

Erfolgsfaktoren für Empowerment und Mobilisierung von WissenschaftlerInnen hinsichtlich (interaktiver) Wissenschaftsvermittlung

BMWWF – 37.680/0001-WF/V/4b/2015

Auswertung der telefonischen Kurzinterviews

Kathrin Unterleitner und Martin Kitzler

Erkenntnisse aus den leitfadengestützten ExpertInneninterviews

Sonja Gruber

Zusammenfassung der Ergebnisse und Empfehlungen

Silvia Prock, Sarah Funk und Barbara Streicher

Juli 2017

Gefördert durch das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Inhalt

1	Aufgabenstellung	1
1.1	Begriffsabgrenzung.....	1
2	Auswertung der telefonischen Kurzinterviews	3
2.1	Zielgruppen der Wissenschaftsvermittlung.....	4
2.2	Rolle von Wissenschaftsvermittlung	5
2.3	Organisation von Wissenschaftsvermittlung.....	5
2.4	Aktivitäten der Wissenschaftsvermittlung	6
2.5	Synergien Lehre – Forschung – Wissenschaftsvermittlung	8
2.6	Beteiligung an der Wissenschaftsvermittlung	9
3	Erkenntnisse aus den leitfadengestützten ExpertInneninterviews	10
3.1	Der persönliche Zugang der InterviewpartnerInnen zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung – Warum haben sie sie zu „ihrer Sache“ gemacht?.....	10
3.2	Das Verständnis und der Stellenwert von interaktiver Wissenschaftsvermittlung.....	13
3.3	Wie entsteht Engagement für interaktive Wissenschaftsvermittlung?.....	18
3.4	Welche Formen der Anerkennung für Engagement in interaktiver Wissenschaftsvermittlung gibt es?.....	22
3.5	Fort-, Aus- und Weiterbildungen zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung	23
3.6	Rückfluss von der Wissenschaftsvermittlung in die Forschung und Lehre.....	24
4	Zusammenfassung der Ergebnisse	27
4.1	Warum Wissenschaftsvermittlung	27
4.2	Organisation und institutionelle Verortung.....	28
4.3	Persönlicher Zugang	29
4.4	Motivation und Anerkennung	29
4.5	Fort-, Aus- und Weiterbildung	30
4.6	Forschung – Lehre – Wissenschaftsvermittlung	30
5	Empfehlungen und Maßnahmen	31
5.1	Gesellschaftliche Ebene.....	31
5.2	Institutionelle Ebene.....	32
5.3	Individuelle Ebene	33
5.4	Vermittlungsebene	34
6	Beispiele für Anreize für Wissenschaftsvermittlung	36
6.1	Förderungen, die Wissenschaftsvermittlung als Schwerpunkt haben	36
6.2	Förderungen, die Forschungsförderung als Schwerpunkt haben, in denen aber Wissenschaftsvermittlung ein Bewertungskriterium sein könnte.....	37

1 Aufgabenstellung

Die vorliegende Erhebung an österreichischen Hochschulen hat zum Ziel herauszufinden, welchen Stellenwert Wissenschaftsvermittlung in den einzelnen Einrichtungen besitzt, welche Aktivitäten der Wissenschaftsvermittlung durchgeführt werden und wo diese jeweils organisatorisch verortet sind.

Die Erhebung gliederte sich in zwei Teile. Der erste Teil ist die Auswertung telefonischer Kurzinterviews von 24 für Wissenschaftskommunikation zuständigen Personen in Universitäten und Fachhochschulen aus ganz Österreich. Darauf aufbauend wurden für den zweiten Teil elf GesprächspartnerInnen identifiziert, die zentrale AkteurInnen in der Wissenschaftsvermittlung ihrer jeweiligen Hochschule sind. Diese Schlüsselpersonen wurden in leitfadengestützten Interviews intensiver und tiefergehend zu ihren Erfahrungen im Bereich Wissenschaftsvermittlung befragt. Aus den beiden Erhebungen werden allgemeine Empfehlungen für erfolgreiche Wissenschaftsvermittlung abgeleitet.

1.1 Begriffsabgrenzung

Wissenschaftskommunikation

Unter Wissenschaftskommunikation als Überbegriff wird im Sinne von „Public Understanding of Science and Humanities“ ein breites Spektrum von Maßnahmen verstanden¹, um in der Öffentlichkeit

- ein Bewusstsein für Wissenschaften und Technik zu schaffen.
- das Verständnis von wissenschaftlichen Inhalten, Prozessen und Abläufen zu fördern.
- Interesse, Faszination und Begeisterung an der Wissenschaft zu wecken.
- die Ausbildung von faktenbasierten Meinungen zu fördern.
- Forschungsergebnisse zu verbreiten.
- zur Teilhabe an Forschung (z.B. im Rahmen von Citizen Science-Projekten) oder an gesellschaftlichen Prozessen einzuladen.

Maßnahmen der Wissenschaftskommunikation reichen von klassischer PR-Arbeit und Marketing, über Massenkommunikation (etwa über Zeitungen, Zeitschriften, Social Media, Blogs, Vlogs, Wissenschaftsfilme, etc.) und punktuelle Veranstaltungen bis hin zu partizipativen und interaktiven Formaten.

¹ vgl. Joanneum Research (2015): Landkarten der Wissenschaftskommunikation. Bestandsaufnahme unterschiedlicher Formate der gesellschaftlichen Vermittlung von Wissenschaft, Forschung und Innovation. Download unter folgendem [Link](#). [Zugriff: 1.6.2017]

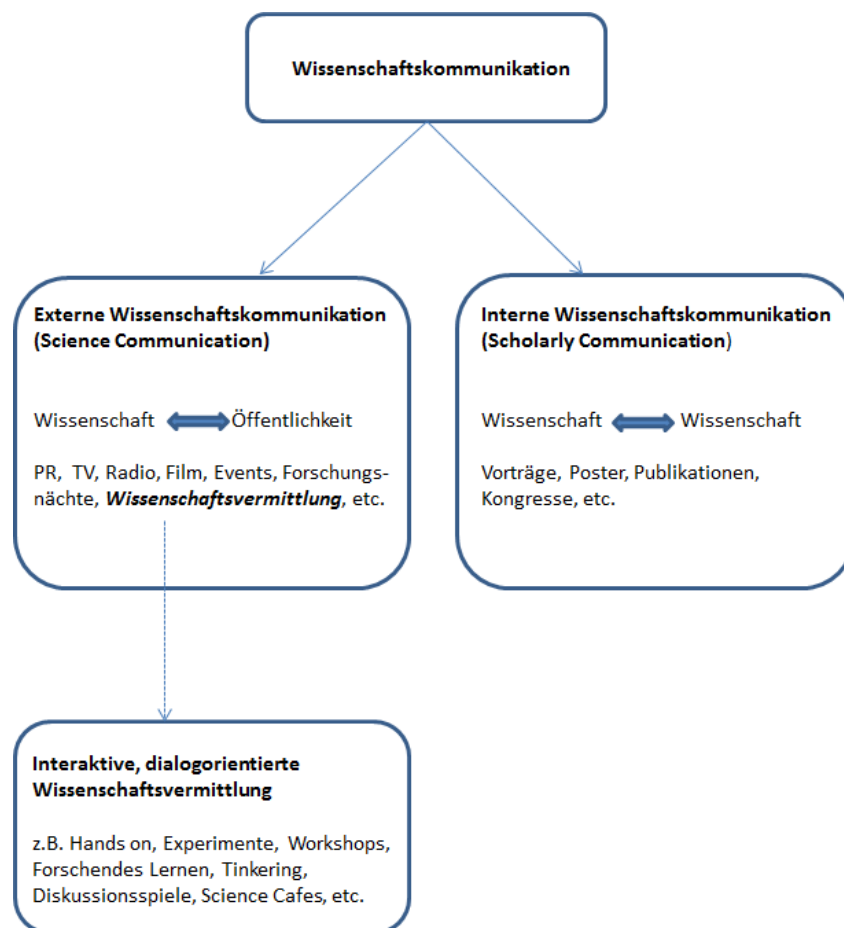
Felt, Ulrike; Müller, Annina; Schober, Sophie (2003): (Techno)Wissenschaften und Öffentlichkeiten: Strukturanalyse und Standortbestimmung der Wissenschaftskommunikation in Österreich, Universität Wien; Hagenhoff, Svenja; Seidenfaden, Lutz; Ortelbach, Björn; Schumann, Matthias (2007): Neue Formen der Wissenschaftskommunikation. Eine Fallstudienuntersuchung. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.

