilung – die in diesem Fall die Körber-Stiftung für die jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler einnimmt – ist eine vermittelnde. Ein echter Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft kann sich aber nur entwickeln, wenn Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler selbst kommunizieren und auch für das weitere Gespräch offen sind. Insofern tragen Imagebroschüre zum Austausch von Wissenschaft und Gesellschaft relativ wenig bei.

Wir versuchen unseren Preisträgerinnen und Preisträgern auch die Möglichkeit zu geben, mit politischen Entscheidern über ihre Forschungsergebnisse ins Gespräch zu kommen. Zum Teil geschieht dies über die außenpolitischen und die gesellschaftspolitischen Aktivitäten, Netzwerke und Gesprächsformate der Körber-Stiftung. Wir prüfen also systematisch, für welche anderen unserer Stiftungsaktivitäten die wissenschaftliche Expertise unserer Preisträgerinnen und Preisträger interessant sein könnte.

Gemeinsam mit dem Forschungsausschuss des Deutschen Bundestages haben wir zudem ein eigenes Format entwickelt und laden dazu jeweils gemeinsam mit dem Ausschussvorsitzenden ein: den „Salon junge Wissenschaft“, der seit Neuestem unter dem Titel „Eine Stunde junge Wissenschaft“ neu aufgenommen wurde. Die Grundidee ist ein schlankes einstündiges Event, bei dem jeweils ein Preisträger oder eine Preisträgerin Parlamentariern des Deutschen Bundestages die eigene Forschungsarbeit vorstellt und diese mit ihnen diskutiert.

Die Zahl der teilnehmenden Abgeordneten an den Veranstaltungen ist sehr unterschiedlich – meistens kommen Abgeordnete, die sich in ihrer parlamentarischen Arbeit fachlich mit dem jeweils präsentierten Thema befasst haben, aber auch andere Interessierte. Für die jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ist dies nicht nur eine Chance, ihre Forschungsergebnisse an entscheidender Stelle zu Gehör zu bringen, sondern ebenso spannend, dann wiederum mit den Realitäten der politischen Praxis in Kontakt zu kommen.

Ein gutes Beispiel für einen Salon mit dieser Wirkung war die Veranstaltung, in der der Mediziner und Medizinethiker Ralf Jox auftrat. Er hatte im Rahmen seiner Dissertation eine Erhebung zur passiven Sterbehilfe auf deutschen Intensivstationen durchgeführt. Diese ergab, dass Ärzte, wenn sie therapeutische Maßnahmen bei Sterbenden schließlich einstellen, dies in dem Gefühl tun, in einer ethischen und rechtlichen Grauzone zu agieren. Zu dem Zeitpunkt, als der „Salon junge Wissenschaft“ mit Ralf Jox stattfand, lag eine Gesetzesänderung zur passiven Sterbehilfe noch nicht lange

zurück. Diese sah unser Preisträger als unzureichend an und vertrat das auch im Salon. Das war ein sehr intensiver Nachmittag und ein ausgesprochen ernsthafter Austausch, der für beide Seiten instruktiv war. Ralf Jox hat sich weiter mit dieser Thematik befasst und einige Jahre später gemeinsam mit drei weiteren Kollegen einen Gesetzesvorschlag zur passiven Sterbehilfe vorgelegt, den eine fraktionsübergreifende Gruppe um Karl Lauterbach und Peter Hintze zur Grundlage für einen Reformvorschlag machte, über den Ende 2015 im Bundestag entschieden wurde.

Über die politischen Entscheider hinaus geht es uns aber auch darum, ein breites Publikum mit Veranstaltungen anzusprechen und ihm die Forschungsbefunde unserer Preisträgerinnen und Preisträger zu vermitteln. Ein Format hierfür haben wir sieben Jahre lang gemeinsam mit dem Deutschlandfunk veranstaltet. Wir haben in Kooperation mit der Redaktion Podien organisiert, die jedes Mal ein Preisträgerthema zum Ausgangspunkt einer Debatte nahmen. Unser Preisträger oder unsere Preisträgerin war dabei jeweils einer der Podiumsgäste und diskutierte seine/ihre Forschungsbefunde mit Experten aus Politik und Praxis. Die Veranstaltungen fanden in unserem Veranstaltungszentrum, dem KörperForum, vor Publikum statt und wurden live im Deutschlandfunk im Rahmen der Reihe „Zur Diskussion“ gesendet. Hier diskutierte z. B. zuletzt unser Preisträger, der Jurist Tom Pleiner, mit dem Grünen-Politiker Robert Habeck und dem Geschäftsführer des Netzbetreibers Tennet über Energiewende und Netzausbau. Im Anschluss an die Live-Sendung folgte eine Debatte mit dem Saalpublikum – zumeist rund 300 Personen. Im Live-Auftritt kamen die Nachwuchswissenschaftler, so zeigt das Feedback von Publikum und Hörern, besonders gut an: Dass die Dissertation ein begrenztes Forschungsprojekt ist, was von den jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern auch entsprechend kommuniziert wurde, erwies sich nicht als Nachteil. Im Gegenteil: Gerade der ehrliche Umgang mit den Grenzen der Reichweite der eigenen Forschung kam in den Saaldebatten beim Publikum als Ernsthaftigkeit an und trug eher zu einer intensiven Diskussion bei.

Unser Fazit nach über zehn Jahren Deutscher Studienpreis lautet: Das Vertrauen der Gesellschaft in die Wissenschaft fördert man am besten, wenn man guter gesellschaftlich relevanter Wissenschaft eine Plattform gibt – nicht in Form von Top-down-Vermittlungsformaten, sondern als ernsthaftes Gesprächsangebot. Im Idealfall entsteht dabei der nach unserer Auffassung zutreffende Eindruck, dass Wissenschaft eine wesentliche, wenn nicht *die* Instanz zur Lösung anstehende Zukunftsfragen ist.

Friederike Schneider studierte an der Universität Hamburg Ostslawistik und Politikwissenschaft. Im Anschluss an das Studium absolvierte sie ein Volontariat in einer Kommunikationsagentur und begann danach ihre Tätigkeit bei der Körber-Stiftung – zunächst als wissenschaftliche Mitarbeiterin und später als Programm-Managerin für den Deutschen Studienpreis. Seit 2017 ist sie Programmleiterin für das Feld Hochschule im Bereich Wissenschaft der Körber-Stiftung.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Wissenschaftskommunikation für Unternehmen: Wieso, weshalb, warum?

Patricia Piekenbrock

Können Medien, Politik und Wirtschaft noch punkten, wenn große Teile der Bevölkerung wissenschaftlichen Erkenntnissen misstrauen? Haben Industrieunternehmen in diesem Szenario überhaupt eine Chance, ihre Ergebnisse aus Forschung und Entwicklung glaubwürdig und überzeugend zu kommunizieren? Und wie sorgfältig trennen Unternehmen Wissenschaftskommunikation und Marketing?

Sind wir heute desillusioniert?

Gesellschaftskritik ist jeder Epoche inhärent. Diese Kritik ist auch notwendig, will man neuen Ideen Raum verschaffen und Kreativität für Veränderungen entstehen lassen. Solche Vorgänge schüren jedoch auch Ängste und säen Zweifel, wenn die Befürchtung besteht, sie könnten Verschlechterungen für bestimmte Zielgruppen nach sich ziehen. In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts zeichnete Honoré de Balzac in seinem dreiteiligen Roman „Illusions perdues“ ein düsteres Gesellschaftsbild der Pariser Medienlandschaft: ein Milieu ehrgeiziger Schriftsteller, käuflicher Journalisten, korrupter Massenblätter, sensationsheischender Leser und erpressbarer Politiker.

Solch moralischer Sumpf wirft existenzielle Fragen auf und lässt Hoffnungen auf einen Diskurs zwischen Volk und Herrscher – heute würden wir

P. Piekenbrock (✉)

Kommunikation für Wissenschaft, Forschung und Technologie, Berlin, Deutschland

E-Mail: info@piekenbrock-kommunikation.de

vielleicht sagen: Gesellschaft, Politik und Wirtschaft – dahinschmelzen. Es fällt uns nicht schwer, Analogien im Hier und Jetzt zu finden. Die Bürger misstrauen Medien, Politik, staatlichen Institutionen und Unternehmen. Teils ist dieses Misstrauen berechtigt, oft beruht es auf problematischem Halbwissen oder wird von bestimmten Interessens- und Lobbygruppen geschürt. Sogenannte alternative Fakten wirken in ihrer Einfachheit verführerisch, täuschen sie doch eine leicht verständliche Problemlösung vor. Glaubwürdigkeit kann kaum vermittelt werden, insbesondere wenn der Begriff „Lügenpresse“ im Raum steht.

Interessen versus Vertrauen?

Regieren heute also die Medienkonsumenten durch ihr Klickverhalten, leiden Wissenschaftler unter blinder Publikationswut, stellen Verlage geschönte Informationen bereit und lancieren Unternehmen, was und wo sie wollen? Beschäftigt man sich im Feld der Wissenschaftskommunikation einzig und allein damit, wer von wem mit wessen Geld gekauft wird, gewinnen materielle oder machtpolitische Abhängigkeiten die Oberhand über Inhalte und Botschaften. Ein solcher Ansatz ist bereits in seinem Kern problematisch.

Für die moderne Unternehmenskommunikation stellt sich diese Situation als Antinomie dar. Einerseits ist sie darauf angewiesen, Vertrauen zu schaffen – ein kostbares Gut, auf dem die zarte Pflanze der Reputation gedeiht. Andererseits möchte sie Produkte, Technologien oder Unternehmensperspektiven ins gewünschte rechte Licht rücken. Entlastet beispielsweise ein neu entwickelter Industrieroboter einen von Rückenschmerzen geplagten Werker von körperlich anstrengenden Tätigkeiten oder nimmt er ihm seinen Arbeitsplatz weg? Die Antwort darauf ist weder einfach noch eindeutig: Sie ist individuell zu geben. Wissenschaftskommunikation in der Industrie ist also stets ein Handwerk, das sich die Frage nach der eigenen ethischen Gesinnung stellen muss.

Gewiss, letztlich vertritt jeder Mensch, jedes Individuum seine eigenen Interessen: in beruflicher, sozialer und privater Hinsicht. Wissenschaftler, Journalisten, Kommunikatoren, Politiker oder Manager sind davon nicht ausgenommen, auch wenn das nicht alle freimütig einräumen. So ist auch ein ambitionierter, wertneutral arbeitender Wissenschaftsjournalist darauf angewiesen, seine Beiträge in der Redaktionsrunde thematisch durchzusetzen und innerhalb eines angemessenen Zeitfensters zu erstellen. Der Preis für erschüttertes Vertrauen in Wissenschaft, Medien und Unternehmen ist hoch. Menschen fühlen sich verunsichert oder getäuscht. In einer Atmosphäre des Misstrauens gedeiht wenig Positives, im Gegenteil: Die Summe gesamtgesellschaftlichen Vertrauens verschiebt und verteilt sich in temporär

glaubwürdige, diffuse und volatile Richtungen. Deshalb gilt für alle Akteure, eine vertrauensvolle Atmosphäre zu schaffen.

Auch wenn der Journalismus – ausgestattet mit dem moralischen Rüstzeug des Pressekodex – das deutlich schärfere Schwert in Sachen Reflexion und Kritik zu führen hat, darf sich eine professionelle Wissenschaftskommunikation, die im Namen und Auftrag eines Unternehmens geführt wird, hiervon nicht absetzen. Sie muss die oben erwähnte Gefahr eines Vertrauensverlusts erkennen und unter Umständen auch gegenüber ihrem Auftraggeber zum Ausdruck bringen. Oftmals zeigt sich diese Problematik bei börsennotierten Unternehmen, wenn Manager einem enormen internen und externen Erwartungsdruck mit Blick auf kurzfristige wirtschaftliche Ergebnisse ausgesetzt sind.

Sprechen wir dieselbe Sprache?

Laut Zahlen des Statistischen Bundesamts aus dem Jahr 2017 verfügen lediglich 17 Prozent der Bevölkerung in Deutschland über einen akademischen Abschluss, vier Prozent können überhaupt keinen allgemeinen Schulabschluss vorweisen. Vielen Menschen erschließt sich das Reflexionsniveau der Wissenschaft nicht unmittelbar und manche kämpfen beim Lesen eines Feuilletonartikels mit Verständnisschwierigkeiten. Es fällt schwer, jemandem zu vertrauen, dessen Worte wir nicht verstehen können. Sprache ist und bleibt das wichtigste Transportmittel aller Inhalte, visuelle Medien mit eingeschlossen.

Lebenswelten, Zeitnot und Sprache

Wenn das tagtäglich zu organisierende Dasein von Beruf, Familie, Freunden und Haushalt dominiert wird, entsteht Zeitdruck. Die Schnelllebigkeit und das Effizienzgebaren unserer Zeit tragen das Ihre dazu bei. So sinkt die Bereitschaft des Einzelnen, sich mit Texten auseinanderzusetzen. Besteht dennoch ein gewisses Leseinteresse, geht es oft mit der Sehnsucht nach Einfachheit und dem Wunsch nach gedanklicher Erholung einher. So wirkt die Beschleunigung auf unser wichtigstes Kommunikationsinstrument: Das Niveau der Sprache wandelt sich. Mangelnde Ausdrucksfähigkeit, einfacher Wortschatz, Grammatikabbau und orthografische Schwierigkeiten sind nur einige der drastischen Ausblühungen. Die Sprache wiederum beeinflusst Gedankenwelten, Anschauungen und Haltungen.

Chancen für Unternehmen?

Unternehmen eröffnen sich heute vielfältige Möglichkeiten: Ausgestattet mit Budgets, von denen Zeitungen oder Magazine nur träumen können,

betreiben sie Wissenschafts- und Technologiekommunikation häufig auf medial höchstem Niveau. Ob durch Freelancer oder Agenturen redaktionell begleitet, entstehen im Bereich Text und Grafik, Film und neue Medien, Kultur- und Sozialsponsoring innovative PR-Produkte, die nicht selten Trends setzen und ästhetisch State of the Art sind.

Im Gegensatz zu Wissenschaftlern können und dürfen sie – ohne um ihre Reputation bangen zu müssen – eine einfache, angemessene und verständliche Sprache anwenden und mit emotional aufgeladenen Bildwelten arbeiten. Wissenschaftlichkeit und Kompetenz der Unternehmen bleiben davon unberührt. Im Gegenteil: Wenn sie sich an ihre Zielgruppen und -personen wenden, etwa Meinungsbildner, Journalisten, Bildungsträger, Politiker oder Kunden, sind Unternehmen frei in der Wahl des Publikationszeitpunkts und des Kommunikationsformats. Aus ihrem Rucksack zaubern sie professionell aufbereitetes Informationsmaterial, dessen Verwendung Medien kaum ablehnen können. Dies wird besonders deutlich, wenn man einen intensiven Blick auf zukunftsweisende Themenfelder der Medizin, Robotik, künstlichen Intelligenz, Bio- und Informationstechnologien wirft.

Informations- und Wissensquellen

Als Vorteil können Unternehmenskommunikatoren zudem namentlich die Quellenfrage für sich verbuchen – dieser Punkt wird in der Öffentlichkeit selten wahrgenommen. Jeder von uns empfängt eine Flut von Informationen aus dem Internet, auf dem Smartphone und auf öffentlichen Bildschirmen; meist sogar zeitgleich. Allerdings bleibt häufig verborgen, woher die Daten und Nachrichten stammen. Welcher Information kann ich vertrauen, an welcher Stelle sollte ich hinterfragen? Industrieunternehmen verfahren beim Versand ihrer Botschaften in aller Regel als Absender transparent, denn an dieser Stelle wird ihre Reputation berührt. Der Rezipient vermag nachzuvollziehen, dass es sich um eine Einrichtung mit wirtschaftlicher Ausrichtung handelt, und hat zudem die Möglichkeit der Kontaktaufnahme. Der Informationsgehalt wird an dieser Stelle – gerade vor dem heterogenen und teilweise undurchsichtigen Hintergrund der heutigen Medienlandschaft – nicht geschmälert.

Dazu kommt, dass Akteure im Wissenschafts- und Technologiesektor häufig nicht mehr klar voneinander zu trennen sind. Firmen forschen in Verbänden und kooperieren untereinander, sie arbeiten mit Hochschulen, Instituten und Bildungseinrichtungen zusammen. Feste und freie Mitarbeiter, Praktikanten, Studenten, aber auch Führungskräfte werden temporär ausgetauscht bzw. wechseln ihren Arbeitsplatz. Kommunikatoren in forschenden Unternehmen stehen dabei im kontinuierlichen Austausch

mit den eigenen Wissenschaftlern. Sie können Entwicklungen mit ihren erwartungsvollen Hochs und problematischen Tiefs verfolgen und entsprechend kommunizieren. Ein solch persönlicher, naher und direkter Zugang bleibt Medienvertretern häufig verwehrt.