Als Abgrenzung zur externen Wissenschaftskommunikation an „Laien“ wird mit dem Begriff „interne Wissenschaftskommunikation“ die Kommunikation und Verbreitung von Forschungsergebnissen innerhalb einer wissenschaftlichen Community bezeichnet.

Wissenschaftsvermittlung

In vorliegender Studie wird von den VerfasserInnen der Begriff interaktiver, dialogorientierter „**Wissenschaftsvermittlung**“ verwendet (Abb. 1), der sich im Unterschied zum breiteren Begriff der „Wissenschaftskommunikation“ vorrangig auf hands-on-Aktivitäten, Dialogformate und andere interaktive Formate bezieht. Ziel dieser Wissenschaftsvermittlung ist es, mit Menschen jeden Alters in einen Dialog über Forschung und Wissenschaft zu treten bzw. diese erlebbar zu machen. Ein gelungener Dialog ist gekennzeichnet durch gegenseitigen respektvollen Austausch auf gleicher Augenhöhe, von dem alle Beteiligten nachhaltig profitieren und „lernen“².

Abb. 1: Definition Wissenschaftskommunikation³ und Wissenschaftsvermittlung.



² Gruber, S., Unterleitner, K., Streicher, B. (2010) Grundlegende Charakteristika und Prinzipien für den Dialog Wissenschaft und Gesellschaft. Studie im Auftrag des Rats für Forschung und Technologieentwicklung.

³ Hagenhoff, S., Seidenfaden, L., Ortelbach, B. und Schumann, M. (2007): Neue Formen der Wissenschaftskommunikation. Eine Fallstudienuntersuchung. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.

2 Auswertung der telefonischen Kurzinterviews

Von Kathrin Unterleitner und Martin Kitzler

Im September 2016 wurden im Rahmen des vorliegenden Projekts mit VertreterInnen von Hochschulen telefonische Kurzinterviews geführt. Angefragt wurden – je nach Einrichtung – entweder die VizerektorInnen für Forschung bzw. die PR-Stellen. Die Kontaktpersonen wurden vorwiegend über die Webseiten der jeweiligen Hochschule identifiziert und per E-Mail kontaktiert. Teilweise wurde die Anfrage an eine andere Stelle weitergeleitet. Nach einer Terminvereinbarung fanden die telefonischen Interviews statt, die durchschnittlich 30 Minuten dauerten. Zu den Gesprächen wurden handschriftliche Notizen erstellt und in eine Tabelle übertragen. Die Interviews wurden von Martin Kitzler im Auftrag des Vereins ScienceCenter-Netzwerk geführt, die Ergebnisse von Kathrin Unterleitner auf den folgenden Seiten zusammengefasst.

Mit folgenden 24 Hochschulen (hier in alphabetischer Reihenfolge) waren Gespräche möglich:

- Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
- Universität für Bodenkultur
- FH Burgenland
- FH Campus 02 – Fachhochschule der Wirtschaft Graz
- FH des BFI Wien
- fhg – Zentrum für Gesundheitsberufe Tirol
- FH Joanneum Graz
- FH Oberösterreich
- FH Salzburg
- FH St. Pölten
- FH Vorarlberg
- IMC FH Krems
- Johannes-Kepler-Universität Linz
- Karl-Franzens-Universität Graz
- MCI – Management Center Innsbruck
- Medizinische Universität Innsbruck
- Medizinische Universität Wien
- Montanuniversität Leoben
- Technische Universität Wien
- Universität Innsbruck
- Universität Salzburg
- Universität Wien
- Veterinärmedizinische Universität Wien
- Wirtschaftsuniversität Wien

Ziel dieser Befragung war eine erste Vorerhebung und damit eine Auswahl geeigneter GesprächspartnerInnen bzw. Einrichtungen für die ausführlicher Leitfadeninterviews in Teil B der Erhebung, sowie ein erster Überblick zu folgende Fragen:

- Was verstehen die kontaktierten Personen unter Wissenschaftsvermittlung?

- Welche Rolle spielt (interaktive) Wissenschaftsvermittlung / Dialog mit der Öffentlichkeit an der Hochschule?
- Warum ist der Einrichtung die Teilnahme an Veranstaltungen (wie einer Langen Nacht der Forschung (LNDF), Tagen der offenen Tür oder Kinderuni) wichtig/nicht wichtig?
- Welche Institute/Einrichtungen sind an der Hochschule besonders aktiv? Worin zeigt sich dieses Aktiv-Sein? Wer organisiert diese Teilnahmen an Veranstaltungen wie einer LNDF?
- Wer ist an der Universität/FH/am Institut die treibende Kraft hinter Wissenschaftsvermittlung? Sind das jeweils verschiedene Personen?
- Gibt es Synergien zwischen Wissenschaftsvermittlung und Lehre/Forschung an Ihren Einrichtungen? Worin sehen Sie diese?
- Welche anderen Akteure aus der akademischen/universitären Forschung nehmen Sie als besonders aktive Akteure im Bereich Wissenschaftsvermittlung wahr?

2.1 Zielgruppen der Wissenschaftsvermittlung

Innerhalb der Wissenschaftsvermittlung wird zwischen dem Wissenstransfer innerhalb der wissenschaftlichen Community, dem Wissenstransfer in Richtung Wirtschaft und dem Vermittlung und Darstellung von Wissenschaft gegenüber der Öffentlichkeit unterschieden.

Innerhalb der **wissenschaftlichen Community** geht es einerseits um die Positionierung der eigenen Hochschule und andererseits um die erhöhte Sichtbarkeit von Forschenden. Eine der im Rahmen der Erhebung befragten Personen beschreibt Wissenschaftsvermittlung v.a. als das Aufbereiten von Informationen für ForscherInnen. Sehr häufig wird die gesamte Lehre als Teil von Wissenschaftsvermittlung genannt und dementsprechend Studierende als eine Hauptzielgruppe erwähnt.

In Richtung **Wirtschaft** geht es v.a. um die Verwertbarkeit von Forschungsergebnissen – sowohl zur Positionierung als innovatives Unternehmen, als auch zur Akquise von Drittmitteln.

Als Motivation für den dritten Bereich, also den **Transfer in Richtung Öffentlichkeit**, werden folgende Gründe genannt:

- die Relevanz von Wissenschaft für die Gesellschaft bzw. für die Bildung zukünftiger Generationen aufzuzeigen
- den Wert und Beitrag der eigenen Hochschule hervorzuheben
- Forschungstätigkeiten transparent zu machen
- einer breiten Öffentlichkeit den Zugang zu Forschungsergebnissen zu ermöglichen

Als Zielgruppe wird einerseits die breite Öffentlichkeit ganz allgemein genannt, andererseits werden besonders Jugendliche bzw. Personen aus dem lokalen Umfeld hervorgehoben.

Wiederholt wird darauf hingewiesen, dass Inhalte „verständlich“, „auf Augenhöhe“, „praktisch zugänglich“ und in „alltagstauglicher Sprache“ vermittelt werden sollten.

2.2 Rolle von Wissenschaftsvermittlung

Mehrere GesprächspartnerInnen nennen den Dialog mit der Öffentlichkeit als strategisch sehr wichtig und er wird zunehmend auch von WissenschaftlerInnen selbst als wichtig wahrgenommen. Im Rahmen der 3rd Mission wird Wissenschaftsvermittlung als zentrale Aufgabe der Hochschulen angeführt. Dabei gehe es um die Vermittlung grundsätzlicher Werte, um das Zur-Verfügung-Stellen von Ergebnissen und um das Angebot von Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten. Mehrfach taucht der Begriff des „Lebenslangen Lernens“ auf.