Wer soll was lesen?

Zielgruppenanalyse ist ein bewährtes Instrument der Unternehmen, einzelne Kommunikationsmaßnahmen auszurichten. Eine differenzierte Beschäftigung bzw. ein Hineinversetzen in den künftigen Rezipienten zahlt sich aus: Die Adressaten werden Informationen nur wahrnehmen, wenn sie in der für sie angemessenen Sprache und im geeigneten Format aufbereitet sind. Selbst komplexe und erklärungsintensive Botschaften lassen sich verständlich, angemessen und korrekt transportieren – ob in multimedialer Kommunikation, in den sozialen Medien oder im persönlichen Dialog.

„Ihren“ Lesestoff werden Kinder, Jugendliche, Bildungseinrichtungen, aktive und künftige Mitarbeiter, Wettbewerber, Politiker, Führungskräfte und Endkunden erkennen und wahrnehmen. Ein klassisches Kinderbuch zu einem technologischen Thema, das multimedial aufbereitet in mehreren Landessprachen angeboten wird, kann zum Beispiel mehrfache Effekte erzielen: Der Manager eines indischen Unternehmens etwa wird wahrscheinlich einen Blick in das ihm überreichte, ansprechend gestaltete Buch werfen und es durchblättern, bevor er es seinem Sohn übergibt, der sich später um eine Praktikumsstelle bei dem absendenden Unternehmen bewirbt. Die Botschaft ist angekommen.

Verständlichkeit schafft Vertrauen

Unternehmen, die Wissenschaftskommunikation in eigener Sache betreiben, sollten sich bewusst sein: Mit den sich eröffnenden Chancen gehen auch Risiken einher. Eine Top-down-Kultur, die heute manchen Managementhierarchien noch inhärent ist, kann im Bereich der Wissenschaftskommunikation versagen. Ein durch Marketingroutinen geprägtes Sprachverständnis birgt die Gefahr, dass inhaltlich und stilistisch an den gewünschten Zielgruppen vorbeigeschrieben und kein Mehrwert generiert wird. Es bedarf einer intensiven und professionell angeleiteten Analyse, nicht nur welche Medien für welche Botschaften geeignet und welche Informationen für Kunden relevant sind, sondern auch welche Schranken der Werbllichkeit gesetzt werden sollten. Insbesondere wenn juristische, ethische, psychologische oder politische Belange berührt werden, sollte sich ein Wissenschaftskommunikator stets auch als Korrektiv des Gewünschten betrachten.

Selbstverständlich besteht seine Aufgabe primär darin, Produkte, Leistungen und die positiven Aspekte von Sachverhalten zu betonen. Aber zugleich muss er möglichen Schaden für sein Unternehmen abwenden, falls Innovationen überzeichnet oder Gefahrenpotenziale nicht ausreichend beziehungsweise adäquat zur Sprache kommen.

Verständlichkeit fördert Vertrauen, durch Vertrauen wachsen Interesse und Engagement. Und die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt: Die bundesweiten Unternehmen im Wissenschafts- und Technologiebereich haben beste Chancen, hier differenziert anzusetzen. Über Leistungen und Innovationen muss berichtet, thematische Einordnungen müssen gefunden und gesellschaftliche Lösungen erarbeitet werden. Gerade eine professionelle Unternehmenskommunikation kann dazu beitragen, neben der existierenden Konsumkultur schrittweise eine offenere Frage- und Diskussionskultur zu etablieren. Gesellschaftliche Partizipation bedeutet auch, dass der einzelne Mensch seine persönlichen Fähigkeiten, Voraussetzungen, Erfahrungen und Gegebenheiten in den Diskurs einbringen darf. Einbinden statt abgrenzen. Viele Unternehmen haben dies bereits verstanden, manche suchen noch nach der rechten Sprache. Doch diese Problematik ist in der Regel keine der Medien oder ihrer Kunden.

Patricia Piekenbrock absolvierte ihren Studienabschluss als Diplom-Physikerin in Heidelberg, zusätzlich erwarb sie den Master of Advanced Studies in Journalism an der Donau-Universität Krems in Österreich. Als freie Kommunikationsberaterin betreut sie Kunden aus Industrie, Wissenschaft und Stiftungswesen. Ihre Schwerpunkte sind dabei fachübergreifende Themenfelder wie Bionik, Automation und Robotik. Vor ihrer Selbstständigkeit war sie als Konzernpressesprecherin und Redakteurin für Technologiethemata der Daimler AG tätig.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Mehr Virtualität bitte!

Eine Kritik der bisherigen Medienpraxis in der virtuellen Realität und ein Modell für die Zukunft

Eva Wolfangel

Es gibt eine hervorragende Neuigkeit für die Kommunikation: Das Beamen ist erfunden! Zumindest fast: Wer ein Virtual-Reality-Headset aufsetzt und Kopfhörer dazu, der kann von einer Sekunde auf die andere den Raum wechseln. Er oder sie kann sich mit Menschen aus aller Welt an einem Ort treffen und dort mit ihnen spielen, sprechen und gemeinsam Neues erkunden.

Ich habe das für einige größere Recherchen seit 2016 immer wieder getan, ich habe faszinierende Menschen kennengelernt, die ich nie im sogenannten „echten“ Leben getroffen hätte – und ich habe gelernt, wie relativ dieses „echte“ Leben ist. Denn die virtuelle Realität (VR) ist nicht minder real als die materielle Realität, sie ist nur anders. Diese empirische Erkenntnis aus meinen Recherchen haben mir Philosophen und Psychologen bestätigt. Philosophen und Psychologen und einige andere sind ganz gespannt auf unsere Zukunft mit virtueller Realität. Und sie nutzen sie schon jetzt: Philosophen beispielsweise belegen mithilfe von VR, dass unser Bewusstsein nicht an unseren Körper gebunden ist. Psychologen erforschen, inwiefern sie Traumata in VR bearbeiten und Phobien kurieren können.

Sie begreifen VR als große Chance. Und das sollten wir Journalisten auch tun. Gerade im Bereich der Vermittlung von Wissenschaft hält sie einiges für uns bereit. Als VR-Reporterin auf der neuen Plattform www.riffreporter.de

E. Wolfangel (✉)
Stuttgart, Deutschland
E-Mail: mail@ewo.name

bin ich gerade dabei, mit Unterstützung der ZEIT-Stiftung diesen Schatz zu heben. Doch schauen wir erst mal, was es schon gibt.

VR unterliegt zweifellos einem Hype und man sollte gut unterscheiden, welche Anwendungen Sinn ergeben und welche nur einem Hype folgen, ohne ein Problem zu lösen. Im Journalismus hat dieser Hype dazu geführt, dass die wahren Vorteile der neuen Technologie noch nicht entdeckt wurden. Mir sind kaum vielversprechende journalistische Projekte in der virtuellen Realität begegnet. Im Gegenteil: Manche halte ich gar für gefährlich.

In den ersten Jahren haben sich fast alle auf 360-Grad-Filme gestürzt – eine ganz andere, viel begrenztere Spielart der virtuellen Realität als jene künstlich gebauten Welten, jene eingangs erwähnten sozialen Treffpunkte in der VR. 360-Grad-Filme sind nur leider nach dem ersten „Wow!“-Effekt, den jeden ereilt, der so ein Headset zum ersten Mal aufsetzt, ziemlich langweilig. Ich habe einige ausprobiert, die angeblich zu den besten gehören, darunter einen über den Hunger in Afrika: In ihm stehe ich als Zuschauerin in einer Menge von Menschen, die zu einer Wasserstelle und wieder zurücklaufen. Manche habe Kanister auf dem Kopf. Und ja: Man kann sich, anders als im klassischen Fernsehen, in alle Richtungen umsehen. Man kann diese Menschen von vorne und von hinten sehen. Aber was ist der Gewinn?

All diesen Filmen ist gemein, dass es eben doch nur eine Blick-Richtung gibt, in der etwas geschieht, und in die der Betrachter oder die Betrachterin sinnvollerweise schaut: nämlich die, die im klassischen Film die Kamera-perspektive wäre.

Was aber als irritierend hinzukommt, ist die Situation des Publikums: Als Zuschauerin schwebte ich wie ein Geist leicht erhöht über der Szene, unsichtbar natürlich für alle, die mir selbst so real vorkommen. Ein Geist, der nicht gesehen wird, der nichts tun kann, außer den Kopf zu drehen, der nicht einmal vom Fleck kommt. Das Publikum ist bei 360-Grad-Filmen mittendrin, aber gleichzeitig nicht wirklich da. Das ist unbefriedigend und es bringt keine Vorteile. Es fügt dem klassischen Film nichts hinzu, was wirklich von Vorteil ist. 360-Grad-Filme nutzen eine Innovation, ohne Nutzen aus ihr zu ziehen.

Zudem sehe ich eine Gefahr dabei: Es wird der Eindruck erweckt, „live“ dabei gewesen zu sein. Das könnte mehr als bisher dazu führen, dass unsere Rolle als Gatekeeper verwischt wird. Betrachterinnen und Betrachter denken aufgrund der Immersion: „Ich war ja selbst dabei, genau so ist es.“ Dabei waren sie nur an einem Ort, an dem eben auch die Kamera war. Sie sehen damit eben keine anderen, frei gewählten Blickwinkel, sondern nur jenen, den die Kameraleute für sie ausgewählt haben.

In der Folge dieser 360-Grad-Film-Schwemme wurde VR von vielen Journalistinnen und Journalisten euphorisch als „Empathie-Maschine“ bezeichnet. So könne man endlich das Publikum auf der emotionalen Ebene erreichen. Natürlich ist die Hoffnung nicht falsch: Die Immersion zieht tief ins Geschehen hinein. Wenn man aus der Perspektive eines Obdachlosen in die Welt schaut, kann man diesen vielleicht besser verstehen. Wer bei YouTube nach solchen Filmen sucht, findet allerdings vor allem welche von Aktivisten: Die Welt aus der Perspektive eines Schweines beispielsweise, das zum Schlachter geführt werden soll, soll Menschen zu Vegetariern machen.

Wir sind aber keine Aktivisten, sondern Journalisten.

Ähnliche Bedenken habe ich angesichts der wenigen journalistischen „echten“ VR-Produktionen, die mit Grafik arbeiten anstatt mit 360-Grad-Video, wie beispielsweise das Projekt über Isolationshaft des *Guardian*: Dort kann der Betrachter oder die Betrachterin via VR-Headset in einer Einzelzelle sitzen und erleben, wie beklemmend das ist. Hier wird sehr plastisch vermittelt, wie sich Isolationshaft anfühlt. Sehr beeindruckend. Vom Effekt hier ist das aus meiner Sicht aber eher ein journalistischer Kommentar als eine Geschichte: Wer diese acht Minuten in der virtuellen Einzelzelle verbringt, soll hinterher davon überzeugt sein, wie schlimm Isolationshaft ist. So gut dieses Anliegen ist – das Stilmittel transportiert eine deutliche Wertung. Und damit sollten wir vorsichtig sein oder zumindest entsprechende Stücke als solche kennzeichnen.

Dazu kommt, dass ich das Argument, unser Publikum auch emotional erreichen zu wollen, in Zeiten des Populismus für gefährlich halte. Emotionen führen häufig weg von Fakten. Emotionen lassen manche Menschen gar glauben, dass Fakten relativ oder überflüssig sind, eine Frage des Glaubens oder der Meinung. Mit Emotionen arbeiten in diesen Zeiten vor allem Populisten – und sie werden deshalb von einer „Empathie“-Maschine womöglich mehr profitieren als hehre journalistische Projekte.

Wir Journalisten hingegen sollten auf Fakten setzen und versuchen, Vertrauen zurückzugewinnen. Denn auch das ist eines unserer Probleme, das wir mit der Wissenschaft teilen: einen zu großen Abstand zu Teilen der Bevölkerung, die uns für nicht mehr glaubwürdig halten. Die gute Nachricht ist: Die virtuelle Realität hält die Lösung für all das bereit! Als VR-Reporterin bei den RiffReportern baue ich derzeit eine journalistische Plattform in der virtuellen Realität auf, einen sozialen VR-Treffpunkt mit journalistischen Inhalten, die sowohl Fakten wieder attraktiv macht als auch ermöglicht, manche Menschen wieder zu erreichen und uns mit ihnen auszutauschen.

Wofür Virtual Reality aus meiner Sicht nämlich sehr gut geeignet ist, sind eine Art begehbare interaktive Infografiken: Sei es eine Raumstation, ein Teilchenbeschleuniger, die Polarforschung, das menschliche Gehirn – Orte, an die man im „echten Leben“ nicht leicht hinkommt und die einiges an Erklärung bedürfen.

Die Bildungsforschung weiß heutzutage, dass wir Menschen am besten lernen, wenn wir Dinge selbst erforschen und wenn wir mit ihnen interagieren können, sie anfassen. Gleichzeitig sind viele Dinge, über die wir im Wissenschaftsjournalismus berichten, in der „echten Welt“ nicht anfassbar. Oft nicht einmal sichtbar. Quanten beispielsweise, das Weltall, unser Gehirn. Die virtuelle Realität bietet hier den Vorteil, dass wir diese Dinge virtuell dreidimensional nachbauen und gemeinsam mit unserem Publikum interaktiv erforschen können.

Mein Projekt der VR-Reporterin ist ein journalistischer Raum in der virtuellen Realität, in dem ich mich mit meinem Publikum treffen und in den ich Experten einladen kann für öffentliche Interviews. Diese Räume sollen sich anpassen an das Thema: Beispielsweise können wir gemeinsam durch ein Gehirn gehen und dabei mit einem Hirnforscher diskutieren, wieso sich die virtuelle Realität so real anfühlt. Oder auf anderen Planeten landen und mit einem Astronomen die dortigen Phänomene besprechen. Wir können mit diesen virtuellen Objekten interagieren, beispielsweise beobachten, wie sich Quanten verhalten oder Neuronen im Gehirn und vieles mehr.

In diesem Raum werde ich meiner Rolle gemäß nicht „gemeinsame Sache“ mit Wissenschaftlern machen – ich werde sie weiterhin kritisch befragen; und das unter den Augen und der Beteiligung meines Publikums. In manchen Kreisen wird derzeit diskutiert, ob wir eine Allianz aus Wissenschaft und Journalismus brauchen. Schließlich leiden beide unter der Glaubwürdigkeitskrise. Ich halte das für falsch: Es würde uns nur noch unglaubwürdiger machen. Die Lösung ist aus meiner Sicht, unsere Rollen beizubehalten, sie radikal transparent zu machen und ins Gespräch zu gehen – öffentlich und persönlich. Wir als Journalisten bleiben die Anwälte unseres Publikums, die Dinge kritisch einordnen, die nachfragen und aufdecken. Und unser Publikum kann live dabei sein in der virtuellen Realität – und selbst kritisch nachfragen.

Nun könnte der Einwand kommen: „In der virtuellen Realität triffst du doch ohnehin nur die Avantgarde, wer kann sich schon so ein Headset leisten?“ Aber nein: Meine Erfahrungen sind anders. Ich habe in der virtuellen Realität Leute getroffen, die zwischenzeitlich obdachlos waren. Oder schwer kranke Menschen. Die ihr letztes Geld ausgegeben haben, um wenigstens

weiterhin in der VR unterwegs sein zu können. Natürlich sind dort auch jede Menge wohlhabende Nutzer. Aber wir dürfen uns unserer Sache nicht zu sicher sein: Die Skepsis gegenüber dem Journalismus ebenso wie der Wissenschaft ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

Diese Menschen müssen wir wieder erreichen. Es sind auch – aber nicht nur – junge Menschen, die ohnehin keine Zeitung mehr lesen, die klassischen Journalismus nicht als etwas begreifen, das ihrem Informations-Konsum Qualität hinzufügt. Meine Erfahrung ist: Wenn sie verstehen, was unsere Arbeit ausmacht, wie viel Arbeit in einem guten Artikel steckt, wie kritisch wir nachfragen, um ihnen nur faktengeprüfte Informationen zukommen zu lassen – dann verstehen sie auch, wieso Journalismus wichtig ist für die Demokratie. Wir können diese Menschen nur erreichen durch radikale Offenheit und indem wir uns den Diskussionen stellen, am besten persönlich. Die Technologie ist eine wertvolle Brücke hin zu ihnen. Ich habe kürzlich einen Psychiater interviewt, der Trauma-Therapie in der virtuellen Realität anbietet. Er meinte, seither erreicht er eine ganz andere Zielgruppe: junge Männer, die sich nie mit ihrem Leiden beschäftigen würden. Sie kommen vor allem, weil sie die Technologie spannend finden. Nun ist ein Kanal offen zu ihnen.

Als Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten sollten wir diesen Kanal ebenfalls nutzen. Durch ihn können wir Menschen erreichen, die wir bisher nicht erreicht haben. Ich will nicht länger nur zu meinem Publikum sprechen, ich will mit ihm sprechen – denn das ist aus meiner Sicht der nächste wichtige Schritt, um Vertrauen zurückzugewinnen und Hürden abzubauen. Um unser Publikum aus aller Welt zu treffen, können wir dank VR nun auf eine Sofortreise durch unseren Erdrum gehen. Es ist eine Reise, die keine Spesen kostet (außer das Headset) und einen Kontakt erlaubt zwischen Fremden in einer Qualität, die nahe herankommt an das echte Leben.

Die virtuelle Realität gibt uns die Chance, aus unseren Filterblasen auszuweichen. Mich hat sie in eine andere Welt gebeamt; ich habe dort Gespräche geführt mit Menschen, die einen ganz anderen Hintergrund haben als ich. Das ist manchmal anstrengend, aber es ist auch heilsam, wenn die eigenen Überzeugungen infrage gestellt werden und man für sie einstehen muss. Ganz nebenbei machen wir im Projekt der VR-Reporterin Fakten wieder attraktiv und begreifbar, indem die Menschen sie selbst erforschen können – dank einer Technologie, die Menschen zusammenführt.

Eva Wolfangel ist freie Wissenschafts- und Reportage-Journalistin und schreibt unter anderem für *DIE ZEIT*, *GEO*, *SPIEGEL ONLINE*, *Reportagen*, *Spektrum der Wissenschaft* und viele andere über neue Technologien wie künstliche Intelligenz, virtuelle Realität und Robotik. Sie ist Mitgründerin der RiffReporter-Genossenschaft, dem „Ökosystem für freien Journalismus“: Als VR-Reporterin beleuchtet sie auf www.riffreporter.de die Wechselwirkungen zwischen digitaler und materieller Welt und entwickelt neue journalistische Formate in der virtuellen Realität. Eva Wolfangel wurde 2018 mit dem European Sciencewriter of the Year Award geehrt.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



Was war – was wird? Umbrüche in der Wissenschaftskommunikation



Wissenschaftskommunikation ist Brückenbau

Anja Karliczek

Wir leben in einer komplexen Welt. Da fällt es manchen Menschen leichter, den einfachen Antworten zu glauben, als differenzierte Antworten zu durchdringen. Wissenschaftsskepsis, ja offene Wissenschaftsfeindlichkeit verbreitet sich zunehmend. Fake News und Verschwörungstheorien machen ihre Runden, vor allem in den sozialen Medien. Beispiele gibt es viele: Manche Eltern vertreten die Ansicht, dass man Kinder grundsätzlich nicht impfen sollte – was in der Konsequenz dazu führt, dass Epidemien zunehmen. Und viele stellen noch immer den Klimawandel infrage oder halten sogar die Evolutionstheorie für falsch.

Dabei handelt es sich immer um einen Frontalangriff auf die Wissenschaft. In der Umfrage „Wissenschaftsbarometer 2018“, die die Initiative Wissenschaft im Dialog (2018) gemacht hat, gaben 54 Prozent der Befragten an, Wissenschaft und Forschung zu vertrauen. Das ist nicht viel. Und sogar nur 40 Prozent glauben, dass Wissenschaftler zum Wohle der Gesellschaft forschen. Das sind Ergebnisse, die mir Sorgen machen.

Denn Unwissenheit spaltet und ist Wasser auf die Mühlen von Populisten. Schlimmer wird es noch dadurch, dass Falschnachrichten immer das mediale Rampenlicht suchen, ja davon leben – während echte wissenschaftliche Erkenntnis oft im Schatten, im Labor und der Bibliothek bleibt. Der französische Chemiker Louis Pasteur hat einmal gesagt: „Es ist die

A. Karliczek (✉)

Bundesministerium für Bildung und Forschung, Berlin, Deutschland

E-Mail: anja.karliczek@bmbf.bund.de

Unwissenheit, die die Menschen trennt, und die Wissenschaft, die sie einander näher bringt.“ Man kann das gar nicht oft genug wiederholen: Wissenschaft vereint. Sie kann in Zeiten mit komplexen Herausforderungen wie der digitalen Revolution oder dem Klimawandel aufklären, Unsicherheiten nehmen, Diskurse anstoßen, aus denen dann Lösungsansätze entstehen. Dabei geht es um nichts weniger als den Zusammenhalt unserer demokratischen, offenen Wissensgesellschaft.

Wir müssen die Wissenschaft deswegen stärken. Die Voraussetzungen sind dafür in Deutschland gut, unser Wissenschaftsstandort ist gut aufgestellt. Allerdings sollten wir auch die Wissenschaftskommunikation weiterentwickeln, sodass wissenschaftliche Erkenntnisse auch in der Gesellschaft ankommen, Menschen sie verstehen. Über diese Erkenntnisse müssen wir immer wieder sprechen und diskutieren. So können am Ende auch soziale Innovationen entstehen, die unserem Land und uns allen dienen und dazu beitragen, dass wir unseren Wohlstand halten können.

Entscheidend sind dafür die Wissenschaftler. Sie müssen zu Kommunikatoren werden, die ihre Arbeit immer wieder erklären. Sie müssen Brückenbauer sein, die die Tore der Wissenschaft öffnen. Wissenschaftskommunikation ist Brückenbau. Ich meine, die Wissenschaftskommunikation muss in der Ausbildung einen höheren Stellenwert bekommen und selbstverständlicher Bestandteil wissenschaftlichen Arbeitens sein. Vielleicht braucht es dazu nichts weniger als einen Kulturwandel. Denn auch Anerkennungs- und Reputationsmechanismen an Hochschulen und Forschungseinrichtungen müssen sich ändern, sodass gut praktizierte Wissenschaftskommunikation letztlich auch eine Karriere befördern kann. Ich meine, dass Wissenschaftskommunikation künftig noch stärker als bisher als Kernbestandteil von Forschungsprojekten finanziert und bei der Auswahl für eine Förderung berücksichtigt werden soll.

Für viele Wissenschaftler ist das ja längst schon selbstverständlich: dass sie wissenschaftliches Wissen nicht einfach bereitstellen, sondern uns Einblick in ihre Arbeit gewähren und auch außerhalb des Forschungssystems ihre Erkenntnisse diskutieren – und so ihrer gesellschaftlichen Verantwortung in ganz besonderer Weise gerecht werden.

Voraussetzung dafür, dass Forschende in ihrem Bemühen erfolgreich sind, ist eine Vertrauensbasis zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. Für die Wissenschaft ist Vertrauen essenziell, wenn sie mit ihren Erkenntnissen zu den Menschen durchdringen will. Vertrauen zu schaffen und zu stärken ist deshalb eine zentrale Aufgabe für die Wissenschaft. Und dazu kann Kommunikation einen großen Beitrag leisten. Denn Wissenschaftler können über Kommunikation einen Vertrauensanker bilden.

Dabei geht es vor allem darum, über das Wesen der Wissenschaft zu sprechen. Es geht nicht unbedingt nur darum, alle Forschungsdetails der Wissenschaftsdisziplinen zu erklären. Denn Wissenschaft lebt von der Bereitschaft, sich überraschen zu lassen und die eigene Position daraufhin zu überdenken. Sie lebt vom Staunen-Können und dem Infragestellen bisheriger Überzeugungen. Sie lebt von der Offenheit für das, was in der Welt geschieht.

Es sind nicht nur die durchschlagende Erkenntnis und der bahnbrechende Fortschritt, die Wissenschaft ausmachen. Vielmehr ist es oft harte und hartnäckige Arbeit, die hinter Forschungsergebnissen steht. Es sind Beharrlichkeit, Durchhaltewillen und Unermüdlichkeit, die den Weg zu eben diesen Erkenntnissen bahnen. Es verlangt Ehrgeiz und Energie – vor allem aber viel Zeit. Wissenschaft ist ein Prozess; ein Prozess der Vor- und der Rückschritte, des Ringens und Revidierens von Ansichten, des immer wieder neuen Fragenstellens.

Wenn Forschende ein solches Bild von Wissenschaft nach außen vermitteln, verstehen Menschen besser, warum Wissenschaft keine festen und unumstößlichen Gewissheiten erzeugen kann. Im „Wissenschaftsbarometer 2018“ gaben 56 Prozent der Befragten an, dass es ihnen schwerfällt, Informationen zu beurteilen, wenn Wissenschaftler unterschiedlicher Meinung sind. Wenn Wissenschaftler jedoch erklären, dass eben diese Vielfalt der Perspektiven eine Chance sein kann, um neue Erkenntnisse zu generieren können Außenstehende Diskussionen und Meinungsverschiedenheiten unter Wissenschaftlern eher einordnen. Wenn Wissenschaftler offen zugeben, was sie noch nicht wissen, ist dies kein Zeichen von Unkenntnis. Vielmehr erhöht es ihre Glaubwürdigkeit.

Ein weiterer Punkt ist entscheidend, um Vertrauen in die Wissenschaft zu stärken: Wissenschaft muss unabhängig und an der Sache orientiert sein. Sie muss dem Wohl der Gesellschaft dienen und nicht den Interessen Dritter. Ich spreche hier von Wissenschaftsfreiheit, einem hohen Gut, dessen Bedeutung es immer wieder zu betonen gilt. Wissenschaftsfreiheit zählt neben einer unabhängigen Justiz und einer freien Presse zu den Grundfesten unserer offenen Gesellschaften. Diesen gesellschaftlichen Grundkonsens gilt es zu wahren und zu stärken – besonders in Zeiten, in denen Wissenschaftsfreiheit an verschiedenen Orten der Welt infrage gestellt wird. Wir stehen als Gesamtgesellschaft in der Verantwortung, dafür Sorge zu tragen und auf diese Weise auch die Vertrauensbasis für die Wissenschaft in der Gesellschaft zu stützen.

Wissenschaftskommunikation kann nur dann wirklich erfolgreich sein, wenn wir sie als Gemeinschaftsaufgabe angehen und alle an einem Strang

ziehen: Politik, Wissenschaft, Journalismus und Zivilgesellschaft. Das gilt erst recht für das Bundesministerium für Bildung und Forschung. Die Förderung der Wissenschaftskommunikation sehen wir als eine wichtige Aufgabe an.

So haben wir eine Open-Access-Strategie entwickelt, um den freien Zugang zu wissenschaftlichen Publikationen über das Internet zu verbessern. Bürgerinnen und Bürger können so aktuelle wissenschaftliche Aufsätze lesen, ohne dafür eigens eine wissenschaftliche Zeitschrift kaufen zu müssen. Außerdem fördern wir das Internet-Portal www.wissenschaftskommunikation.de. Es vernetzt Partner aus Wissenschaft, Politik, Zivilgesellschaft. Speziell auf Schülerinnen und Schüler zugeschnitten ist die Forschungsbörse, über die Wissenschaftler in die Schule eingeladen werden und aus ihrem Alltag im Labor berichten können. Auch fördern wir mit den Wissenschaftsjahren eine Vielzahl an Formaten und Projekten, um in ganz Deutschland möglichst viele Menschen zu erreichen und mit ihnen in den Austausch zu kommen. Besonders am Herzen liegt mir die Bürgerforschung, die sogenannte Citizen Science, die die Partizipationsmöglichkeiten von Bürgerinnen und Bürgern stärkt und auch die Wissenschaft bereichert. Und nicht zuletzt fördern wir den Wissenschaftsjournalismus; schließlich tragen Journalisten dazu bei, Informationen weiterzugeben, zu erklären und einzuordnen.

Unser Ziel ist klar: Wissenschaftskommunikation muss zu so etwas werden wie ein täglicher Science March, selbstverständlich und mit Leidenschaft geführt. Denn Wissenschaft geht alle an, gerade in sich wandelnden Zeiten.

Literatur

Wissenschaft im Dialog (Hrsg.). (2018). *Wissenschaftsbarometer 2018*. Berlin: WiD. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/wissenschaftsbarometer-2018/>.

Anja Karliczek ist seit März 2018 Bundesministerin für Bildung und Forschung und Mitglied der Bundesregierung. Nach der Ausbildung zur Bankkauffrau bei der Deutschen Bank AG und anschließender Übernahme in das Angestelltenverhältnis hatte sie eine weitere Ausbildung zur Hotelfachfrau mit Ausbildereignung im familieneigenen Hotelbetrieb absolviert. Seit dem Sommer 1994 arbeitete die dreifache Mutter bis zum Einzug in den Deutschen Bundestag in leitender

Funktion im Hotel Teutoburger Wald. Das Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Fern-Universität in Hagen schloss sie 2008 mit einer Diplomarbeit über die steuerliche Vorteilhaftigkeitsanalyse zur Auslagerung von Pensionsverpflichtungen aus Arbeitgebersicht ab. Im Januar 2017 wurde sie zur Parlamentarischen Geschäftsführerin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion gewählt.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Erinnerungen an die Demokratie

Über Wissenschaft und ihre Kommunikation in Zeiten verhandelbarer Wahrheiten

Johannes Schnurr

Wenn wir heute nach dem Stellenwert und den Aufgaben von Wissenschaft und Wissenschaftskommunikation in unserer Gesellschaft fragen, so ist dieser Zusammenhang aus einer völlig anderen Perspektive zu betrachten als noch vor wenigen Jahren. Dies hat insbesondere mit zwei Entwicklungen zu tun: einer nicht ausschließlich, aber insbesondere auch innerhalb Europas zu beobachtenden Demokratierezession sowie den Auswirkungen einer umfassenden und sämtliche Lebensbereiche durchdringenden Digitalisierung.

Beginnen wir mit der politischen Seite: Es hat sich ein grundlegender Wandel vollzogen, der das Kerngeschäft der freien und unabhängigen Wissenschaft, nämlich die Suche nach gesicherten Erkenntnissen, infrage stellt. Dieser Prozess ist gewiss nicht in allen Ländern gleichermaßen vorangeschritten und sichtbar, in der Summe jedoch hat sich die Situation vielerorts hin zu weniger Demokratie, politischer Partizipation der Bürger sowie einer Beschneidung der Pressefreiheit verändert.¹ Der Umgangston zwischen politisch und weltanschaulich Andersdenkenden ist nach innen rauer

¹Vgl. zu dieser Thematik: Stier (2018). Im Jahr 2016 sei die Pressefreiheit so stark bedroht gewesen, wie seit Langem nicht mehr, konstatiert Matthias Döpfner (2017): Nur noch 13 Prozent der Menschheit hätten Zugang zu freien Medien, in immer mehr Ländern werde „kritische Berichterstattung“ lediglich als „Störfaktor“ wahrgenommen und staatlicherseits sanktioniert.

J. Schnurr (✉)

Daimler und Benz Stiftung, Ladenburg, Deutschland

E-Mail: schnurr@daimler-benz-stiftung.de

und misstrauischer geworden, die äußere Tonalität zwischen Staaten wirkt aggressiver. Unbesehen davon, wo freie Forschung betrieben und von wem sie gefördert wird – seien es Universitäten, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen oder -verbände, Ministerien, Stiftungen oder in Teilen auch Unternehmen –, bereits kurz nach einer Veränderung der politischen Verhältnisse werden diese Strukturen oft unter Druck gesetzt oder können unter Generalverdacht geraten. Auch in Ländern, wo diese Entwicklung nicht offen zutage tritt, kann sie dennoch bereits unter der Oberfläche vorhanden und als schleichender Wertewandel erkennbar sein.² So sehr die deutsche Forschungslandschaft in ihrer wissenschaftlichen Freiheit, Ausstattung und Finanzierung intakt scheint, so deutlich zeigt sich, dass sie gleichwohl im wissenschaftlichen Austausch mit weniger liberalen Ländern mittlerweile mehr Hürden zu überwinden hat, dass sie bei bestimmten Themen eingeschränkt und neuen, per Gesetz festgeschriebenen Restriktionen unterworfen ist.³

Zum anderen verändert die außerordentlich dynamische Entwicklung der Digitalisierung die Kommunikation von Wissenschaft. Es entstanden und entstehen fortlaufend neue Medien und Kanäle, mittels derer ein direkter Austausch mit stark fragmentierten, dafür aber nicht selten hochinformierten Teil-Öffentlichkeiten nahezu in Echtzeit stattfinden kann.⁴ Dies bedeutet eine nicht zu unterschätzende Herausforderungen sowohl für die Bereitschaft und technischen Fähigkeiten von Wissenschaftlern und Pressestellen, sich auf diesen Diskurs einzulassen; dies betrifft überdies auch die schiere Geschwindigkeit der internen Kommunikation zwischen Wissenschaftlern und institutioneller

²Mit Verweis auf eine Analyse des Politikwissenschaftlers Yascha Mounk sowie seines Kollegen Roberto Stefan Foa merkt die amerikanische Journalistin Amanda Taub an, dass für den Zeitraum ab 1995 nicht nur in den USA, sondern auch in Neuseeland, Australien, Großbritannien, Schweden oder den Niederlanden eine signifikant wachsende Zustimmung für eine nicht parlamentarische Regierung gemessen werden konnte. In diesen Ländern stimmten immer weniger Menschen der Aussage zu, dass es wesentlich für sie sei, in einer Demokratie zu leben. „That trend is particularly strong among young people. For instance, in a previously published paper, the researchers calculated that 43 percent of older Americans believed it was illegitimate for the military to take over if the government were incompetent or failing to do its job, but only 19 percent of millennials agreed. The same generational divide showed up in Europe, where 53 percent of older people thought a military takeover would be illegitimate, while only 36 percent of millennials agreed.“ (Taub 29. November 2016).