Ein wichtiger Grund für Wissenschaftsvermittlung ist für die befragten Hochschulen eine Art von **Legitimationsdruck**. Dabei geht es zum einen in gleich mehreren Antworten um das Gefühl, einen Nachweis über das Verwenden von Steuergeldern bringen zu müssen. In weiteren Statements wird auf die Notwendigkeit hingewiesen, den Sinn und Zweck von Forschung gegenüber der Öffentlichkeit zu rechtfertigen. Offenbar wird eine Skepsis gegenüber Wissenschaft und Forschung in der Öffentlichkeit wahrgenommen, der es entgegenzutreten gilt.

Ein zweiter Themenkomplex bezieht sich auf die **gesellschaftliche Verantwortung** von Hochschulen. VertreterInnen mehrerer Einrichtungen sprechen davon, dass es wichtig sei zu wissen, was die Bevölkerung denke. Die Forschung solle auf die Bedürfnisse der Bevölkerung eingehen und das spiele v.a. dort eine zentrale Rolle, wo der Mensch im Mittelpunkt der Forschung stehe. Aussagen dieser Art lassen tatsächlich auf einen Dialog auf Augenhöhe schließen, bei dem die Bevölkerung nicht nur „Empfänger“, sondern auch „Sender“ von Informationen sein kann. Darüber hinaus sei es für Hochschulen auch ein gesellschaftlicher Auftrag, sowohl EntscheidungsträgerInnen als auch der breiten Öffentlichkeit Zugang zu neuesten Forschungsergebnissen zu ermöglichen.

Ein dritter Grund für die zentrale Bedeutung von Wissenschaftsvermittlung, der von den Befragten genannt wurde (wenn auch u.U. nicht als klassischer Dialog), ist **PR-Arbeit**. Grundsätzlich gehe es häufig um eine Positionierung als forschungsrelevante Hochschule (sowohl im wissenschaftlichen Umfeld als auch in der lokalen Bevölkerung und bei potenziellen Kooperationspartnern aus der Wirtschaft). Dabei will sich die Hochschule als transparente Einrichtung zeigen – auch um für potenzielle Studierende attraktiv zu sein. Auf einer allgemeineren Ebene geht es nicht um die Attraktivität der einzelnen Hochschule, sondern um eine Art von Wissenschafts-PR und damit um die Erhöhung der Sichtbarkeit von Forschungsergebnissen und die Darstellung deren gesellschaftlicher Wirkung.

Unabhängig von der grundsätzlich wahrgenommenen Bedeutung von Wissenschaftsvermittlung und Dialog wird in den geführten Kurzinterviews deutlich, dass Wissenschaftsvermittlung derzeit nur als ein nachgereihtes Ziel gesehen wird. Bei jungen Forschungseinrichtungen wird etwa zunächst die Priorität darauf gelegt, die eigene Forschungskompetenz auszubauen, erst dann werden Maßnahmen für den Dialog mit der Öffentlichkeit als sinnvoll angesehen.

2.3 Organisation von Wissenschaftsvermittlung

Die Organisation von Aktivitäten zur Wissenschaftsvermittlung funktioniert je nach Hochschule unterschiedlich. Einige Tendenzen sind aber grundsätzlich festzustellen.

So berichten viele GesprächspartnerInnen, dass die meisten Initiativen an ihrer Einrichtung personenbezogen seien bzw. thematisch abhängig, unterschiedliche Einzelpersonen ansprechen würden. Teilweise organisieren diese Personen auch instituts- oder fakultätsübergreifende Aktivitäten. Auch wenn es „die üblichen Verdächtigen“ sind, seien generell viele Leute engagiert und das Interesse zur Teilnahme an Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten breit gestreut.

In einigen Einrichtungen haben sich die engagierten Einzelpersonen zu kleinen Teams bzw. 2-er- oder 3-er-Gruppen zusammengetan und sind damit als Ansprechpersonen auch für andere Interessierte sichtbar.

Manche Befragten betonen, dass in ihren Einrichtungen v.a. die technischen Fachrichtungen stärker involviert seien, allerdings aus unterschiedlichen Gründen. Einerseits wird genannt, dass diese Themen für eine breite Öffentlichkeit besser und einfacher darstellbar seien. Andererseits wird der stärkere Druck in der Rekrutierung von Studierenden angeführt.

Bei vielen Hochschulen sind einzelne Initiativen und Veranstaltungen bottom-up und teilweise fehlt – besonders in größeren Hochschulen – der Überblick über alle Aktivitäten. Andererseits werden große Events, wie z.B. die Teilnahme an der Langen Nacht der Forschung, fast überall zentral durch das Veranstaltungsmanagement oder die Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit koordiniert.

2.4 Aktivitäten der Wissenschaftsvermittlung

Folgende Zusammenstellung stellt eine Auflistung aller Typen von Aktivitäten dar, die die GesprächspartnerInnen als typisch für ihre Einrichtung in der Wissenschaftsvermittlung genannt haben.⁴

Großevents und Outreach

- Lange Nacht der Forschung
- Lange Nacht der Museen
- European Research Night
- Wiener Forschungsfest
- Stadtfest Graz mit Stationenbetrieb
- Berufs-Info Messen

Tage der offenen Tür

- Tag der offenen Tür mit Schwerpunkt Hands-on
- Tag der offenen Tür mit Science Café
- Open House
- Tiroler Hochschultag

Labore

- Mitmach-Labore (Schulkinder)
- Molekulare Küche
- OpenLab

⁴ Die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern basiert zu 100% auf den genannten Aktivitäten und Events der jeweiligen Hochschulen im Telefongespräch. Alle genannten Aktivitäten wurden im Rahmen der Auswertung bestmöglich in die hier genutzte Gliederung einsortiert. Zur besseren Übersichtlichkeit wurden Mehrfachnennungen vermieden.

- Fliegendes Labor der Physik (SocialMedia basiertes Programm um live an der Forschung dabei zu sein)
- Science Labs

Spezielle Zielgruppen

- Talentförderprogramme (MINT-Fächer)
- Initiative Mädchen in die Technik
- Frauen in die Technik
- SeniorenUni

Firmen und Hochschulkooperationen

- Wissenstransferzentren
- Initiative StartUp Salzburg

Angebote für Schulen und Lehrkräfte

- Schulbesuche
- Schulführungen
- Schulworkshops
- Veranstaltungsreihe für SchülerInnen und LehrerInnen
- Traumberuf Technik (für 6./7. Schulstufe AHS & BHS)
- Sparkling Science
- Praktika
- WU@School
- Unterstützung bei vorwissenschaftlicher Arbeit
- Aktivitäten an Schulen zur Innovationsförderung
- Studieninfo-Tage
- Fun-Tech-Woche im Bereich Technik und NaWi
- CheckitOut – regionales Studienangebot (inkl. Schweiz u Süddeutschland)

Angebote für Kinder und Jugendliche in der Freizeit

- KinderUni
- JuniorUni
- MiniMed (Uni für Kinder)
- TeddyBär Krankenhaus
- Kinderklinik
- Science Camp für Jugendliche
- Ferienbetreuung
- Sommeruni
- SchnupperUni
- KinderUni on Tour
- Jugendforschungscamp

Angebote für Erwachsene

- Podiumsdiskussionen & Buchpräsentationen zu Forschungsergebnissen
- Kaffee-Haus-Talk der Politikwissenschaften
- Montagsakademie (Vortragsreihe alle 14 Tage)

- "Wissensdurst" – Diskussionen im Pub (momentan nicht durchgeführt)
- TU-Forum (Diskussionsveranstaltung)
- Volkshochschulangebote
- Forschungscafé
- BotanikBrunch
- Science Slam
- Public Lecture
- populärwissenschaftliche Vorträge bzw. Vortragsreihen
- Ausstellungen im Bereich Design

Angebote für die Wissenschaftscommunity

- Master- und Bachelor-Messe (3-4x jährlich)
- wissenschaftliche Konferenzen
- Kamingespräche mit AbsolventInnen
- Infotage für Studieninteressierte
- Symposien
- Research Report
- Konferenzen (INNOVO - Innovationskonferenz)
- Veranstaltungen (u.a. um über gescheiterte Projekte zu berichten und zu reflektieren)
- Alumni-Vortragsreihe (Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Gesellschaft)
- Forum Technik & Life Science
- SpinOff Programme für AbsolventInnen und Studierende

Medien und Social Media

- facebook
- Blog
- Instagram
- youtube
- Presseaussendungen
- Kooperationen mit Zeitungen
- Jahresbericht

2.5 Synergien Lehre – Forschung – Wissenschaftsvermittlung

Nachdem alle InterviewpartnerInnen betonen, dass Wissenschaftsvermittlung für ihre Außen-darstellung wichtig sei bzw. sie diese Kommunikation als gesellschaftlichen Auftrag und Verantwortung wahrnehmen würden, stellt sich die Frage, inwiefern Wissenschaftsvermittlung auf Lehre und Forschung zurückwirkt. Dabei betonen mehrere Personen, dass ihrer Meinung nach eines ohne das andere nicht funktioniere.

Qualitativ hochwertige und innovative Forschung und Lehre benötigen einen lebendigen Kontakt nach außen. Der Dialog mit der Öffentlichkeit sei daher integraler Bestandteil von Forschung und Lehre.

Ausdrücklich genannt wird, dass das Feedback und die Anregungen aus der Öffentlichkeit häufig ein Gewinn für die Forschung sei, z.B. um bestehende Ergebnisse zu vertiefen und zu hinterfragen. Auch

das Mitforschen und Mitentwickeln von Fragestellungen durch die Öffentlichkeit sei in einigen Disziplinen bereits erwünschter Bestandteil von Forschung.

Konkrete Beispiele für positive Auswirkungen von Wissenschaftsvermittlung auf die Forschung werden von den Befragten nicht genannt. Allerdings wird in einem Fall berichtet, dass durch die gemeinsame Wissenschaftsvermittlung neue Kooperationen für Forschungszusammenarbeit entstanden seien.

Durch Wissenschaftsvermittlung ergebe sich auch der Vorteil, dass Wissenschaft und Forschung aus den Labors und Archiven geholt wird und so nicht nur Spezialisten zugänglich ist sondern mehr Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit bekommt.

Eindeutiger sind die Antworten auf die Frage, ob es zwischen Wissenschaftsvermittlung und Lehre Synergien gäbe. Ganz offensichtlich wird Lehre als eine Spezialform von Wissenschaftsvermittlung verstanden. Aktivitäten in der Vermittlung haben demnach häufig auch einen positiven Wert für die Lehre – sei es, weil Wissenschaftsvermittlung motivationsfördernd ist, weil sie Übungsmöglichkeiten bietet oder weil Studierende eingebunden werden und damit auch mehr Bezug zur Forschung bekommen.

2.6 Beteiligung an der Wissenschaftsvermittlung

Auf die Frage, welche Einrichtungen herausragende Wissenschaftsvermittlungen machen würden, wurde keine hervorgehoben. Prinzipiell sei aber ein Paradigmenwechsel zu bemerken, viel mehr Hochschulen würden sich beteiligen und viel mehr Angebote seien verfügbar.

Während manche „praktisch alle“ Einrichtungen beteiligt sehen, meinen andere, es wären „immer dieselben“. Größere Einrichtungen seien sichtbarer, weil diese mehr anbieten könnten bzw. würden Einrichtungen herausstechen, die punktuell besonders aktiv seien (zum Zeitpunkt der Befragung waren das aufgrund ihrer Jubiläen zum Beispiel die Universität Wien und die Universität Linz).

Erwähnt wurde auch, dass technische Fachrichtungen stärker beteiligt sind als die Grundlagenforschung, die als weniger darstellbar gelte.

Außerhalb der Hochschulszene werden folgende Einrichtungen und Initiativen als sehr aktiv genannt: FFG mit dem Talentprogramm, Young Science, das ZOOM Kindermuseum Wien, das Ars Electronica Center in Linz, Citizen Science, TGM – Schule der Technik (verantwortlich für die aktuelle European Researchers Night) und das ScienceCenter-Netzwerk. Es wurde angemerkt, dass es in Österreich viele Initiativen und Angebote gäbe, allerdings Österreich noch beim Aufholen sei – verglichen zum Beispiel mit dem englischsprachigen Raum.

3 Erkenntnisse aus den leitfadengestützten ExpertInneninterviews

von Sonja Gruber

Die im Folgenden dargestellten Erkenntnisse beruhen auf leitfadengestützten ExpertInneninterviews mit insgesamt elf Personen, die österreichweit sowohl an Universitäten als auch an Fachhochschulen in der interaktiven Wissenschaftsvermittlung koordinierend wie auch übergeordnet tätig sind und von November 2016 bis März 2017 durchgeführt wurden. Die GesprächspartnerInnen sind zum einen im Bereich Forschung und Entwicklung bzw. Innovation und Wissenstransfer, zum anderen im Bereich PR- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Marketing, aber auch in Kinderbüros verortet. Die Auswahl erfolgte auf Basis zuvor geführter telefonischer Sondierungsinterviews und hatte ein möglichst heterogenes Sample zum Ziel, um einen Einblick in die Vielfalt der Standpunkte und Verortungen zu erhalten. Kriterien waren u. a. eine österreichweite Verteilung der Bildungseinrichtungen, der Einbezug sowohl von Fachhochschulen als auch Universitäten sowie von verschiedensten Fachrichtungen und eine ausgewogene Verteilung hinsichtlich Gender.

Vertreten waren die Universität Innsbruck, die Fachhochschule Salzburg, die Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, das Wissenstransferzentrum Ost, die Universität für Bodenkultur Wien, die Montanuniversität Leoben, die Universität Graz, die Medizinische Universität Wien, die Fachhochschule Technikum Wien sowie die Fachhochschule St. Pölten. Das Sample der InterviewpartnerInnen setzte sich aus sechs Männern und fünf Frauen zusammen, wobei ursprünglich gleich viele Frauen wie Männer angefragt worden waren, die Interviewanfragen aber zum Teil an – männliche – Kollegen weitergeleitet worden waren. Die Interviews wurden zum größten Teil telefonisch durchgeführt, einige wenige auch persönlich. Sowohl die Interviews als auch die Ergebnisse wurden von Sonja Gruber im Auftrag des Vereins ScienceCenter-Netzwerk ausgewertet.

3.1 Der persönliche Zugang der InterviewpartnerInnen zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung – Warum haben sie sie zu „ihrer Sache“ gemacht?

In den Interviews wurden GesprächspartnerInnen zum einen nach ihrem persönlichen Zugang zu (interaktiver) Wissenschaftsvermittlung und zur Frage, warum sie sie zu „ihrer Sache“ gemacht haben, und zum anderen zu ihrer Einschätzung, was allgemein ForscherInnen dazu bewegt, sich in diesem Bereich verstärkt einzubringen, befragt. Nach Einschätzung der InterviewpartnerInnen engagieren sich ForscherInnen in der Wissenschaftsvermittlung immer aus einem **persönlichen Idealismus und sozialen Verantwortungsgefühl** heraus und bringen von vornherein hohes Engagement, Leidenschaft für Forschung und *„(...) die Begeisterung für das eigene Fach und (...) für den Dialog mit Menschen (...)“* mit. Darüber hinaus tragen allgemein *„(...) die eigenen Lebensumstände und Erfahrungen schon im hohen Maße dazu bei (...)“*, dass sich AkteurInnen aus der Wissenschaft im Rahmen von Vermittlungsaktivitäten engagieren. Nicht selten wird – wie auch bei einigen der InterviewpartnerInnen selbst – ein eher wissenschafts- bzw. bildungsferner sozialer und familiärer Hintergrund wirksam, der Menschen schon sehr bald im Alltag und in ihrer Ausbildungs- und Forschungslaufbahn das Vermögen abverlangt, im engeren Umfeld zu erklären, worin die eigene Arbeit besteht und welche gesellschaftliche Relevanz diese besitzt: *„Bei mir war das so, dass in meiner Familie niemand studiert hat, und da war es immer Thema, warum studierst du und worum geht es da (...). Da muss man sich eine eigene Sprache zulegen und Übersetzungstätigkeit machen.“*