³Nicht nur einen Überblick zur aktuellen Situation, sondern auch eine Analyse der Folgewirkungen, welche die aktuelle Entwicklung einer rückläufigen „internationalen Durchlässigkeit“ erwarten lässt, gibt Otmar Wiestler (2017).

⁴Um ein Beispiel zu nennen: Das 18. Berliner Kolloquium der Daimler und Benz Stiftung mit dem Titel „MenschMaschine-Visionen – Technik, die unter die Haut geht“ widmete sich unter technologischen, ethischen, juristischen und neurowissenschaftlichen Aspekten dem Thema „Human Enhancement“. Insbesondere die Resonanz der mit diesem Thema befassten Blogger-Community erfolgte prompt und die beteiligten Wissenschaftler waren unmittelbar nach Versand der Presseinformation gefordert und mussten bereits im Vorfeld der Tagung zeitnah auf sehr sachkundige wie in Teilen kritische Fragen zu ihren angekündigten Vorträgen reagieren.

Public Relation, denn diese Kanäle sind zeitnah mit qualifizierten Inhalten und Antworten (Rapid Reaction) zu bestücken. Des Weiteren bleiben zwar herkömmliche Formate der Öffentlichkeitsarbeit oft unverändert bestehen und sind als Informationsquellen weiter nachgefragt (wie etwa Broschüren, Flyer, Jahresberichte, Universitätszeitungen, Homepages, Newsletter etc.), zugleich aber verschmelzen vor allem im Online-Bereich Text-, Bild-, Grafik- und Audioformate und müssen zeitnah, in hoher redaktioneller Qualität und dabei stets rechtssicher zur Verfügung gestellt werden. Dieser Wandel erfordert eine weit stärkere strategische Ausrichtung der Wissenschaftskommunikation als bislang üblich. Sowohl was das Zeitbudget der Wissenschaftler angeht als auch hinsichtlich des Zeit- und Finanzbudgets von Kommunikatoren und Pressestellen muss deshalb eine sorgfältige Auswahl getroffen werden, welche Medien und Informationen erfolgversprechend sind und welche unter Effizienzgesichtspunkten ausgeklammert werden können. Weniger das reine Bespielen von Kanälen sollte dabei im Vordergrund stehen (gemäß dem Motto „Dabei sein ist alles“), sondern ausgehend von den zur Verfügung stehenden Inhalten einer Einrichtung, ihren begrenzten Ressourcen und der an ihrer speziellen Forschungsarbeit interessierten Öffentlichkeit kommt es darauf an, den modernen Methodenkoffer der Wissenschaftskommunikation mit Augenmaß zu packen. Es gilt: Die Qualität der nach außen gehenden Inhalte und Formate ist dabei als mittelbarer Ausdruck der Qualität der geleisteten oder geförderten Forschungsarbeit zu begreifen.

Ein wichtiges Pendant und wesentliches Element in ihrem Dialog mit der Öffentlichkeit – sowohl für Forscher wie für Pressestellen – waren über die letzten Jahrzehnte hinweg die unabhängigen Medien. Werfen wir also im Weiteren auch einen Blick auf sie und ihre Entwicklung im digitalen Zeitalter⁵. Infolge einer systematischen Abwanderung des Anzeigengeschäfts auf spezialisierte Internetportale (Immobilien, Automobile, Gebrauchtwagen etc.) brach den Zeitungen eine tragende Säule ihres Geschäftsmodells weg. Diesem Trend entgegen steigerte beispielsweise allein Google seine Werbeumsätze für das Jahr 2017 auf 95,4 Milliarden US-Dollar (Statista 2019a) und auch für andere Medienunternehmen wie Facebook oder Amazon zeigt

⁵Im Mittelpunkt steht hierbei nicht die Einführung digitaler Technik, diese befindet sich bereits seit Jahrzehnten im Einsatz, sondern vielmehr das Verschmelzen digitaler Computer- und Telekommunikationstechnologien und die hieraus resultierenden Möglichkeiten einer vernetzten Datenerhebung, -auswertung und -organisation. In Verbindung mit modernen Sensoren und dem Einsatz künstlicher Intelligenz werden autonom agierende Systeme ermöglicht, die in sämtliche Bereiche von Gesellschaft und Wirtschaft (Verkehr, Robotik, Landwirtschaft, Medizin, Handel und Logistik, Luft- und Raumfahrt, Stadtentwicklung und Haushalt) Einzug halten und auf diese Weise sämtliche öffentlichen wie privaten Kommunikationsprozesse verändern.

der Trend bei ihren Einkünften nach oben, insbesondere weil sie gegenüber herkömmlichen Medien in der Lage sind, Informationen zusammen mit Waren- und Unterhaltungsangeboten als gemischten bzw. multiplizierten Mehrwert anzubieten. Zeitgleich sorgte die Digitalisierung der Medienbranche für eine Änderung des Nutzungsverhaltens: In Deutschland etwa, einem der größten Medienmärkte weltweit, sank die Auflage an verkauften Zeitungen zwischen 1991 und 2017 von täglich rund 27,3 auf 14,7 Millionen Exemplare (Statista 2019b). Auch diese Entwicklung führte zu sinkenden Einnahmen. Vor allem Regionalzeitungen sind von diesem Schwund betroffen; da sie es sich zunehmend nicht mehr leisten können oder wollen, eigenständige Redaktionen zu erhalten, schließen sie sich aufgrund des wachsenden ökonomischen Drucks unter dem Dach größerer Medienhäuser zusammen. Ihnen verbleibt oft nur noch die Berichterstattung im regionalen Umfeld als Alleinstellungsmerkmal; die „Mantelseiten“, also informierende oder kommentierende Beiträge zu internationaler und nationaler Politik, (nebst Kommentaren), Wirtschaft, Feuilleton und – für unseren Fall relevant – das Ressort Wissenschaft, unterliegen erheblichen Konzentrationsprozessen. Durch diesen Schrumpfungsprozess büßt die Medienlandschaft erheblich an Vielfalt ein. Was die Glaubwürdigkeit von Zeitungen und Magazinen angeht, so genießen sie nach wie vor, ungeachtet der nicht nachlassenden „Lügenpresse“-Vorwürfe, ein Ansehen als seriöse Informationsquellen (vgl. Schröder 2017). Allerdings liegen die sozialen Netzwerke in ihrer Bedeutung als Informationsquelle mittlerweile und mit steigender Tendenz vor den Zeitungen (vgl. Gondorf 2016). Inwiefern sich hier gegebenenfalls eine Spaltung innerhalb der Gesellschaft offenbart, sich ein Generationenunterschied, eine Segregation bei den sozialen Medien für bestimmte Nutzergruppen mit „ihren Themen“ bemerkbar macht oder sich verschiedene Trends mischen, kann derzeit noch nicht abschließend beantwortet werden.⁶

⁶Dieser Trend zu informeller Isolation, von der Bildung selbstverstärkender Netzwerke – wir sprechen heute von Filterblasen oder Echokammern – sowie ihrer möglichen Folgen, ist keineswegs neu, sondern wurde bereits 1922 von Walter Lippmann, ausgehend von seiner Erfahrung als Propagandist während des Ersten Weltkriegs, sehr genau analysiert: „For it is clear enough that under certain conditions men respond as powerfully to fictions as the do to realities, and that in many cases the help to create the very fictions to which they respond. [...] To that pseudo-environment his behavior is a response. But because it is behavior, the consequences, if they are acts, operate not in the pseudo-environment where the behavior is stimulated, but in the real environment where actions eventuate.“ (Lippmann 2008, S. 20) So verstanden, verleihen die sozialen Medien diesen Wahrnehmungsstrukturen damit lediglich ein zeitgenössisches Kolorit und eine deutlich andere Geschwindigkeit. Hierzu tritt allerdings, dass sich in den sozialen Medien Randgruppen, etwa zu verschwörungstheoretischen Themen, erheblich leichter zusammenfinden und dadurch erst ihre massenmediale Wirkung entfalten können. So führten etwa Kampagnen von Impfgegnern dazu, dass die WHO das daraus resultierende Nicht-Impfen von

Das sukzessive Erodieren des Wissenschaftsjournalismus ist in unserem thematischen Zusammenhang vor allem aus zwei Gründen zu bedauern. Zum einen betrifft dies seine Vermittlungsfunktion, also das Übersetzen komplexer Forschungsinhalte in eine auch dem Laien verständliche Sprache und das Herstellen interesseweckender Bezüge auf die Lebenswelt oder das Erkenntnisinteresse der Rezipienten. Zum anderen bedarf es des Wissenschaftsjournalismus, um Forschung kritisch zu begleiten und zu bewerten. Weder kann die erste Aufgabe (aufgrund mangelnder Fachkenntnisse) von der Öffentlichkeit übernommen werden noch die zweite von den Forschungsbetreibenden Institutionen und ihren PR-Abteilungen geleistet werden, denn auch sie unterliegen partikularen Selbsterhaltungsinteressen. Auch in ihnen herrschen Konkurrenzverhältnisse und Karriereinteressen, die des journalistischen Korrektivs, der sachkundigen Hinterfragung und der Durchleuchtung bedürfen. Dieses schrittweise Erodieren des Wissenschaftsjournalismus ist umso bedauerlicher, als Wissenschaft und Journalismus in gewisser Hinsicht methodisch vergleichbar verfahren: Sie treten unvoreingenommen an Sachverhalte heran und untersuchen sie neutral. Beide unterwerfen sich Standards sowie einer Prüfung durch Kollegen (im Journalismus der redaktionellen) und im Vordergrund ihrer Arbeit steht nicht Profitstreben, sondern es geht ihnen um eine korrekte Einordnung und Interpretation von Zahlen, Daten und Fakten bzw. von Hypothesen, Prognosen und Theorien.

Wie wird sich vor diesem Hintergrund die Rolle des Wissenschaftlers und des ihn in der Öffentlichkeit begleitenden Kommunikators in Zukunft also gestalten? Obwohl es weder bei den Verlagen noch in journalistischen Berufsverbänden an ernsthaften Initiativen mangelte, neue Geschäftsmodelle im Online-Bereich zu etablieren, ist ihnen dies bislang nicht in zufriedenstellender Weise gelungen. Während es vor einigen Jahren durchaus möglich war, auch für wissenschaftliche Tagungen und Kongresse ein breites Spektrum an Redakteuren und freien Journalisten als Teilnehmer

Kindern („Vaccine hesitancy“) erstmals unter den Top zehn Bedrohungsfaktoren für die Weltgesundheit listen (WHO 2019). Die damit einhergehende Veränderung der sozialen Tonalität durch den Einsatz neuer Medientechnologien antizipiert Aldous Huxley Ende der 1950er-Jahre in seiner Essaysammlung *Wiedersehen mit der neuen Welt* wie folgt: „Aufgewachsen mit Rundfunk und Fernsehen, ist dieses Publikum gewöhnt, zerstreut zu werden, und es hat es nicht gern, wenn man von ihm verlangt, sich zu konzentrieren oder eine längere geistige Anstrengung zu machen. Alle Reden der Unterhaltungskünstler [hier gemeint als: „der politische Kandidat“) müssen daher knapp und knallig sein.“ Bezogen auf das Verschmelzen von Unterhaltung und Inhalt sowie den besonderen affektiven und reaktiven Sog, den diese neue Einheit auf ihre Nutzer ausübt, merkt er an: „Orpheus ist ein Bündnis mit Pawlow eingegangen – die Macht der Töne mit dem bedingten Reflex.“ (Huxley 2017, S. 58 f., 55).

zu gewinnen, gestaltet sich dieser Prozess heute erkennbar schwieriger und gelingt in der Breite nur noch bei Ereignissen von außergewöhnlicher Bedeutung und Aktualität. Bereits bei der Frage nach einer möglichen Erstattung der Fahrtkosten entscheidet sich oft die Teilnahme oder Absage selbst noch so engagierter Fachjournalisten. Der Besuch ganztägiger wissenschaftlicher Veranstaltungen wird vor dem Hintergrund der geringen Honorare für freie Journalisten nicht selten zu einer defizitären Glaubensfrage zwischen beruflichem Enthusiasmus und umsatzsteuerpflichtigem Realismus. Auch fest angestellte Redakteure stehen unter dem Druck eines Arbeits- bzw. eines Organisationspensums, das sie selbst den Besuch einer anderthalbstündigen Pressekonferenz reiflich überdenken lässt. In dieser Situation verzeichnet eine mit Ressourcen ausgerüstete Wissenschafts-PR Erfolge: Bestückt mit zielgruppengerecht formulierten und druckfähig lektorierten Texten, ergänzt durch kostenfreies Bild- und Filmmaterial gelingt ihr zunehmend der barrierefreie Zutritt in die Redaktionen. Doch diese Entwicklung erweist sich als ambivalent; Pressereferenten und -sprecher müssen diesen Zugang in ihrer Funktion zwar suchen – zugleich ist diese Entwicklung aus gesamtgesellschaftlicher Perspektive aber zu bedauern, denn auf diese Weise kommt einem mitunter glättenden und harmonisierenden Kommunikationsstil das journalistische Korrektiv abhanden. Des Weiteren bedeuten eine vielfältige Presseresonanz und ein über Jahre gepflegter persönlicher Kontakt mit kompetenten Fachjournalisten für Forscher oftmals eine nicht unerhebliche Motivation und können zu einem fruchtbaren thematischen Austausch führen.

Nicht nur Wissenschaftler selbst, sondern vor allem auch Universitäten und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen müssen sich vor dem Hintergrund einer zunehmenden Kommunikation über digitale Medien mit den veränderten Dialog-Ansprüchen sowie einer vielstimmigen und für sie schwer zu fassenden Öffentlichkeit auseinandersetzen. Die über lange Zeiträume hin zumindest mehrheitlich verfolgte Einwegkommunikation mit und über die journalistischen Massenmedien (Earned Media) bzw. in geringerem Umfang auch über hauseigene Publikationen (Owned Media) gehört der Vergangenheit an. Die Erwartungshaltung insbesondere von Studenten, Alumni, Freundeskreisen, Stiftern oder an bestimmten Forschungsthemen interessierten und sensiblen Gruppen an „ihre“ Institutionen ist gewachsen. Offenheit und Zugänglichkeit müssen deshalb künftig einen Kern des akademischen Selbstverständnisses darstellen. Forschungseinrichtungen, Universitäten oder Stiftungen sollten wissenschaftliche Ergebnisse auch soweit als möglich kostenfrei zugänglich machen (Open-Access-Publikationen, Streaming-Angebote, Podcasts etc.).

In den sozialen Medien bleibt immer auch ein Scheitern oder zumindest das Abgleiten des Dialogs zu antizipieren: Insbesondere bei tagesaktuellen und kritisch diskutierten Themen können ganze Einrichtungen erheblich leichter in diskreditierender Weise angegangen oder auch Forscher persönlich diffamiert werden.⁷ Solange soziale Medien faktisch keinen konsequenten und allgemeingültigen gesetzlichen Regelungen zum Ausschluss verfälschender und ehrverletzender Äußerungen unterworfen sind, ist mit solchen Angriffen jederzeit zu rechnen.⁸ Dennoch sollte die Art und Weise, wie Wissenschaftler auf Kritik reagieren oder überhaupt auf die Öffentlichkeit zugehen, keinesfalls als ablehnend, abgehoben oder gar esoterisch empfunden werden; bei ihnen gilt in hohem Maße, dass die eigene – reflektierte – Tonalität immer auch als Teil ihrer Befähigung zur Sachaussage wahrgenommen wird.