Die damit einhergehende Herausforderung fördert den Blick für die Wichtigkeit von Vermittlungsarbeit, schult das eigene Vermittlungsvermögen und bringt auch Umdenkprozesse in Gang, wenn z. B. ein Familienmitglied, nachdem es nach einem Medienbeitrag die Inhalte der Forschungsarbeit einer der interviewten Person verstanden hat, letztere mit der Frage konfrontiert: *„Warum hat der das so erklärt, dass ich es versteh‘, und warum kannst du das nicht?“* In den Interviews wurde sichtbar, dass es in der Auseinandersetzung mit dem persönlichen, eher wissenschaftsfernen Umfeld zum einen um die Vermittlung der konkreten Inhalte und Fragestellungen der eigenen Forschungstätigkeit, zum anderen aber immer auch um die damit verbundene gesellschaftliche Sinnhaftigkeit und Notwendigkeit der Forschungstätigkeit geht. Diese wird nicht selten in Frage gestellt – z. B. wenn es bei kostenintensiver Weltraumforschung darum geht, ob die finanziellen Ressourcen nicht anderswertig besser eingesetzt wären o. ä. Die Auseinandersetzung schult die kommunikativen Kompetenzen der ForscherInnen, die eigene Tätigkeit so zu erklären, *„(...) dass es nicht nur verstanden, sondern auch akzeptiert (...)“* wird. Darüber hinaus lässt sie ein Bewusstsein dafür entstehen, dass es Vermittlung zwischen Wissenschaft und Gesellschaft braucht und dass diese nicht nur einseitig verlaufen kann, sondern dass die Wissenschaft ihr Gegenüber mit seinen Meinungen und Wertvorstellungen auf gleicher Augenhöhe wahrnimmt.

Auch andere biografische Kontexte und persönliche Hintergründe wie z. B. das Aufwachsen in einem LehrerInnenhaushalt, eigene Kinder, die einen mit der Frage: *„Was machst du?“* konfrontieren o. ä., werden als Faktoren, die die Aufmerksamkeit für Vermittlungsarbeit schärfen, genannt. Darüber hinaus trugen bei den InterviewpartnerInnen auch unterschiedliche **Schlüsselerlebnisse und Erfahrungen** dazu bei, den eigenen Fokus auf die Vermittlung von Wissenschaft zu lenken – z. B. wenn:

- die eigene Studienzeit vor allem durch Frontalunterricht geprägt war, man darunter gelitten hat (*„Die interaktivste Vorlesung war, wenn man dazwischen einmal einen Kaffee trinken gegangen ist.“*) und es selbst anders machen wollte,
- man erlebt hat, dass Kommunikation mit der Öffentlichkeit im Gegensatz z. B. zu fachspezifischen Publikationen fächerübergreifende Aufmerksamkeit und Anerkennung in einer breiteren wissenschaftlichen Community geschaffen hat (*„Hey cool, was ihr da gemacht habt.“*),
- man auf der Suche nach didaktischen Modellen für die Lehre war, die den eigenen Hang zu Monologen und Frontalunterricht einbremsen konnten (*„Vielleicht habe ich mir viele dieser Methoden angeschaut, um auch mich im Zaum zu halten.“*),
- man auch im Forschungsmanagement und in der Forschungsorganisation tätig ist und in Hinblick auf das Gesamtmanagement der Forschungsaktivitäten der Transfer nach außen immer wichtiger wird.

Im Unterschied zu Forschenden, die sich auch in der Wissenschaftsvermittlung engagieren, **verorteten sich die InterviewpartnerInnen** selbst vorwiegend nicht (mehr) bzw. **nicht vorrangig in der Forschung** und wenn doch, dann in der Forschung zur Wissenschaftsvermittlung (und nicht in der zur eigenen Grundausbildung gehörigen Forschung wie z. B. in der Molekularbiologie, den Ingenieurwissenschaften, oder aber auch in der historischen oder pädagogischen Forschung etc.). Sie trieben in ihrer jeweiligen Position an ihrer Einrichtung vorrangig die Wissen(schaft)vermittlung und ihre Organisation, oder aber auch innovative Lehrdidaktik voran und waren selbst mit wenigen Ausnahmen meist nicht persönlich in Aktivitäten der interaktiven Wissenschaftsvermittlung

involviert.⁵ Bis auf eine Ausnahme kamen alle GesprächspartnerInnen ursprünglich selbst aus der Forschung bzw. haben zumindest in diese hinein geschnuppert. Doch früher oder später im Laufe ihrer (wissenschaftlichen) Karriere haben sie begonnen, sich verstärkt für die Wissenschaftsvermittlung zu interessieren. Wesentlich für diesen Prozess war für mehrere GesprächspartnerInnen die Erkenntnis, dass sie – so sehr sie Wissenschaft interessierte und sie wissenschaftsnah arbeiten wollten – sich selbst auf lange Sicht nicht in der Forschung sahen. So sagte ein Interviewpartner: *„Ich bin kein Spitzenforscher. Ich bin auch nicht jemand, der sich jahrelang in ein Thema vertieft.“*, eine weitere Gesprächspartnerin meinte: *„Aber die große Wissenschaftlerin bin ich nicht. Mir ging es immer darum sie zu transportieren.“*, und eine dritte Interviewpartnerin entschied sich für die Wissenschaftsvermittlung, *„(w)eil mir, glaub´ ich, für die Forschung die Geduld fehlt. (...) Bei mir hört das Interesse, wirklich tief zu graben, schnell auf.“* Das Interesse daran, zwischen den Welten zu vermitteln, trat zunehmend in den Vordergrund.

Doch nicht nur die Eignung für Forschung, sondern auch die **Rahmenbedingungen**, unter denen Forschung heute – zumindest im universitären Rahmen – stattfindet, wurden als ein Grund dafür thematisiert, warum ein Job im Bereich Wissenschaftsvermittlung interessant ist, denn *„Forschung ist (...) ein schmaler Trichter (...)“*, durch den nicht alle passen, und *„(m)an muss sich auch überlegen, ob ich noch dreimal umziehen will, ob ich das Leben (Anm.: eines/einer ForscherIn) leben will.“* Allerdings sei, so ein InterviewpartnerIn, Forschung in der Privatwirtschaft und Industrie diesbezüglich anders strukturiert, so dass man nicht laufend seinem Job und seiner Karriere hinterher siedeln muss. Nichtsdestotrotz wird seitens einiger InterviewpartnerInnen angemerkt, dass der Erfolgsdruck in der Wissenschaft allgemein hoch sei, so dass: *„(...) immer mehr aus der Wissenschaftskarriere aussteigen), weil der Druck zu groß ist, und weil sie genau dieses oft nicht haben wollen, und weil es oft mit Familie nicht vereinbar ist.“* **Wissenschaftsvermittlung** und Wissenschaftskommunikation stellen hier als wissenschaftsnaher Schnittstelle eine **interessante berufliche Perspektive** dar. Anstelle der Forschung traten andere Kompetenzen und Fähigkeiten der InterviewpartnerInnen wie z. B. das schnelle Erfassen von Sachverhalten an der Oberfläche, die Vernetzung von unterschiedlichen AkteurInnen, Lust auf Projektarbeit und schlichtweg die eigene Kommunikationskompetenz in den Vordergrund. Für nicht wenige hat sich letztere auch im Rahmen von angewandten Forschungsprojekten, bei denen es z. B. darum ging, in den österreichischen Bundesländern unterwegs zu sein und mit GemeindevertreterInnen zu diskutieren, gezeigt. So haben sie sozusagen im Rahmen ihrer Forschungstätigkeit kommunikative Erfahrungen gesammelt und dabei auch ihre Begabung und Begeisterung dafür entdeckt. EinE andereR InterviewpartnerIn wiederum hat bereits während der Ausbildung einen Schwerpunkt im – damals noch neuen – Bereich Wissenschaftskommunikation belegt und war danach auch im Wissenschaftsjournalismus tätig. Auch positive Erfahrungen mit Wissenschaftsvermittlung wie z. B. im Rahmen von Kinderunis oder ähnlichen Formaten haben einen nicht unwesentlichen Teil dazu beigetragen, sich mehr in diesem Bereich einzubringen und die eigene Laufbahn verstärkt der Vermittlung zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu widmen.