Die möglichen Gefahren, die von aktuellen Forschungsergebnissen für die Gesellschaft ausgehen können, etwa durch selbstlernende und autonom agierende Technologien (Stichwort künstliche Intelligenz), in den Bereichen Gentechnologie, Pränataldiagnostik, Human Enhancement etc., sollten als Teil eines offenen Diskurses kritisch erörtert und klar angesprochen werden.⁹ Auf Nachfragen aus der Bevölkerung muss eine zeitnahe und auf Augenhöhe stattfindende Reaktion erfolgen; auf das letzte Detail wissenschaftlicher Genauigkeit kommt es dabei zumeist nicht an. Dies sollte nicht

⁷Ihre Erfahrungen mit einem mehrmonatigen Shitstorm schildert detailliert die Soziologin Annette Treibel. Nach der Publikation ihres Buches *Integriert Euch! Plädoyer für ein selbstbewusstes Einwanderungsland* sah sie sich vehementen persönlichen Angriffen ausgesetzt, deren Aufkommen und Wechselwirkung sie analysiert. Dabei geht sie sowohl auf die Rolle der sozialen Medien wie jene der Journalisten ein. Weiter legt sie dabei anschaulich dar, welche Konsequenzen für Wissenschaftler zu entstehen vermögen, die sich mit kritischen Themen in der öffentlichen Diskussion positionieren (Vgl. Treibel 2018).

⁸Diese Entwicklung kann selbstverständlich auch positive Entwicklungen zeitigen, wie im Falle der Plagiatsaffäre um die Dissertation von Karl-Theodor zu Guttenberg deutlich wird.

⁹Dieses besonders bei Risikotechnologien deutlich hervortretende Auseinanderfallen von rein technischem ‚Können‘ und ethischem ‚Verantwortenkönnen‘ vermag, je stärker ein solcher Prozess vorangeschritten ist, in seiner Konsequenz – wie Silvio Vietta (2014) es unter Bezugnahme auf Martin Heideggers frühe Globalisierungskritik formuliert – schließlich sogar „gegenläufige Zivilisations-Effekte“ zu generieren. Im Sinne der Nutzung von Forschungsergebnissen gelte es deshalb immer auch deutlich die Eigenverantwortlichkeit des Forschers zu betonen; für sich genommen verfare das wissenschaftliche System nämlich blind, konstatiert Vietta; die von ihm initiierten Entwicklungen sind, einmal erfunden und aus den Laboren entlassen, der Willkür und dem reinen Bedarf jeweiliger ökonomischer und politischer Interessen an die Hand gegeben, denn „Wissenschaften können nie und brauchen auch niemals durch Entscheidungen hindurchzugehen; immer wird über sie entschieden“ (S. 140). In seinem ursprünglichen Sinne verstanden verweise wissenschaftliches Denken gleichwohl auf eine andere Intention und Tradition: „Aufs Ganze gesehen aber führt die Philosophie-Wissenschaft, wie von den Griechen eingeführt, in einen offenen Diskurs über das Wissen, an dem alle Bürger teilhaben können. Die griechische Philosophie-Wissenschaft demokratisiert das Wissen.“ (S. 144).

als Makel empfunden werden, sondern vielmehr gilt es, aktiv den argumentativen Austausch zu suchen und dabei die Rückmeldungen aus der Öffentlichkeit, auch wenn sie problematisch erscheinen und aus Perspektive der Wissenschaftler mitunter an der Sache vorbeigehen, zunächst anzunehmen. Der von der Öffentlichkeit an die Wissenschaft gestellte Anspruch auf Verständlichkeit ist keineswegs zurückzuweisen, denn eine sinnvoll reduzierte und erläuternde Darstellung von wissenschaftlichen Ergebnissen, wie etwa in Presseinformationen oder bei öffentlichen Vorträgen, bedeutet nicht zwangsläufig eine Trivialisierung von Inhalten, „willentliche Verflachung“, ein „Laienspiel für Laufkundschaft“ oder „verfehlte Anbiederung“ (wie durchaus mit Nachdruck formulierte interne Gegenargumente lauten), sondern stellt vielmehr einen Teil jener gesamtgesellschaftlichen Verantwortung dar, die Wissenschaft eingehen muss. Ein vornehm zurückgezogener Kulturpessimismus, eine Handreichung mit Neigungswinkel geht an solcher Verpflichtung vorbei, insbesondere wenn diese Arbeit mit öffentlichen Mitteln gefördert wird.¹⁰

Nehmen Wissenschaftler hingegen engagiert – und vor allem mit sehr viel Geduld gerüstet – die an sie gerichteten Dialogforderungen an, vermögen sie sichtbar werden zu lassen, wofür Forschung einsteht: Für die Erkenntnis von Wahrheit, für den Prozess der Wahrheitsfindung, für die Vermittlung von Erkenntnissen. In Zeiten von Fake News, alternativen, im Eigeninteresse vorgetragenen und damit letztlich als verhandelbar proklamierten nebeneinander bestehenden Wahrheiten, wird eine persönlich formulierte und auf Objektivität beharrende Haltung als Kontrapunkt und als glaubhaft empfunden. Gelingt es Forschern gemeinschaftlich, allen Sprach- und Aufnahmebarrieren zwischen ihnen und manchen Diskursteilnehmern zum Trotz, für die Wissenschaft den Status einer anerkannten, unparteiischen und verlässlichen Informationsquelle zu behaupten, so ist viel gewonnen.

¹⁰Am ehesten lässt sich die heute vorherrschende Haltung in der Öffentlichkeit als Erwartung an einer Teilhabe verstehen. In der Sprache des modernen Marketing könnte diese Veränderung des Blickwinkels wie folgt formuliert werden: „Die Indizien häufen sich, dass einseitiges Hineinsenden in den Markt nicht mehr genügt, dass Kunden heute auf andere Art und Weise involviert werden möchten. Sie wollen sich verstanden fühlen, sie sind mehr daran interessiert, sich selbst aktiv einzubringen. [...] Verbundenheit stellt sich dort ein, wo Unternehmen über das eigentliche Angebot hinaus Werte und Haltungen transportieren, die Kunden als sinnstiftend wahrnehmen und persönlich wertschätzen.“ (Wala 2016). So wenig Universitäten Unternehmen sind und wie solche agieren sollten, so wird es allerdings auch für sie zunehmend darauf ankommen, sich mit klaren Positionen und Botschaften an ihre Stakeholder zu richten. Die angloamerikanischen Universitäten scheinen diesem Gedanken in der Tat deutlich näher zustehen, was sich in ihrer traditionell intensiven Alumni- und Netzwerkarbeit niederschlägt, die mittelbar zu hohen Mittelrückflüssen in die Fonds der vormaligen Ausbildungsstätten führt – und was diesen dann wiederum zu weitreichender Unabhängigkeit und Forschungsfreiheit verhilft (zu den konkreten Summen vgl.: Hohenadl und Platt 31. März 2018).

Als „trusted source“ hat sie der lauten und flüchtigen Uniformität weltanschaulicher Beliebigkeiten etwas Wesentliches und Unverzichtbares entgegensetzen. Am Ende kann Wissenschaft nicht ohne Demokratie bestehen und Demokratie wird nicht ohne die Erkenntnisse ihrer Wissenschaftler auskommen – eine Feststellung, die durchaus als persönliche Ansprache an Wissenschaftler und Berufskommunikatoren in diesem Bereich formuliert werden darf.

Fazit

Nicht nur Vertreter oder Institutionen der Demokratie wie Justiz, Parlamente, Parteien und Behörden oder der freie und unabhängige Journalismus, sondern auch Forscher und ihre in jahrelanger Arbeit oft mühsam gewonnenen und differenzierten wissenschaftlichen Ergebnisse werden derzeit öffentlich in Zweifel gezogen, als fragwürdig abgetan. Diese Entwicklung hängt zum einen mit einer sich verändernden politischen Landschaft, Stichwort Demokratierezession, zum anderen auch mit den digitalen Möglichkeiten zur individuellen Echtzeitkommunikation zusammen. Der Bedeutungs- und Reichweitenverlust redaktioneller Medien und Verlage muss in diesen Zusammenhang eingeordnet werden. Für die Öffentlichkeitsarbeit in Wissenschaft und Forschung bedeutet dies eine Neuausrichtung: Sie hat mehr Aufgaben zu übernehmen, tritt teilweise an die Stelle traditioneller Verlage und hat sich dabei an die oft schnelllebige Veränderung von Medienkanälen in ihren Methoden anzupassen; sie sollte dabei aber nach Möglichkeit darauf achten, nicht der Versuchung eines Infotainments zu verfallen.¹¹ Für den einzelnen Wissenschaftler bietet die direkte Kommunikation seiner Forschungsthemen über

¹¹Auch wenn in zahlreichen Medien während der letzten Jahre ein Trend zu kurzen Wissenschaftsformaten erkennbar war, mag für bestimmte wissenschaftsaffine öffentliche Zielgruppen ebenso das genaue Gegenteil von Interesse sein und ein Bedürfnis nach gründlicher wissenschaftlicher Expertise bestehen. Als Beispiel möchte ich eine dreiteilige Serie wissenschaftlicher Vorträge aus dem Jahr 2015 anführen, die im Rahmen der Reihe „Dialog im Museum“ der Daimler und Benz Stiftung gehalten wurden. Unter dem Titel „Gene – Geist – Cyborg. Wer sind wir Menschen?“ sprachen Friedemann Schrenk (Paläoanthropologie), Hannah Monyer (Neurowissenschaften) und Thomas Stieglitz (Mikrosystemtechnik) im Stuttgarter Mercedes-Benz Museum vor je rund 270 Hörern über ihre Forschungsperspektive auf die Frage „Was war der Mensch? Was ist der Mensch? Was wird der Mensch?“. Die auf dem YouTube-Kanal der Stiftung im Anschluss bereitgestellten Mitschnitte dieser Vorträge (als Audio-Video-Podcast) erzielten seitdem mehrere Tausende Abrufe – trotz ihrer Länge von rund einer Stunde und ihrer fachlich anspruchsvollen Thematik. Da ich davon ausgehe, dass auch ein solch „langes Format“ seine Anhängerschaft findet, verschickt die Daimler und Benz Stiftung immer zu Beginn der Sommer- und der Weihnachtsferien eine Presse-Information mit dem Titel „Freie Gedanken für eine freie Zeit“, in der sie ebensolche Wissenschafts-Podcasts aus ihren Vortragsreihen im jeweiligen Halbjahr zum Streamen vorschlägt.

digitale Medien sowohl Chancen zur besseren Sichtbarkeit als auch möglicherweise persönliche Risiken; dieser Ambivalenz und vor allem ihrer möglichen Dynamik sollte er sich im Vorfeld bewusst sein. Eine interne Abstimmung mit Kollegen, ihre öffentliche Rückendeckung und wissenschaftliche Expertise ist dabei in kritischen Situationen von essenzieller Bedeutung.

Ein prognostizierbares Ursache-Wirkungs-Verhältnis zwischen angewandten Kommunikationsmaßnahmen und deren Rezeption bzw. der Beeinflussung der öffentlichen Meinung dürfte künftig noch schwerer fallen als bisher. Umso wichtiger wird deshalb die strategische Ausrichtung von Wissenschaftskommunikation sein: Begrenzte Budgets erfordern eine permanente Überprüfung und nötigenfalls eine Nachjustierung der verfolgten Kommunikationsziele. Universitäten und Forschungseinrichtungen werden stärker noch als bislang ein Profil entwickeln und ihren Zielgruppen die Möglichkeit einer persönlichen Teilhabe an ihrer Arbeit ermöglichen müssen. Dieser Kommunikationsstil wird umso erfolgreicher sein, als dabei nicht allein der praktische Nutzen von Forschung herausgestellt wird, sondern Wissenschaftler in ihrem Erkenntnisstreben immer auch als eine Wertegemeinschaft erlebt werden können. Auf diese Weise können Forscher in ihrem Austausch mit der Öffentlichkeit eine Vertrauensbasis anbieten, die für viele Menschen vielleicht eine ganz neue Anziehungskraft entwickelt und die sie in der schillernden Welt digitaler Meinungsströme und willkürlich-subjektiver Einschätzungen bereits heute vermissen.

Der Titel dieses Essays mag etwas doppelbödig klingen, denn noch dürfen wir hierzulande in einer Demokratie leben, ihre Freiheit genießen und es muss ihrer keineswegs in der Vergangenheitsform erinnert werden. Genau deshalb sollten wir im Angesicht der eingangs genannten politischen Umbrüche und tiefgreifenden sozialen Veränderungen mit unserer Vermittlungsarbeit, unserem Kommunikationshandwerk, vernehmbar daran erinnern, welche herausragenden Leistungen Wissenschaft und Forschung vollbringen. Dank ihrer Objektivität und Integrität dienen sie dieser Gesellschaft; sie dienen ihr zur Entscheidung und Orientierung. Als unabhängige Instanz bietet Wissenschaft der demokratischen Gesellschaft ein Koordinatensystem an, das ihr aus keiner anderen Quelle erwächst und das letztlich über ihre Zukunftsfähigkeit entscheidet.

Literatur

- Döpfner, M. (2017). Die Taschenlampe des mündigen Bürgers. Rede auf dem Zeitungskongress 2017 des Bundesverbandes der Deutschen Zeitungsverleger (BDZV). www.welt.de/debatte/kommentare/article168741531/Die-Taschenlampe-des-muendigen-Buergers.html. Zugegriffen: 6. März 2019.
- Gondorf, L. (2016). Soziale Netzwerke überholen Zeitungen als Nachrichtenquellen. *absatzwirtschaft*. www.absatzwirtschaft.de/soziale-netzwerke-ueberholen-zeitungen-als-nachrichtenquellen-84463/. Zugegriffen: 6. März 2019.
- Hohenadl, A., & Platt, C. (31. März 2018). Reich mit der Yale-Formel: Wie die Superhirne anlegen. *Euro am Sonntag*. www.finanzen.net/nachricht/fonds/euro-am-sonntag-titel-reich-mit-der-yale-formel-wie-die-superhirne-anlegen-6052875. Zugegriffen: 6. März 2019.
- Huxley, A. (2017). *Wiedersehen mit der schönen neuen Welt*. München: Piper (Neuausgabe).
- Lippmann, W. (2008). *Public opinion*. Hawthorne, CA, US: BN Publishing (Neuausgabe).
- Schröder, J. (2017). Wunderwelt LAE: Zeitungen und Zeitschriften reichweitenstark wie nie, Online im Minus. *absatzwirtschaft*. www.absatzwirtschaft.de/wunderwelt-lae-zeitungen-und-zeitschriften-reichweitenstark-wie-nie-online-im-minus-109383/. Zugegriffen: 6. März 2019.
- Statista. (2019a). Werbeumsätze von Google in den Jahren 2001 bis 2018 (in Milliarden US-Dollar). de.statista.com/statistik/daten/studie/75188/umfrage/werbeumsatz-von-google-seit-2001/. Zugegriffen: 6. März 2019.
- Statista. (2019b). Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland in ausgewählten Jahren von 1991 bis 2018 (in Millionen Exemplaren). de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/. Zugegriffen: 6. März 2019.
- Stier, F. (2018). „Es ist fünf vor zwölf.“ Ein Interview mit Valdo Lehari jr. *medium*. *Magazin für Journalisten*, 33(6), 50–52.
- Taub, A. (29. November 2016). How stable are democracies? ‘Warning signs are flashing red’. *New York Times*. www.nytimes.com/2016/11/29/world/americas/western-liberal-democracy.html. Zugegriffen: 6. März 2019.
- Treibel, A. (2018). Expertin, Materiallieferantin, Projektionsfläche. Erfahrungen als Öffentliche Soziologin in den Medien. In S. Selke & A. Treibel (Hrsg.), *Öffentliche Gesellschaftswissenschaften. Grundlagen, Anwendungsfelder und neue Perspektiven* (S. 119–144). Wiesbaden: Springer.
- Vietta, S. (2014). „Etwas rast um den Erdball ...“ *Martin Heidegger: Ambivalente Existenz und Globalisierungskritik*. Paderborn: Fink.
- Wala, H. H. (2016). *Meine Marke: Was Unternehmen authentisch, unverwechselbar und langfristig erfolgreich macht*. München: Amazon books (Position 905).

- WHO (World Health Organization). (2019). Ten threats to global health in 2019. www.who.int/emergencies/ten-threats-to-global-health-in-2019. Zugegriffen: 6. März 2019.
- Wiestler, O. D. (2017). Wissenschaft unter Druck. *MünchenerUni Magazin*, 2, 10–11.

Johannes Schnurr studierte an der Universität Heidelberg Germanistik, Philosophie und Psychologie. Er promovierte mit einer Arbeit über den Sturm-und-Drang-Dichter Jacob Michael Reinhold Lenz. Im Anschluss war er als freier Journalist tätig und arbeitete einige Jahre als Pressereferent der Heidelberger Akademie der Wissenschaften. Seit 2013 ist er Pressesprecher der Daimler und Benz Stiftung.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Heldenreisen wie bei Humboldt? Das Storytelling in der Wissenschaft

Christoph Koch

Am 27. Dezember 1831 sticht der Forscher in See. Er geht auf eine jahrelange Fahrt, deren theoriegeschichtliche Folgen unabsehbar sind und sich später als weltstürzend erweisen sollten. Der Enthusiasmus des Aufbruchs ist indes getrübt von hartnäckiger Seekrankheit. Es ist ein überwältigendes vegetatives Unbehagen, das den 22-Jährigen auf die Einsicht in seine (nach damals weithin unumstößlicher Auffassung) geschöpfliche Natur zurückwirft. Heute dürfen wir sogar sagen: zurückwirft auf das Tier in Charles Darwin, dessen empfindlicher Magen an das Rollen und Krängen des Dreimasters „HMS Beagle“ nicht adaptiert ist. Offen steht dem an das Schiff gefesselten Forschungsreisenden allerdings die Flucht vor seinem Elend in erzählte Welten: Darwin zieht sich auf ein Sofa zurück und studiert die Reiseberichte Alexander von Humboldts, die in gleich zwei Ausgaben an Bord sind.

Der Preuße, als reisender Forscher, furchtloser Entdecker und akribisch Dokumentierender, inspiriert den britischen Studienabbrecher. Humboldt erreicht dies nicht so sehr als Dozent gelehrter Vorträge, als Publizist wissenschaftlicher Original-Aufsätze oder als Mitglied einer gelehrten Akademie (der Königlich Preußischen Akademie der Wissenschaften, seit 1805), sondern als Erste-Person-Erzähler eines „Personal Narrative“ (PN) – so der

C. Koch (✉)

Gruner + Jahr GmbH, Hamburg, Deutschland

E-Mail: koch.christoph@stern.de

geläufige Titel der englischen Übersetzung¹. Bereits auf der ersten Seite des Vorwortes zum ersten der sieben Bände des PN kann Darwin aus der Feder der Übersetzerin Humboldts, Helen Maria Williams, lesen: „The narratives of travellers, and, above all, the description of those remote countries of the globe, which have immortalized the name of Cook, have always had a particular attraction for my mind [...]“ (Humboldt und Bonpland 1814, S. v).

„The *narratives* of travellers“: Darwin wie Humboldt wollen von der Natur und ihrer aufsuchenden Enträtselung *erzählt* bekommen. Entsprechend erzählen sie dann auch selbst, Humboldt enthusiastisch, Darwin zurückgenommener – und sie stellen sich damit in eine Traditionslinie, die bis heute ungebrochen ist.

Antje Boëtius beispielsweise, Tiefseebiologin, Leiterin des Alfred-Wegener-Instituts in Bremerhaven und Trägerin des Communicator-Preises der Deutschen Forschungsgemeinschaft, sagte kürzlich dem Deutschlandfunk: „Wenn ich im U-Boot abtauche, dann gehöre ich zu den wenigen Menschen, die jemals die Tiefsee persönlich erkundet haben – es sind ja weniger als Menschen, die im All waren – und dann ist das Publikum schon mal gefesselt, da steht jetzt eine Frau, war im U-Boot, ist in die größten Tiefen abgetaucht, und wenn es da ein Loch im U-Boot gegeben hätte, wäre sie jetzt tot, und trotzdem macht die das.“ (Krieger 2019) Übrigens, dies nur nebenbei, fehlt auch in dieser Forscherinnenbiografie das Motiv der Brechreiz erregenden Seekrankheit auf erster großer Fahrt nicht.

Humboldt jedenfalls, jüngst durch eine erzählerisch meisterliche Biografie von Andrea Wulf (2016) repopularisiert, hätte Boëtius womöglich gern zugehört; seine zeitgenössische englische Übersetzerin jedenfalls hat Humboldts hybrider Erzähl- und Erkenntnisprosa (s. u.) programmatische Sätze vorangestellt, die quasi inhaltsgleich vorwegnehmen, was uns heutige Storytelling-Fans nachdrücklich empfehlen:

Happy the traveller with whom the study of nature has not been merely the cold research of the understanding, in the explanation of her properties, or the solution of her problems! Who, while has interpreted her laws, has adored her sublimity, and followed her steps with passionate enthusiasm, amidst that

¹Vollständig: „Personal Narrative of Travels to the Equinoctial Regions of the New Continent During the Years 1799–1804“ (Humboldt und Bonpland 1814). Das französische Original ist unter dem Titel „Relation Historique du voyage aux régions équinoxiales du Nouveau Continent“ ab 1814 in Paris erschienen. Der Naturforscher Aimé Bonpland (1773–1858) war Humboldts Reisegefährte und Co-Autor.

solemn and stupendous scenery, those melancholy and sacred solitudes, where she speaks in a voice so well understood by the mysterious sympathy of the feeling heart. (Humboldt und Bonpland 1814, S. vi f.)

Tatsächlich handelt es sich bei den Reiseberichten prominenter Naturforscher des „zweiten Entdeckungszeitalters“ – neben Humboldt unter den Deutschsprachigen etwa bei Georg Forster und Adelbert von Chamisso – um „hybride Texte“, „welche die drei Gelehrten nicht nur an die Experten und Patrone der Naturwissenschaften um 1800, sondern auch und in erster Linie an das allgemeine Lesepublikum ihrer Zeit adressierten“, wie Johannes Görbert (2014, S. 4) herausgearbeitet hat: In die Chronologie der Erzählung betten sie empirische Beobachtungen aus Geologie, Biologie oder Ethnologie ein.

Dieser Modus der Textgestaltung wird von den Verfassern nicht zwingend exklusiv gewählt; am anderen Ende des Spektrums ihres Schreibens publizieren auch vorviktorianische Forscher bereits explizite und formal strenge Fachbeiträge für eine emergente *scientific community* von Insidern. Jedoch gilt: „Überall dort, wo die Berichte über die Forschungsexpeditionen die Struktur von Rhizomen annehmen, die mehrere, sonst häufig nach Disziplinen getrennte Diskurssegmente umfassen, ist viel eher eine ‚literarischerer‘ Gestaltung anzunehmen als dort, wo die Reisetexte sich auf einen Beitrag zu enger umgrenzten Fachbereichen kaprizieren.“ (Görbert 2014, S. 14). Die Frage ist nun: Hat sich das im Zuge der „Entzauberung der Welt“ (Max Weber), im Rahmen ihrer „Verwandlung“ (Jürgen Osterhammel) grundlegend verändert? Darwins Publikation seiner bereits auf der Beagle antizipierten Evolutionslehre stellt immerhin einen wesentlichen Fixpunkt der Vertreibung des Menschen aus dem Mittelpunkt der Welt dar.²

Derzeit erscheint es so, als sei der Bedarf an Erzähltem aus der Wissenschaft einst wie damals groß. Nachdem sich die Wissenschaft mehr als ein Jahrhundert lang professionalisiert, fachlich und sprachlich differenziert und damit auch um die Behauptung ihres Autonomieraums gerungen hat, *wächst* gegenwärtig offensichtlich die Nachfrage nach derlei hybriden Texten wieder – nach

²Patrick Breitenbach, Wissenschaftsblogger und Innovationstreiber bei ZDF Digital, argumentierte im Interview mit *Wissenschaft im Dialog* auf der Folie exakt dieser Entwicklung 2017 entschieden „pro Storytelling“: „Was früher magisch und mythisch war, macht die Wissenschaft kaputt, indem sie aufklärt. Das ist in vielerlei Hinsicht unbestritten gut und wichtig, aber durch diese Form der Entzauberung verlieren die Menschen am Ende auch wieder etwas. Es entstehen dabei Lücken, die gefüllt werden müssen, weil Menschen fantasiebegabte Wesen sind, die sich ihre Wirklichkeit selbst erschaffen (Konstruktivismus). Und das Zauberhafte ist für uns offenbar sehr wichtig.“ (*Wissenschaft im Dialog* 2017).

narrativen Konstruktionen nämlich, die die universelle Zugänglichkeit zum Feld der Wissenschaft durch Leseführung und durch Faszination erhöhen, dabei jedoch, so der Kern des Anspruchs, gültige Evidenz und empirisch Gesichertes darbieten. Ihre LeserInnen wollen diese Texte binden und führen. 1985 – 121 Jahre nachdem Darwin mit der Copley Medal ihre höchste Auszeichnung empfangen hat – ist es die Royal Society, die in ihrem Report „The Public Understanding of Science“ einen bis heute fortwirkenden Impuls dazu gibt. Walter Bodmer und Kollegen postulieren in dieser einflussreichen Expertise:

Scientists must learn to communicate with the public, be willing to do so, and indeed consider it their duty to do so all scientists need, therefore, to learn about the media and the constraints and learn how to explain science simply, without jargon and without being condescending. Each sector of the scientific community should consider, for example, providing training and communication and greater understanding of the media, arranging non-specialist lectures and demonstrations, organizing scientific competitions for younger people, providing briefings for journalists and generally by improving their public relations. (The Royal Society 1985, S. 6)

Seither ist die Debatte um das „Wie“ und „Wieviel“ der Wissenschaftskommunikation nicht mehr abgerissen. Zu Marksteinen der Entwicklung zählen in Deutschland etwa das PUSH-Memorandum von 1999 (Hochschulrektorenkonferenz 1999), die Gründung von Wissenschaft im Dialog (WiD) und des Informationsdiensts Wissenschaft (idw) auf Senderseite, aber auch in letzter Zeit die des deutschen Science Media Center (SMC) als „einfordernder“ Struktur und Dienstleister für einen unabhängigen Wissenschaftsjournalismus.

Es fehlt hier an Raum, die einschlägigen Expertisen und Kontroversen der jüngsten Vergangenheit zu rekapitulieren; ermutigend ist allerdings, wie lebendig sich das Gespräch über die Kommunikation der Wissenschaft mit der Öffentlichkeit entwickelt hat. Die wissenschaftlichen Akademien haben mit ihren Gutachten dazu beigetragen, der Siggener Kreis als unabhängiges Forum der Wissenschaftskommunikatoren mit Positionsbestimmungen, Empfehlungen und Leitlinien-Arbeit³, ebenso der Wissenschaftsjournalismus, der seiner teils bedrohten wirtschaftlichen Situation zum Trotz ebenfalls aktiv an der gegenwärtigen Debatte teilhat.

³Publikationen herunterladbar unter: <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/siggener-kreis/>.

Auch am Bekenntnis zur Stärkung der Wissenschaftskommunikation und an Appellen zum Kompetenzerwerb innerhalb des Wissenschaftssystems fehlt es auch von höchster politischer Ebene nicht. Bundesforschungsministerin Anja Karliczek etwa erklärte im September 2018: „Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die bereits stark in der Kommunikation sind, sollten dafür mehr Anerkennung erfahren. Auch können verbesserte Aus- und Weiterbildungsangebote zur Stärkung der Kommunikationskompetenz beitragen. Mir liegt die Wissenschaftskommunikation am Herzen, denn ich bin überzeugt, dass sie dazu beiträgt, das Vertrauen in und das Interesse an der Wissenschaft in ihrer ganzen Breite und damit auch in unsere Demokratie weiter zu stärken.“ (BMBF 2018). Hier tritt es schließlich in offizieller Verlautbarung ans Licht, das Hoffnungsmotiv, das einschlägige Kommunikationserfordernisse politisch begründet: Das Vertrauen in die Institutionen, letztlich gar in die demokratische Ordnung, die sie rahmt, werde gestärkt, wenn WissenschaftlerInnen von sich, von ihrer Arbeit und ihren Resultaten erzählen.

Und ohne Zweifel: Das Ringen um Aufmerksamkeit hat sich mit der großen Vielfalt von sozialen und klassischen Medien im World Wide Web stark intensiviert, und die öffentliche Intervention zahlreicher WissenschaftlerInnen in vielen Ländern bei den „Marches for Science“ gegen Missbrauch und Bedrohung der wissenschaftlichen Methode und ihres Debattenethos markiert Dringlichkeit. Die Frage bleibt: Wie sollen WissenschaftlerInnen sprechen? Im Ton eines – mit den Worten der Humboldt-Übersetzerin Williams – auktorialen „cold research of the understanding“ der Welt (was sie vor dem Verdacht der Parteinahme schützen könnte)? Oder unter Heraufbeschwörung der „mysterious sympathy of the feeling heart“, wie es sich für TiefseeforscherInnen nach einer Tauchfahrt anbietet?

Der Trend der letzten Jahre ist hier also eindeutig: Forschende jeglicher Provenienz sollen tatsächlich von sich *erzählen*; sie sollen sich des „Storytellings“ bedienen, um (so die Annahme) in breiten Öffentlichkeiten Vertrauenskapital zu bilden. Dies, das sei im nahen zeitlichen Umfeld des Presse-Skandals um den Spiegel-Reporter Claas Relotius pflichtschuldigst angemerkt, immer unter der Voraussetzung, dass das als real Erzählte aus dem Forscherleben nicht fiktional, nicht fiktionalisiert ist.⁴ Die Mittel des Geschichtenbaus jedoch, so

⁴Auch diese Gefahr, wie offenbar auch das Prinzip des kognitiven Konstruktivismus, war Menschen des 19. Jahrhunderts bewusst. Wilhelm Busch schrieb 1886 in seiner Autobiografie: „Immer, wenn man was wissen will, muss man sich auf die zweifelhafte Dienerschaft des Kopfes und der Köpfe verlassen und erfährt nie recht, was passiert ist. Wer ist heutigen Tages noch so harmlos, dass er Weltgeschichten und Biographien für richtig hält? Sie gleichen den Sagen und Anekdoten, die Namen, Zeit und Ort benennen, um sich glaubhaft zu machen. Sind sie unterhaltlich erzählt, sind sie ermunternd und lehrreich, oder rührend und erbaulich, nun gut! So wollen wir's gelten lassen.“ (Busch 1988, S. 9).

propagieren seine Anhänger, die sie auch lehrend an WissenschaftskommunikatorInnen und WissenschaftlerInnen vermitteln, seien nicht nur legitim, sondern *Voraussetzung* guter Kommunikationswirkung.

Dass dieses Argument Gewicht hat, lässt sich sogar an Textsorten belegen, die dem eigenen Anspruch nach *offensiv verbehlen*, dass es sich bei ihnen um Erzähltes handeln könnte: Am Korpus der wissenschaftlichen Literatur selbst. So haben Hillier et al. (2016) gezeigt, dass zumindest für das gegenwärtig hoch kompetitive Feld der Klimawissenschaften gilt: Je stärker sich im Abstract einer Studie narrative Elemente nachweisen lassen, umso häufiger wird sie zitiert. Wer zu erzählen weiß, kann somit offenbar nicht nur profitieren, wenn einmal wieder Wissenschaft-in-die-Öffentlichkeit gefordert ist, sondern auch direkt, innerhalb der professionellen Community:

Our findings are consistent with the prevailing understanding across a range of fields that audiences tend to understand and recall narratives – that is, stories – far better than information received in other ways. The result is surprising, though, in the context of professional scientific communication, in which expository styles dominate the published literature, word counts are strictly limited by editorial policies, graphics are routinely used to present results, and citation frequency is often considered to depend largely – even primarily – upon the strength of the science. (Hillier et al. 2016)

Provokant ließe sich anmerken: Es deutet sich an, dass die Erkenntnisse der Rezeptionsforschung auch von innerhalb der Forschung unhintergebar sind, so stark sie sich auch in einem formalen Purismus „typischer“ Wissenschaftssprache ergehen mag. Der beobachtete Effekt *steigert* sich übrigens noch mit dem Impact Factor des einschlägigen Journals.

Mit einiger Wahrscheinlichkeit ist es unter Forschenden und in ihren Institutionen längst *tacit knowledge*, ist implizit bekannt, dass erzählende Textgestaltung, und sei sie noch so zurückgenommen, wirkt. Mehr noch: Sofern sie innerhalb der Wissenschaftsgemeinde wirkt, dort also, wo die toposrelevanten Abstraktionsfähigkeit am stärksten ausgebildet ist, wie viel stärker wird der Überzeugungseffekt zugunsten eigener Anliegen und Botschaften dann womöglich erst in der breiten Öffentlichkeit sein?

Die Annahme, in narrativen Formen das ideale Werkzeug gewinnender Kommunikation gefunden zu haben, hat jedenfalls die Management- und PR-Literatur in den vergangenen Jahren geradezu überschwemmt. Zu den einschlägigen Top-Titeln bei Amazon zählen Handbücher für Geschichten-erzähler in PR und Marketing, aber auch für Personaler, die mit Storys Konflikte lösen und Motivation stiften sollen. Natürlich gibt es Storytelling-Fibeln

für Multimedia, Podcast und für Dummies. Als Crashkurse, „mit Daten“, für „Leadership“ und CEOs, für Journalisten (Lampert und Wespe 2017; bereits in vierter Auflage) – und sehr gern auch gestützt auf „Hirnforschung“. All dies klingt so unmittelbar plausibel, so simpel und doch vielversprechend, dass auch ich mich der Versuchung nicht entziehen mochte, Ihnen von Darwin und von Humboldt zu erzählen, eine Brücke zu spannen in eine Zeit, von der wir annehmen, dass die strenge Ausformung der wissenschaftlichen Textsorten noch nicht gegeben war, in der es noch reichlich Unentdecktes gab und viel zu tun. Also mehr Geschichtenstoff?