So ist es eine Gemeinsamkeit der InterviewpartnerInnen, dass sie gerne **zwischen verschiedenen Welten vermitteln** und die Bereiche Wissenschaft und Öffentlichkeit zusammenführen und verbinden möchten und dass sie forschungs- und wissenschaftsnah arbeiten wollen ohne selbst Forschung zu betreiben (betreiben zu müssen). Sie erleben es als sinnstiftend, *„Wissenschaft in die*

⁵ Diese beiden Ebenen waren in den Interviews immer wieder präsent und vermischten sich auch. Im Vordergrund stand jedoch der Blick der GesprächspartnerInnen auf Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten als Personen, die diese anregen, unterstützen und organisieren, sie aber nicht unbedingt selbst durchführen.

Welt hinauszutragen (...)“, „(w)eil es auch wirklich befriedigt“, denn es ist schön, wenn man sieht, dass die eigene Arbeit auch andere interessiert. Im Gegensatz zur Forschung bekommt man, so einige der GesprächspartnerInnen, in der Wissenschaftsvermittlung mehr zurück: *„Und dann habe ich mir gedacht, wenn ich das mache, bekomme ich eigentlich mehr zurück, als wenn ich (Anm.: nur Forschung mache).“* In den Interviews wurde das hohe persönliche Commitment aller GesprächspartnerInnen der Sache gegenüber und ihre persönliche Leidenschaft dafür spürbar.

3.2 Das Verständnis und der Stellenwert von interaktiver Wissenschaftsvermittlung

Das Verständnis von Wissenschaftsvermittlung allgemein umfasste in den Interviews eine **große Bandbreite an unterschiedlichen Ausrichtungen**, Formaten und Zielsetzungen: Neben klassischer interaktiver Vermittlungsformate wie z. B. der Kinderuni, der Langen Nacht der Forschung oder der European Researchers Night wurden auch Forschungsprojekte mit Schulen (z. B. im Rahmen der Forschungsförderungsprogramme „Sparkling Science“ oder „Talente Regional“ und weiterer FFG-Programme), in denen es zu einer direkten und persönlichen Begegnung zwischen ForscherInnen und SchülerInnen kommt, zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung mit Kindern und Jugendlichen gezählt. Genauso sahen manche Einrichtungen vermehrt in der Wissenschaftsdidaktik einen zentralen Fokus der interaktiven Wissenschaftsvermittlung und folgten dabei einem Verständnis, dass die ganze Lehre Vermittlungsarbeit ist. Neben der Teilnahme an allseits bekannten Großformaten (LNDF, Kinderuni etc.) veranstalten viele Einrichtungen auch eigene Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten, die sehr breit gestreut sind und z. B. Ausstellungen wie die Rohstoffausstellungen der Montanuniversität Leoben, diverse Schulworkshops und SchulpartnerInnenschaften, Open-Labs oder die MiniMed und das Teddybär-Krankenhaus der Medizinischen Universität Wien, aber auch Politik-Cafés oder Botanik-Brunches umfassen. Einrichtungen wie das Wissenstransferzentrum (WTZ) der Universität Wien haben einen klaren Fokus auf die (inhaltliche, organisatorische, aber auch finanzielle) Unterstützung von ForscherInnen bei der Umsetzung eigener Vermittlungsideen und weniger darauf, selbst Vermittlungsevents zu veranstalten. Im Rahmen von „Hubs“ werden seitens des WTZs z. B. multidisziplinäre Teams bei der Konzeption und Umsetzung von interaktiven Wissenschaftsvermittlungsprojekten betreut: *„Wir unterstützen Nachwuchswissenschaftler bei der Entwicklung eigener Wissenschaftsvermittlungsformate.“* Das Erlernen von Skills und Tools steht dabei im Vordergrund.

Auffallend war, dass sich viele **interaktive Vermittlungsformate vor allem auf Kinder als Publikum** konzentrieren: *„Interaktiv ist bei uns vor allem, wenn’s darum geht, jüngere Zielgruppen an wissenschaftliche und technische Themen heranzuführen (...)*“. Erwachsene werden verstärkt mit Vortragsformaten u. ä., aber auch mit PR-Arbeit und der medialen Verbreitung von wissenschaftlichem Wissen adressiert. Nur an wenigen Einrichtungen werden auch interaktive und dialogorientierte Formate, die sich an ein erwachsenes Publikum richten, zur Sprache gebracht. Die betreffenden Einrichtungen weisen eine bereits erfolgte intensive Auseinandersetzung mit Wissenschaftsvermittlung und Wissenschaftskommunikation in einem breiten gesellschaftlichen Kontext auf. Oft stehen auch einzelne Personen „mit Mission“ bzw. mit einer Vision von Wissenschaftsvermittlung als Kraft dahinter. Der Anspruch ist, *„(...) Universitäten zu Orten der Begegnung zu machen (...)*“, bei denen es *„(...) einen Flow in beide Richtungen – wir müssen raus, und die müssen zu uns (...)*“ gibt und unterschiedliche Menschen und Menschengruppen aufeinandertreffen. Und für Hochschulen wird die Vision von Orten kollaborativer Innovation, für die Interaktion einen wesentlichen Stellenwert besitzt, entworfen: *„Wir wollen wissen, was die Leute*

rund um uns bewegt. (...) Wie werden die Dinge gesehen, wie werden sie erlebt.“ Dabei werden Machtverhältnisse in Bezug auf Wissen thematisiert, und es wird versucht, im Rahmen der Vermittlungsformate aktiv damit umzugehen. So meinte ein InterviewpartnerIn diesbezüglich: *„Bei uns ist es so, alles was Wissen ist, ist elitär. Und wenn man eine Frage hat, ist man dumm. Wenn Sie eine Frage stellen, heißt das, Sie haben in der letzten Stunde nicht aufgepasst.“* Im Rahmen der Vermittlungsformate wird versucht, diesen *„(...) Burggraben (...)“* zu schließen, so dass BesucherInnen nicht mehr z. B. fragen: *„Darf ich da teilnehmen, ich hab´ ja nicht studiert.“* So richtet sich z. B. ein Geschmackslabor an *„Kochinteressierte“* oder ein Botanik-Brunch an *„Naturverbundene“* – und das können WissenschaftlerInnen wie auch NichtwissenschaftlerInnen sein.

In den Interviews zeigte sich weiters, dass das Verständnis von Wissenschaftsvermittlung wie auch ihr Stellenwert an einer Einrichtung von unterschiedlichen Faktoren, vor allem aber vom **Selbstverständnis der jeweiligen Bildungsstätte** und welche Rolle z. B. der Lehre und Ausbildung einerseits bzw. der Forschung andererseits eingeräumt wird, abhängig ist. Die diesbezüglich unterschiedlichen Verortungen haben sehr unterschiedliche Motivationsgründe für das Engagement in der Wissenschaftsvermittlung wie auch in ihrer Ausrichtung zur Folge.

Einrichtungen, die vorrangig Wissenschaft und Forschung als ihre Kernaufgabe verstehen – das trifft oftmals auf Universitäten zu, aber auch auf *„(...) forschungsstarke (...)“* Fachhochschulen – sehen Wissenschaftsvermittlung vermehrt als ihre soziale und politische Verpflichtung und Verantwortung der Gesellschaft gegenüber. Dementsprechend stehen in der Argumentation, warum es Wissenschaftsvermittlung braucht, verstärkt gesellschafts- und demokratiepolitische Zielsetzungen dahinter. Z. B. soll sie einen gleichberechtigt(er)en Zugang zu Wissen und Wissenschaft fördern und hinsichtlich der Zielgruppen auch Personen ansprechen, die über einen weniger guten Zugang zu Bildung und Wissenschaft verfügen, und diesbezügliche Schranken abbauen. Daran angeknüpft sind auch Erzählungen einzelner InterviewpartnerInnen zur Entstehungsgeschichte von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten an der eigenen Einrichtung, die häufig den Bottom-Up-Moment des Prozesses in den Vordergrund stellten. Sie betonten das Engagement einzelner Personen oder Institute, die die Initiative ergriffen und erste Angebote zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung gesetzt haben: *„Das sind gewachsene Dinge, wo engagierte Personen dahinter sind.“* Immer wieder sind Vermittlungsaktivitäten als kleine Pilotversuche in einem kontinuierlichen Prozess, bei dem Erfahrungen reflektiert und dann Projekte und Ansätze strukturiert weiterentwickelt wurden, entstanden: *„Wir tun, wir machen, wir sammeln Erfahrungen.“* Mit ein Grund für das Entstehen von Vermittlungsangeboten waren auch Anfragen und Impulse von „außen“ – z. B. wenn Schulklassen eine Bildungseinrichtung besuchen wollten o. ä.: *„(...) da müssen sich die Leute was überlegen.“* Auch die Geschichte der Kinderunis bzw. ihrer TrägerInnenorganisationen, den Kinderbüros, wird in diesen Kontext von Bottom-Up-Initiativen gesetzt.⁶ Manche der GesprächspartnerInnen lehnten Top-Down-Strategien zur Implementierung von Wissenschaftsvermittlung dezidiert ab: *„Das passt (...) nicht zur Kultur unseres Hauses.“* Vielmehr sei es wichtig, zu schauen, wo spannende Dinge entstehen und dann zu versuchen, in diese Richtung zu gehen. In Anknüpfung daran ist es auch *„(g)anz entscheidend (...), dass wir das nicht als weitere Marketing-Aktivität sehen, sondern als wichtigen Beitrag zu unserer Qualität im Forschungsumfeld.“*

⁶ Interessant ist hier der Verweis eines/einer InterviewpartnerIn, der/die berichtet, dass die Kinderbüros ursprünglich nicht als TrägerInnenorganisationen für Kinderunis entstanden sind, sondern aus einer Arbeitsgruppe zur Förderung von Frauen an Universitäten. Nachdem die Kinderbüros zuerst Kinderbetreuung an den Einrichtungen organisierten, kamen sehr bald Angebote für Wissenschaftsvermittlung an Kinder und in weiterer Folge die Kinderunis dazu.

Weiters ist auffällig, dass es für InterviewpartnerInnen, die tendenziell an ihrer Einrichtung Wissenschaft und Forschung verstärkt im Vordergrund sehen, als wichtig erscheint, dass durch das Engagement für interaktive Wissenschaftsvermittlung kein bzw. nicht noch mehr Druck auf die AkteurInnen ausgeübt werden soll. Hohe diesbezügliche Anforderungen werden schnell zur Überforderung und: „*Man darf nicht überfordern. Wenn's zu viel wird, dann machen die Forscher nicht mehr mit.*“ Es wird betont, wie wichtig es ist, dass die Beteiligung an Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten freiwillig erfolgt. Viele der ForscherInnen sind drittmittelfinanziert, müssen sich laufend um Projektanträge kümmern, und die Beteiligung an Aktivitäten der Wissenschaftsvermittlung kann häufig nicht bezahlt werden, so dass sie zum größten Teil in der Freizeit der AkteurInnen erfolgt.

Einrichtungen, die verstärkt die Ausbildung und Bildung und weniger die Forschung als ihr „(...) Kerngeschäft (...)“ im Fokus haben – das trifft oftmals auf Fachhochschulen, aber auch auf industrie- und wirtschaftsnahe Studiengänge bzw. Universitäten⁷ zu – sehen in der Wissen(schafts)vermittlung verstärkt eine Notwendigkeit der Kommunikation „nach außen“ mit klarer Ziel- und Output-Orientierung. Wissenschaftsvermittlung wird hier oft mit Wissensvermittlung gleichgesetzt und auch als Grundkompetenz für die Lehre angesehen. Studierende werden nicht nur als potenzielle AkteurInnen für Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten adressiert, sondern verstärkt auch als eine Zielgruppe für Wissen(schafts)vermittlung verstanden. In den Interviews zeigte sich, dass ein mehr oder weniger hoher „**Leidensdruck**“ von Bildungseinrichtungen hinsichtlich der Kommunikation „nach außen“, der vor allem bei denjenigen, die Ausbildung und Bildung als zentrale Aufgabe sehen, geäußert wurde, Einfluss auf das Verständnis wie auch den Stellenwert von interaktiver Wissenschaftsvermittlung besitzt. Dieser Leidensdruck kann unterschiedliche Ursprünge haben. Z. B. kann es sein,

- dass es bei jungen Studienrichtungen, denen es (noch) an Zulauf mangelt, aber auch bei z. B. technischen Studienrichtungen in der Wissenschaftskommunikation vor allem darum geht, durch Bewerbung die Studiengänge bekannt zu machen und künftige Studierende zu akquirieren, aber auch möglichst früh mit z. B. interaktiven Workshops oder Praktika für jugendliche SchülerInnen deren Interesse an den Inhalten der jeweiligen Studienrichtungen zu generieren,
- dass bei Studiengängen mit hoher Dropout-Rate, weil sich z. B. Studierende falsche Vorstellungen vom Studium machen, es bei den Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten vor allem um Information und Entscheidungshilfe geht,
- dass mit der Wissenschaftsvermittlung erreicht werden soll, dass auch „(...) *undankbarere (...)*“ Forschungsthemen (abseits von IT- oder Krebsforschung) in der öffentlichen Wahrnehmung platziert werden sollen,
- dass die Industrie über den Nachwuchs an gut ausgebildeten Arbeitskräften klagt und Unternehmen (wie z. B. die VOEST alpine oder AT&S) mit diesem Wunsch an tertiäre Bildungseinrichtungen herantritt und als Kooperations- oder auch Finanzierungspartnerin bei Vermittlungsprojekten auftritt,

⁷ Nach Einschätzung einiger der InterviewpartnerInnen zeigen sich in den Zielen von Universitäten und Fachhochschulen hinsichtlich der Ausbildung ihrer Studierenden und in Folge auch hinsichtlich der Ausrichtung der Aktivitäten der Wissenschaftsvermittlung nach wie vor Unterschiede, auch wenn zum einen Universitäten angewandter und zum anderen Fachhochschulen – zumindest einzelne etablierte Einrichtungen – wissenschaftsorientierter geworden sind.

- dass (vor allem bei technischen Studienrichtungen) bei der Vermittlung möglicher Berufsbilder, die nach dem Absolvieren des Studiums angestrebt werden können, Schwierigkeiten bestehen.

Dementsprechend weit ist auch das Verständnis von interaktiver Wissenschaftsvermittlung gefasst. Ist die Not der Einrichtung größer, ist auch der Stellenwert der Wissenschaftsvermittlung und das Verständnis für ihre Notwendigkeit höher und gleichzeitig auch zielgerichteter und output-orientierter: *„Der hohe Stellenwert der Wissenschaftskommunikation hat mit dem Leidensdruck unserer Industrie zu tun.“*, denn: *„Der Wirtschaftsstandort Europa braucht den technischen Nachwuchs ganz bitter.“* Der Übergang zwischen interaktiver Wissenschaftsvermittlung, Wissenschaftskommunikation und Medienarbeit gestaltet sich oftmals fließend. Die Organisation der Aktivitäten ist zum einen häufig in der PR- und Öffentlichkeitsarbeit angesiedelt. Zum anderen werden aber auch bei großem Bedarf seitens der Wirtschaft und Industrie von diesen eigene Stellen, die sich ausschließlich der Wissenschaftsvermittlung widmen, finanziert. Ziel ist es, bereits sehr früh in der (Volks-)Schule mit der Nachwuchsförderung zu beginnen und mit Schulworkshops und SchulpartnerInnenschaften oder auch einer Road Tour, bei der SchülerInnen in ganz Österreich statt im Klassenraum in einem Truck verschiedene Studienrichtungen nähergebracht wird, und vielen anderen Vermittlungsformaten das Interesse der Kinder für Naturwissenschaften, Informatik und Technik nachhaltig zu wecken und Schwellenängste abzubauen. Darüber hinaus ist es Ziel, den naturwissenschaftlichen Unterricht langfristig zu verbessern, weswegen unter anderem z. B. mit Pädagogischen Hochschulen kooperiert wird. Von diesen Einrichtungen erwartet man sich einerseits didaktischen Input und Beratung für die Gestaltung der Vermittlungsaktivitäten, andererseits sollen aber die erarbeiteten Inhalte auch in den Lehrplan für die angehenden PädagogInnen rückfließen.