Systemtheoretiker würden wohl sagen: Die funktionale Differenzierung des Wissenschaftssystems war in den 1830er-Jahren noch nicht so weit vollzogen, dass es seine Grenzen und Eigenlogiken auch im Feld seiner sprachlichen Konventionen noch nicht hinreichend abgezirkelt hatte. Heute dagegen seien Peer Review, die Wissenschaftssprache Englisch, die fachspezifischen Jargons und der formale Aufbau von Papers so weit etabliert, dass Geschichtenerzählen allenfalls in der Beziehung zur Umwelt, letztlich also in der Gewinnung der Herzen von Stakeholdern und Laien, seinen Platz fände. Dass das empirisch falsch ist, haben wir eben gesehen; dass es jedoch auch innerhalb der Fachwissenschaft erhebliche Zweifel an der universalen Zweckmäßigkeit und Sinnhaftigkeit forschersicher Heldenreisen und ergreifender Institutionen-Stories gibt, müssen wir jetzt begründen.

Zur Eröffnung des 11. Forums Wissenschaftskommunikation, am 7. November 2018, sprach Julika Griem, Vizepräsidentin der Deutschen Forschungsgemeinschaft, Leiterin des Kulturwissenschaftlichen Instituts Essen, Anglistin und Erzählforscherin, die Keynote. Die Arena der medialisierten Gegenwartsgesellschaft charakterisierte sie wie folgt: „Hier gerieren sich einerseits Zahnpastawerbung, der Wetterbericht und auch schon mal Fußballtrainer als forschungsnah, während andererseits immer neue Formate der Unterhaltung durch Wissenschaft kreierte werden.“ (Griem 2018, S. 2). Griems Intervention (ich kann es bezeugen, denn ich war in Bonn zugegen und führte das anschließende Podiumsgespräch mit Julika Griem, darf also an dieser Stelle von neuem erzählend in Erscheinung treten) übte auf einen Gutteil der Versammelten einen Überraschungseffekt aus, einige nachfolgende Reaktionen waren entschieden ablehnend.

Griem führte unter anderem aus:

- Wissenschaftskommunikation sei „in einigen ihrer dominanten Tendenzen zu einseitig ausgerichtet“ (S. 2).
- Wesentlicher Grund dafür sei die Dramatisierung praktisch jeglichen erdenklichen Stoffes, oft im Stile der „berühmten und vielfach

nachgeahmten Naturdokumentationen der BBC“; entsprechend „folgen wir mutigen Forscherinnen und Forschern auf ihren von einem raunen Erzählduktus und schwellenden Orchesterklängen unterlegten Reisen an die ‚last frontiers‘ der Biodiversität und ihre tragischen Konfliktlagen“ (S. 2).

- Die Folge sei eine „Narrativisierung“ und „Eventisierung insbesondere von Forschung“ (S. 3).
- Folglich finde eine Verdrängung der mühseligen, Ausdauer fordernden Wirklichkeit von Forschung durch Heroisierung statt. Helden, meist männlich, erobern die Welt; die Mühen der Ebene, der Anträge, der Planstellenbewirtschaftung, der Dokumentation, der Gremien, bleiben unsichtbar: „Akten, Daten und Apparate sind deutlich schwerer zu heroisieren als Individuen.“ (S. 5)
- Strukturen und Prozesse, auch „die Sorgfalt, die gerade auch für unspektakuläre Phänomene aufgebracht werden muss, um wissenschaftliches Wissen methodisch nachvollziehbar legitimieren zu können“, fänden somit keine angemessene Berücksichtigung in der Kommunikation. (S. 5)

Aus wissenschaftsjournalistischer Sicht – und damit aus einer Perspektive, die erzählerische ebenso wie nachrichtenförmige Formate in einer längeren Tradition parallel nutzt, als es die institutionelle Wissenschaftskommunikation tut – erscheint eine pauschale Zurückweisung der Kritik Julika Griems am Storytelling-Trend nicht angemessen.⁵ Tatsächlich, so kann man zwar einwenden, dürfte es schwierig sein, in der breiten

⁵Auf der Diskussionsveranstaltung „Relotius Reloaded“, die am 1. Februar 2019 im Kulturwissenschaftlichen Institut Essen stattfand, hat Griem in diesem Kontext präzisiert: „Ich wollte hier nur einwerfen, dass, wenn ich über Storytelling spreche, ich eine ganz bestimmte Weise des Erzählens meine. Nämlich eine extrem simplifizierte, spezifische Versprechung durch sehr einfache, eingängige Erzählschemata. In der Branche redet man über die Heldenreise, den fünf Punkten, die dieser Held immer auf gleiche Weise zurücklegt; Sie kennen diese Abenteuererzählungen, die dann dabei rauskommen: Aufbruch, Bewährung, Heimkehr. Dieses Muster wird an Filmschulen für Drehbuchautoren, für Journalisten, gelehrt und auf diese Weise verbreitet. Es wird zum Beispiel Schülern vermittelt, wenn sie Bewerbungstraining schon in der Schule bekommen: ‚Inszeniere Dich als ein Held eines eigenen Lebens, mach‘ Storytelling, denn das macht dein Leben für Arbeitgeber viel attraktiver‘. Diese Art des Erzählens ist eine ganz spezifische; und es gibt viele andere Arten des Erzählens, die komplizierter, interessanter sind und die bestimmte Widersprüche, Paradoxien der Wirklichkeit auf ganz andere Weise verarbeiten. Und mein Anliegen wäre es, zu untersuchen, wie dieser Kult des Storytelling, diese Fetischisierung einer bestimmten Form von Erzählen in so viele Bereiche eingesickert ist, nämlich auch in die Wissenschaftskommunikation. Auch wir bekommen gesagt: ‚Jetzt machen Sie doch mal eine schöne Story aus ihrer spröden Philologie.‘“ (eigene Mitschrift).

Öffentlichkeit Aufmerksamkeitsschwellen zu überwinden, indem man einen DFG-Antrag zum Subjekt eines Schicksalsberichtes macht und seine einzelnen Begutachtungsschritte akribisch dokumentiert.

Weiterhin haben wir es in der multimedialisierten Aufmerksamkeitsökonomie mit Wettbewerbern zu tun, die – wie die Framing-Forschung belegt – die Narrativisierung und Dramatisierung permanent als Mittel ihrer Überzeugungsarbeit nutzen. So stützt sich etwa die Bewegung der „Impfgegner“, jüngst von der Weltgesundheitsorganisation zur globalen Gesundheitsgefahr erklärt, konsequent auf anekdotische Evidenz, also auf Storys von vermeintlichen Impfschäden. Sie bettet diese in Groß Erzählungen verschwörungsförmiger Kartelle aus Politik und pharmazeutischer Industrie ein und gewinnt Anhänger über intensive Nutzung sozialer Medien (Chirico 2017). Donzelli et al. (2018) haben jüngst eine große Zahl einschlägiger YouTube-Videos analysiert. Sie zeigen auf, wie intensiv sich antiszientistische Kommunikation auf Storytelling stützt; sie greift dabei nicht nur die institutionalisierte Wissenschaft an, sondern – wesentlich fundamentaler – den wissenschaftlichen Denkstil selbst, das wissenschaftliche Ethos sowie etablierte Gütekriterien der Forschung. Entsprechend den Befürchtungen, denen mit den „Marches of Science“ begegnet werden sollte, könnte es hier geboten sein, dem „schwarzen“ Storytelling antiwissenschaftlicher Agitatoren mit „weißem“ Storytelling entgegenzutreten – einfach deshalb, weil es eine Intervention ist, für deren Wirksamkeit es gute Evidenz gibt (s. o.). Für ihren Spezialfall schlagen Donzelli et al. (2018) daher vor: Öffentliche Institutionen (also auch Universitäten und Wissenschaftsorganisationen) „should be more engaged in establishing a web presence in order to provide reliable information, answers, *stories*, and *videos* so to respond to questions of the public about vaccination.“ (Abstract, Hervorhebung von mir).

Unmittelbar vom Forum Wissenschaftskommunikation hat Jan Steffen im Blog von Wissenschaft im Dialog zudem gefragt: „Wollen wir nur Menschen erreichen, die ohnehin offen sind für geistige Herausforderungen?“ (Steffen 8. November 2018). Diese Frage ist selbstredend rhetorisch; Steffen führt aus: „Wissenschaftskommunikation[,] wie sie ihr [Griem] vorschwebt, setzt ein interessiertes Publikum voraus, das bereit ist, sich ‚sanft überfordern zu lassen‘.“ Er fährt fort:

Dabei dürfen wir aber nicht vergessen, dass wir Menschen nicht zwingen können, sich mit Wissenschaft zu beschäftigen. Aus meiner Ausbildung als Tageszeitungsjournalist weiß ich, wie schnell Menschen das Interesse an einem Text verlieren. Schon ein Wort, das Leserinnen oder Leser nicht verstehen, kann dazu führen, dass sie „aussteigen“ und den Text nicht weiterlesen. Auf die

Bandbreite der Wissenschaftskommunikation übertragen bedeutet das: Schon kleinste Barrieren können Menschen abschrecken. Sie wenden ihre Aufmerksamkeit statt der Wissenschaft dann (im besten Fall) lieber dem belanglosen Krimi oder (im schlimmsten Fall) simplen populistischen Thesen zu. (Steffen 8. November 2018)

Mit dieser noch jungen Kontroverse ist ein Anstoß zu einer Debatte gegeben, die eine intensive Fortführung wert ist. Die letzten Jahre haben gezeigt, dass sich die Wissenschaftskommunikation zunehmend reflexiv organisiert; sie diskutiert über die Professionen – Pressestellen, PR-Organisationen, Wissenschaftsjournalismus, Akademien – hinweg über Sinn und Werte, aber eben auch über Formen und Formate ihrer letztlich den Grad gegenseitigen und öffentlichen Vertrauens widerspiegelnden Aktivitäten.

Anzumerken ist, in Ergänzung der Hoffnung, dass dieser Diskurs intensiv fortgeführt werde, noch: Es gibt gute Belege dafür, dass Storytelling tatsächlich nicht immer und überall die Methode der Wahl sein wird. Der spontan ersichtliche Impact einer wissenschaftlichen Entdeckung spielt eine wesentliche Rolle dafür, inwieweit legitime Dramatisierung das Mittel der Wahl im Ringen um Aufmerksamkeit ist. Auch dies belegt ein Beispiel aus der Geschichte der modernen Biologie.

Es ist 1953, James Watson und Francis Crick haben am Cavendish-Laboratory in Cambridge die DNA-Doppelhelix entdeckt – ein akut nobelpreisverdächtiger Durchbruch, ist doch der Mechanismus der Selbstvervielfältigung genetischer Information bislang unverstanden und die Brücke zwischen Evolutionstheorie und Genetik nicht vollständig geschlagen. Das revolutionäre Potenzial ihrer Molekülcharakterisierung verhehlen die Forscher jedoch mit den Worten: „It has not escaped our notice that the specific pairing that we have postulated immediately suggests a possible copying mechanism for the genetic material.“ (Watson und Crick 1953, S. 737). Entscheidend für unseren Kontext ist: Diese beinahe karikaturhafte Überzeichnung lakonischer Wissenschaftssprache im Gewand britischen Understatements war für *Eingeweihte* dennoch unmittelbar als sensationell zu decodieren – und in vielen Fällen vermutlich auch „realphysiologisch“ atemberaubend: „Biologists everywhere recognized the finding as world-changing.“ (Martinez-Conda und Macknik 2017, S. 8129). Sie hätten, darauf war Verlass, passende Storys bereits im Kopf. Und sie würden sie jedem erzählen – das war ebenso wenig zu vermeiden wie im Gefolge der Publikation der Gedanken, zu denen Charles Darwin auf der *Beagle* gefunden hatte.

Literatur

- BMBF. (2018). Pressemitteilung: 090/2018. Bundesforschungsministerin Anja Karliczek sagt anlässlich des Wissenschaftsbarometers. <https://www.bmbf.de/de/bundesforschungsministerin-anja-karliczek-sagt-anlaesslich-des-wissenschaftsbarometers-7018.html>. Zugegriffen: 26. Jan. 2019.
- Busch, W. (1988). Von mir über mich. In W. Busch (Hrsg.), *Sämtliche Werke II*. München: Bertelsmann (Erstveröffentlichung 1886).
- Chirico, F. (2017). Vaccinations and media: An on-going challenge for policy makers. *Journal of Health and Social Sciences*, 2(1), 9–18.
- Donzelli, G., Palomba, G., Federigi, I., Aquino, F., Cioni, L., Verani, M., et al. (2018). Misinformation on vaccination: A quantitative analysis of YouTube videos. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 14(7), 1654–1659.
- Görbert, J. (2014). *Die Vertextung der Welt: Forschungsreisen als Literatur bei Georg Forster, Alexander von Humboldt und Adelbert von Chamisso*. Berlin: De Gruyter.
- Griem, J. (2018). Zumutungen. Wissenschaftskommunikation und ihre Zumutungen. (Keynote auf dem Forum Wissenschaftskommunikation 2018). http://www.dfg.de/download/pdf/dfg_im_profil/reden_stellungnahmen/2018/181107_keynote_fwk18_griem.pdf. Zugegriffen: 20. Jan. 2019.
- Hillier, A., Kelly, R. P., & Klinger, T. (2016). Narrative style influences citation frequency in climate change science. *PLoS ONE*, 11(12), e0167983.
- Hochschulrektorenkonferenz. (1999). Memorandum „Dialog Wissenschaft und Gesellschaft“. <https://www.hrk.de/positionen/beschluss/detail/memorandum-dialog-wissenschaft-und-gesellschaft/>. Zugegriffen: 23. Jan. 2019.
- Krieger, A. (2019). Der Forscher als Held und Abenteurer. https://www.deutschlandfunkkultur.de/storytelling-in-der-wissenschaft-der-forscher-als-held-und-976.de.html?dram:article_id=437369. Zugegriffen: 20. Jan. 2019.
- Lampert, M., & Wespe, R. (2017). *Storytelling für Journalisten. Wie baue ich eine gute Geschichte?* Köln: Herbert von Halem.
- Martinez-Conde, S., & Macknik, S. L. (2017). Opinion: Finding the plot in science storytelling in hopes of enhancing science communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(31), 8127–8129.
- Steffen, J. (8. November 2018). Wollen wir nur Menschen erreichen, die ohnehin offen sind für geistige Herausforderungen? <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/blog/blogartikel/beitrag/wollen-wir-nur-menschen-erreichen-die-ohnehin-offen-sind-fuer-geistige-herausforderungen/>. Zugegriffen: 23. Jan. 2018.
- The Royal Society. (1985). The public understanding of science. Report of a Royal Society ad hoc Group endorsed by the Council of the Royal Society. https://royalsociety.org/-/media/royal_society_content/policy/publications/1985/10700.pdf. Zugegriffen: 21. Jan. 2019.

- von Humboldt, A., & Bonpland, A. (1814). *Personal narrative of travels to the equinoctial regions of the new continent, during the years 1799–1804*. Übersetzt ins Englische von H. M. Williams. London: Longman et al. *Digitalisat bei Google Books*.
- Watson, J. D., & Crick, F. H. (1953). Molecular structure of nucleic acids. *Nature*, 171, 737–738.
- Wissenschaft im Dialog. (2017). „Wissenschaftskommunikatoren müssen Zauber in die Vermittlung bringen“ – Patrick Breitenbach über Storytelling in der Wissenschaft. <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/blog/blogartikel/beitrag/wissenschaftskommunikatoren-muessen-zauber-in-die-vermittlung-bringen-patrick-breitenbach-ueber-s/>. Zugegriffen: 17. Jan. 2019.
- Wulf, A. (2016). *Alexander von Humboldt und die Erfindung der Natur*. München: Bertelsmann.

Christoph Koch, Diplom-Humanbiologe, B.Sc. (Hons.) (Social Sciences), MBA (Life Sciences). Geboren 1967, beim *stern* als Leitender Redakteur für das Wissenschaftsressort zuständig. Seit 2018 zudem Redaktionsleiter von *Dr. v. Hirschhausens stern Gesund leben*. Seit Abschluss der Henri-Nannen-Schule 1997 Wissenschaftsjournalist, Mitglied in diversen Gremien, darunter im WissensWerte-Programmbeirat, dem Kuratorium der Weisse Liste gGmbH und dem Kuratorium der Stiftung Warentest. Gemeinsam mit Mai Thi Nguyen-Kim und Lisa Ruhfus Moderator von „Die Debatte“ bei Wissenschaft im Dialog.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Rein in die Zwiebel!

Warum die Neuen Medien mehr Tiefe verlangen

Mai Thi Nguyen-Kim

Wie funktioniert das Internet? Fragen wir doch Mai, die YouTuberin.

Wenn das Internet auch ein Hexenkessel ist, in dem gefährliche Falschinformationen gebraut werden, dann sind wissenschaftliche Aufklärung und kritisches Denken die Medizin gegen den Wahnsinn. Wir brauchen Wissenschaft auf dem Schlachtfeld – also im Internet.

Wenn ich nach Tipps für Wissenschaftsvermittlung im Netz gefragt werde, merke ich, dass viele die Stärken der Neuen Medien an anderer Stelle sehen als ich. An falscher Stelle, wie ich finde. Noch vor zwei Jahren hätte ich hier etwas anderes geschrieben. Inzwischen wurden aber viele meiner Vorstellungen durch eigene Erfahrungen widerlegt. Deshalb möchte ich das, was ich bisher gelernt habe, hier zusammenfassen.

Drei häufige Missverständnisse über die Neuen Medien

Missverständnis Nr. 1: Jeder kann Social Media!

Falsch.

Heute kann jeder Sender sein. Jeder kann einen Twitter-Account erstellen oder ein YouTube-Video hochladen. Jedes Forschungsinstitut kann eine

M. T. Nguyen-Kim (✉)

Westdeutscher Rundfunk, Redaktion Quarks & Co., Köln, Deutschland

E-Mail: info@maithink.de

Facebook-Seite einrichten und regelmäßig etwas posten. Macht man damit schon Social Media? Nein.

Vergessen wir nicht, worum es bei Social Media eigentlich geht: um Interaktion. Alle Plattformen, auf denen man selbstständig Inhalte veröffentlichen kann, sind soziale Netzwerke, auf denen Sender und Publikum miteinander interagieren. Auch mein Steckenpferd YouTube nehmen viele nur als Videothek wahr, obwohl YouTube eigentlich ein soziales Netzwerk mit Videofokus ist. Wer mit Social Media erfolgreich sein möchte, muss ein aktives Mitglied der Community werden. Nicht nur agieren, sondern auch reagieren.

Nun versuchen wir, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in den öffentlichen Diskurs einzuspannen, indem wir sie dazu ermutigen, sich doch einfach einen Twitter-Account zu erstellen und spaßeshalber loszuliegen. Doch wir denken nicht weiter: Warum sollte es Spaß machen, etwas zu zeigen, wenn es niemand sieht, oder etwas zu sagen, wenn es niemand hört? Pro Sekunde werden rund 6000 Tweets gesendet, pro Minute rund 300 Stunden Videomaterial auf YouTube hochgeladen. Und jeden Tag kommen mehr User hinzu, es wird immer schwieriger, sich in dem Wust sichtbar zu machen. Um Reichweite aufzubauen, braucht es viele konzeptionelle und redaktionelle Überlegungen, viel Zeit und Engagement. Wer glaubt, dass man Social Media „einfach so nebenbei“ machen kann, wird nicht über „spaßeshalber“ hinauskommen.

Missverständnis Nr. 2: Wer online auffallen will, muss laut schreien

Falsch.

Auch wenn man diesen Schluss logischerweise ziehen könnte, nachdem man *Missverständnis Nr. 1* gelesen hat. Wer einmal Zeit in den Kommentarspalten zu Themen wie Tierversuchen, Homöopathie oder Gentechnik verbringt, wird den Eindruck gewinnen, dass man mit Sachlichkeit und Vernunft nicht weit kommt. Doch die laute, aufgeheizte Diskussionskultur im Netz interpretiere ich als Verunsicherung und Wunsch nach Klarheit. Ich habe daher beschlossen, meine eigenen Beiträge nicht zu vereinfachen, sondern – im Gegenteil – stärker ins Detail zu gehen. Weg von 3-Minuten-Videos, hin zu 15-minütigen Interpretationen von Graphen und Konfidenzintervallen. Ich beobachte in meinen eigenen Kommentarspalten, dass sich Geschrei in konstruktive Diskussionen verwandelt, wenn man sein Publikum mit mehr Details und differenzierteren Informationen versorgt. Gewissermaßen gibt man durch seinen Beitrag selbst den Ton an.

Nun bemühen wir uns als Wissenschaftsjournalisten, Komplexität zu reduzieren, um Wissenschaft verständlich zu machen. Und obwohl Verständlichkeit natürlich die Basis jeder Vermittlung ist, wissen wir auch,

dass Wissenschaft nun einmal komplex und vielschichtig ist. Es gibt selten kurze Antworten. Man hat selten klare Aussagen, sondern eher ein nuanciertes Einerseits-Andererseits – und das geht gegen alle Social-Media-Regeln, die auf zugespitzte Erregung setzen. Wer Klicks generieren und Reichweite aufbauen will, muss sich an gewisse Spielregeln halten: Aufregende Schlagzeilen, emotionale Bilder, kurze Beiträge. Mehr Unterhaltung, mehr Humor oder mehr Emotionen. Überspitzen, provozieren, schockieren.

Vergessen wir mal, dass eine solche Art der Kommunikation nicht zu wissenschaftlichem und kritischem Denken passt. Dann bleibt immer noch folgendes Problem: Selbst wenn wir versuchen würden, mit wissenschaftlichen Inhalten denselben Ton anzuschlagen wie so manches klickstarke Unterhaltungsformat, würden wir niemals damit konkurrieren können. Wir können Wissenschaft noch so unterhaltsam machen – der Unterhaltungsfaktor wird bei Tiervideos oder Realityshows immer höher sein. Die bessere Strategie ist, etwas anzubieten, das andere nicht im Angebot haben. Und während es mit dem Internet von fast allem immer nur mehr gibt, wird eines immer mehr zur Mangelware: verlässliche Informationen.

Deshalb sehe ich gerade für den Wissenschaftsjournalismus in dem Wust des Internets eine große Chance – solange wir uns nicht von dem Geschrei ablenken lassen. Je mehr andere zuspitzen und herumschreien, desto wichtiger ist es für Wissenschaft und Wissenschaftsjournalismus, einen kühlen Kopf zu bewahren und das Gegenprogramm zu fahren.

Missverständnis Nr. 3: Es geht es vor allem um Reichweite Falsch.

Es ist ein fataler Denkfehler, der guten Wissenschaftsjournalismus, ja generell gute Inhalte gefährdet. Mir scheint es, als würden Klickzahlen Journalisten und Content-Creators so sehr vernebeln, dass sie die eigentlichen Chancen dieses Medienwandels übersehen. Dass manche Zahlen einem den Kopf verdrehen können, ist zunächst nachvollziehbar. Während Printauflagen und Fernsehquoten sinken, generieren manche Influencer Reichweiten von Millionen Klicks pro Beitrag. Hier liegt ja auch eine Stärke der Neuen Medien: Man kann sehr schnell sehr viele Menschen erreichen. Doch wir dürfen niemals vergessen, *warum* wir viele Menschen erreichen möchten: nämlich wegen der Inhalte. Zu oft beobachte ich leider, dass Klicks, Abonnenten und Algorithmen mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird als den eigentlichen Inhalten. Verstehen Sie mich nicht falsch – um Inhalte zu verbreiten, sind mir alle cleveren Mittel zur Distribution lieb. Doch Reichweite muss *wegen* der Inhalte verfolgt werden, niemals *zulasten* der Inhalte. Die Inhalte müssen immer an erster Stelle stehen.

Mein YouTube-Kanal *maiLab* gehört mit rund 460.000 Abonnenten inzwischen zu den größten deutschen Wissenschaftskanälen. Anfangs war der Kanal für viele eine Kuriosität. Was macht eine promovierte Wissenschaftlerin auf YouTube? Seit wir die sechsstellige Abonnentenzahl geknackt haben, werde ich kaum noch gefragt, wie ich auf die witzige Idee komme, YouTube-Videos zu produzieren. Allein die Reichweite scheint mir eine gewisse Seriosität zu verleihen, oder zumindest die Wahl der unseriös anmutenden Plattform YouTube zu rechtfertigen. Hierin steckt ein Denkfehler, den ich schon unter *Missverständnis Nr. 1* beschrieben habe: der Fehler, Social Media und Internet-Formate nicht ernst zu nehmen. Doch fast noch gefährlicher ist es, Internet-Formate nur wegen der Reichweite ernst zu nehmen.

Ich würde gerne behaupten, dass *maiLab* so reichweitenstark geworden ist, seit ich beschloss, in meinen Beiträgen stärker ins Detail zu gehen. Denn so war es tatsächlich, was mich auch in dem Glauben unterstützt, dass Wissenschaftsjournalismus online viel komplexer sein darf. Doch ich weiß, dass ich sich Reichweite und Qualität nicht gegenseitig bedingen. Manchmal schließen sich Reichweite und Qualität sogar kategorisch aus.

Klicks und Abonnenten sind erst mal nichts anderes als die Auflage einer Zeitung oder die Fernsehquote. Doch Reichweite im Netz ist tückischerweise viel sichtbarer und detaillierter nachvollziehbar – und lenkt daher umso mehr ab. Doch auch wenn wir uns mit dem Medienwandel immer mehr ins Netz bewegen, gilt nach wie vor: Wissenschaftsjournalismus darf sich nicht diktieren lassen von Popularität.

(Natürlich muss man sich eine solche Unabhängigkeit leisten können. Es ist auch eine Frage der Ressourcen. Doch das wäre Stoff für ein eigenes Kapitel).

Eine Frage des Vertrauens

Ich beobachte bei den konventionellen Medien viel Verunsicherung. Die Neuen Medien wirken so seicht und schnelllebig – wie soll man da mit wissenschaftlichen Inhalten überleben? Doch hier liegt vielleicht das größte Missverständnis von allen: Gerade für wissenschaftliche Inhalte sind die Neuen Medien besonders geeignet. Denn Online-Plattformen sind viel „nischiger“ als konventionelle Medien: Das Usererlebnis ist stark personalisiert, die Leute konsumieren die Inhalte, die sie interessieren. Im Gegensatz zu einem Fernsehbeitrag im linearen Programm kann ich bei einem YouTube-Video zum Beispiel eher auf die Methoden von wissenschaftlichen

Studien eingehen oder statistische Auswertungen diskutieren. Denn ich spreche zu einem Publikum, das bewusst auf mein Video geklickt hat, um etwas zu erfahren. Die User suchen Informationen, nach denen sie vielleicht bereits gegoogelt haben, ohne befriedigende Antwort. Sie möchten wirklich wissen, was los ist – ein unglaublich dankbares Publikum für wissenschaftliche Inhalte.

Doch angesichts des Informationsüberflusses und der vielen widersprüchlichen Aussagen, die man im Netz findet, ist es nachvollziehbar, dass Menschen skeptischer werden – auch der Wissenschaft gegenüber. Schließlich gibt es wenige Möglichkeiten für den Einzelnen, wissenschaftliche Zusammenhänge selbst zu verifizieren. Wissenschaftliche Veröffentlichungen sind nun einmal nicht für Fachfremde geschrieben. Diese sind auf Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsjournalismus angewiesen. Vertrauen darf man hier aber nicht selbstverständlich voraussetzen.

Wenn wir das Vertrauen der Menschen gewinnen möchten, müssen wir auch ihnen vertrauen. Wir müssen ihnen mehr zutrauen. Auch deswegen plädiere ich für mehr inhaltliche Tiefe bei der Wissenschaftsvermittlung im Netz. Über skeptische Zuschauerinnen und Zuschauer sollten wir meiner Meinung nach nicht die Augen verdrehen, sondern ihnen eine Chance zur Verifizierung bieten. Wenn wir nicht nur Social Media, sondern auch unsere Zuschauer ernst nehmen, müssen wir sie mit mehr Details versorgen, statt welche auszulassen, komplexe Zusammenhänge aufzeigen, statt zu vereinfachen. Wir sollten nicht sagen: „Das ist zu kompliziert, das muss gekürzt werden.“ Sondern: „Das ist zu kompliziert, wir brauchen mehr Zeit hierfür.“ Und nach jedem *maiLab*-Video zeigen mir die Zuschauerinnen und Zuschauer in den Kommentaren, dass sie nicht nur bereit, sondern dankbar sind für Komplexität und Differenzierung. Ich musste mich nur darauf einlassen.

Die Zwiebel des Wissenschaftsjournalismus

Wie vermittelt man nun Komplexität mithilfe von Social Media? Wie kann man zum Beispiel Instagram nutzen, um differenzierten Wissenschaftsjournalismus zu betreiben? Kurz gesagt: gar nicht. Doch Plattformen wie Instagram sind trotzdem nicht unwichtig.

Um das zu begreifen, müssen wir vielleicht Wissenschaftsvermittlung grundsätzlich neu denken. Wenn wir uns Wissenschaftsvermittlung als Waage mit zwei Waagschalen vorstellen, auf der einen Seite Verständlichkeit, auf der anderen Seite Komplexität, dann geht Verständlichkeit

immer auf Kosten von Komplexität – oder andersherum. Die Waage ist ein unbefriedigendes Bild, denn jedes Aufwiegen ist immer nur ein Kompromiss.

Nehmen wir doch ein neues Bild: die Zwiebel. Jedes wissenschaftliche Thema kann man sich als Querschnitt einer Zwiebel vorstellen. Innen haben wir kleine Schalen, hier erreichen wir wenige Menschen, aber dafür gehen wir ins Detail. Außen sind große Schalen, ein größeres Publikum, aber wir sind inhaltlich oberflächlicher. Zum Beispiel kann ich durch ein Instagram-Selfie mit Weinglas ganz außen auf der Zwiebel Aufmerksamkeit wecken. Weiter innen in der Zwiebel finden die Selfie-Liker mein YouTube-Video über die gesundheitlichen Folgen von Alkohol. Manche hätten sich – ohne die Abholung auf der äußeren Schale – von alleine nie ein Wissenschaftsvideo angesehen. In der Videobeschreibung sind die wissenschaftlichen Veröffentlichungen als Quellen verlinkt. Wer da reinschaut, ist plötzlich im Innern der Zwiebel angelangt. Anstatt Social Media als zwecklos zu betrachten, weil viele Plattformen zu oberflächlich sind, um komplexe Wissenschaftsthemen zu tragen, sollten wir daran denken, dass jedes noch so komplexe Thema von vielen Zwiebelschichten umgeben ist und wir die Menschen außen verpassen, wenn wir sie dort nicht abholen.

Vielleicht muss ich das hier gar nicht so sehr betonen. Wenn Wissenschaftsjournalisten an Social Media und neue Formate denken, orientieren sich die meisten derzeit ohnehin aus der Zwiebel raus. Es ist naheliegend, dass in den oft oberflächlichen Neuen Medien die äußeren Zwiebelschalen eine größere Rolle spielen. Doch wenn wir mit wissenschaftlichen Inhalten online erfolgreich sein wollen, müssen wir mehr ins Detail gehen. Indem wir tiefer in die Zwiebel reingehen, können wir nicht nur besser unserer Verantwortung nachkommen, die Öffentlichkeit aufzuklären, sondern begeben uns auch noch in die richtige Nische des lauten Online-Dschungels, in der wir uns sichtbar positionieren können. Um online vernünftige Aufklärung und guten Wissenschaftsjournalismus zu gewährleisten, gibt es für mich nur eine Richtung: Rein in die Zwiebel!

Die äußeren Schalen müssen wir dabei als Unterstützung nutzen. Während sich Wissenschaftsjournalismus nichts von Popularität diktieren lassen darf, dürfen wir durchaus wissenschaftliche Aufklärung populär machen, mit allen Mitteln, die uns die Medienlandschaft bietet. Je tiefer ich thematisch in der Zwiebel bin, desto stärker sollte ich Social Media einsetzen, um Menschen von äußeren Zwiebelschalen reinzuholen. Die äußeren Zwiebelschalen sind also weniger die Essenz von Social Media, sondern vielmehr Mittel zum Zweck. Sie sind der Weg zum Ziel, das im Innern der Zwiebel liegt. Solange wir dieses Ziel nicht aus den Augen verlieren, bin ich optimistisch, dass wir

immer mehr Menschen tiefer in die Zwiebel ziehen können und dass wir das scheinbar so faktenfeindliche Internet mit wissenschaftlicher Aufklärung füllen können.

Noch sind wir mitten im Medienwandel. Ich sage: Die Zeit des Wissenschaftsjournalismus fängt jetzt erst richtig an.

Mai Thi Nguyen-Kim ist Wissenschaftsjournalistin und Dozentin am Nationalen Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik). Die promovierte Chemikerin ist Produzentin des YouTube-Kanals maiLab (funk) und übernahm 2018 bei Quarks (WDR) die Nachfolge von Ranga Yogeshwar. Für ihre Arbeit wurde sie unter anderem mit dem Grimme Online Award und dem Georg von Holtzbrinck Preis für Wissenschaftsjournalismus ausgezeichnet. 2018 wurde sie vom *medium magazin* zur Wissenschaftsjournalistin des Jahres gewählt.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