Auffallend ist, dass sich die Einrichtungen verstärkt einen schulischen Rahmen suchen und Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten vermehrt auch als langfristige Recruiting-Maßnahmen verstehen: *„Die Schulkooperationen und Schulworkshops sind aus der Problematik heraus entstanden, wie schafft man es, Schüler, die noch nicht so an Technik interessiert sind, mit 14, mit 16 für diese Themen ein bissl zu begeistern. Anhand von dem sind solche Kontakte aufgebaut worden. (...) Uns nutzt es langfristig.“* So engagieren sich nicht selten auch ManagerInnen aus Industrie und Technik z. B. im Rahmen von Recruiting Days oder auch Schulworkshops. In Mittelpunkt steht weniger der Anspruch, für alle einen gleichberechtigt(er)en Zugang zu Wissenschaft zu schaffen, sondern vielmehr die Herausbildung und Förderung einer wissenschaftlichen Nachwuchselite: *„Wir lassen viel zu viele Talente auf der Strecke, Talente werden zu wenig gefördert, wenn sie da sind.“* Dementsprechend entstehen Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten nicht nur Bottom-Up, sondern werden auch im Rahmen von Top-Down-Strategien seitens der Einrichtungen selbst verankert. Der Anspruch, Wissenschaft zu vermitteln, wird weniger als mögliche Überforderung der ForscherInnen thematisiert als vielmehr etwas, das *„(...) mit zum Geschäft (...)“* gehört und allen Vorteile bringt. Top-Down-Ansätze können, so eine Sichtweise, auch verstärkt zur Motivation der ForscherInnen beitragen: *„Das muss von oben kommen. Wenn ich das vorgebe, dass das so sein muss, dann machen die eh mit.“* Es wird vermittelt, dass seitens der Leitung der Wunsch besteht, sich an den Vermittlungsaktivitäten zu beteiligen.

Zusammenfassend zeigt sich folgendes Bild:

Tab. 1: Unterschiede im Zugang zu Wissenschaftsvermittlung

Einrichtungen, die vorrangig Wissenschaft und Forschung als ihre Kernaufgabe verstehen	Einrichtungen, die verstärkt die Ausbildung und Bildung als ihre Kernaufgabe sehen
Universitäten und forschungsnahe Fachhochschulen	Ausbildungsnahe Fachhochschulen, industrie- und wirtschaftsnahe Universitäten
Wissenschaftsvermittlung als soziale und politische Verpflichtung und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft steht im Vordergrund.	Ein hoher Leidensdruck hinsichtlich der Akquise eines gut ausgebildeten Nachwuchses bzw. zukünftiger Studierender bewirkt ein hohes Commitment zur Wissenschaftsvermittlung mit klarer Ziel- und Output-Orientierung.
Der gesellschaftspolitische Anspruch, einen gleichberechtigteren Zugang für verschiedenste Bevölkerungsgruppen zu ermöglichen, wird formuliert.	Die Exzellenz- und Elitenbildung und das Fördern von Talenten spielt als Ziel für die Wissenschaftsvermittlung eine nicht unwesentliche Rolle.
Bottom-Up-Ansätze nehmen einen wichtigen Stellenwert in der Entstehung von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten ein.	Top-Down-Strategien sind in den Erzählungen zur Entwicklung der Wissenschaftsvermittlung präsent.
Es wird eine mögliche Überforderung der ForscherInnen durch ein Zuviel an Vermittlungsaktivitäten thematisiert.	Engagement in der Wissenschaftsvermittlung wird (nicht auf einzelne Personen, aber auf z. B. Institute bezogen) als Bestandteil des Jobs verstanden.
Anknüpfung der Wissenschaftsvermittlung an z. B. Vizerektorate für Forschungsorganisation oder eigenen für Wissenschaftsvermittlung zuständigen Abteilungen.	Verstärkte Verknüpfung mit PR- und Marketing-Aufgaben.
Vermehrter Versuch, nicht nur vorrangig Kinder mit interaktiven Formaten anzusprechen, sondern vermehrt auch mit Erwachsenen in einen Dialog zu treten.	Kinder als zukünftige NachwuchswissenschaftlerInnen bzw. als gut ausgebildete ExpertInnen im Fokus der interaktiven Wissenschaftsvermittlung.
Für eine wissenschaftliche Karriere im engen Sinn wird die Schulung von Kommunikationskompetenzen, wie sie im Rahmen von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten erfolgt, nicht als Vorteil erachtet.	Engagement in der Wissenschaftsvermittlung wird als Schulung der Kommunikationskompetenzen gesehen, die im späteren Berufsleben (z. B. in Wirtschaft und Industrie) von großem Vorteil sein können.

Ein weiterer Faktor, der, so die GesprächspartnerInnen, großen Einfluss auf den Stellenwert interaktiver Wissenschaftsvermittlung an einer Bildungseinrichtung hat, ist das jeweilige **Commitment der Leitung**: „Darin liegt (...) der Schlüssel, dass die Rektoratsebene dahintersteckt.“ Signalisiert die Leitung klar (z. B. durch öffentliche Anerkennung, Teilnahme an den Vermittlungsaktivitäten u. ä.), dass ihr Wissenschaftsvermittlung ein wichtiges Anliegen ist, so prägt das die Kultur und den Umgang damit an einer Einrichtung. Zwar meint der Großteil der interviewten Personen, dass allgemein Wissenschaftskommunikation an der eigenen Einrichtung einen hohen Stellenwert besitzt, manchmal aber nicht an erster Stelle steht oder auch einen sehr unterschiedlichen Stellenwert für unterschiedliche Personengruppen haben kann. So wurde ein Beispiel genannt, wo es zwar von Rektoratsseite große Unterstützung gibt und Vermittlungsaktivitäten auch auf der Ebene der Studierenden auf großes Interesse stoßen, wo aber gerade die WissenschaftlerInnen selbst einen großen „(...) Graubereich (...)“ darstellen. Bei den ForscherInnen polarisiert Wissenschaftsvermittlung: Zum einen gibt es diejenigen, die Vermittlungsaktivitäten gar nicht interessieren, zum anderen MitarbeiterInnen, die zwar der Meinung sind, dass Wissenschaftskommunikation wichtig ist, aber sich persönlich aus zeitlichen

Gründen nicht einbringen möchten bzw. können. Eine dritte Gruppe sind diejenigen, die sich aktiv in Wissenschaftsvermittlungsformate einbringen. Die Erfahrung zeigt, dass es wenig erfolgversprechend bzw. zielführend ist, ForscherInnen, die kein Interesse an Wissenschaftsvermittlung haben, für ein Engagement gewinnen zu wollen. Allerdings hat es sehr wohl Vorbildwirkung für ein Forschungsteam oder auch ein Institut oder eine Fakultät und das Umfeld, wenn einE ProfessorIn aktiv bei Vermittlungsaktivitäten mitmacht.

Spannend ist, dass **große Formate wie die Lange Nacht der Forschung** nicht nur eine Wirkung nach außen – also Einrichtungen ihre Forschung einem breiten Publikum vorstellen – sondern auch eine nach innen haben. Zum einen tragen sie intern unter den ForscherInnen zur Bewerbung für ein Engagement in der Wissenschaftsvermittlung bei, zum anderen machen sie die ganze Bandbreite an Forschungsleistungen gut für alle sichtbar. Die LNDF fungiert sozusagen wie eine eigene Plattform, auf der alle Forschungsschwerpunkte und Projekte aufgelistet sind. Diese Vernetzungs- und Überblicksfunktion wird als sehr wichtig eingestuft. Auch wird mehrfach erwähnt, dass viele ForscherInnen mit großer Leidenschaft und Motivation bei der LNDF mit dabei sind, und dass es nie ein Problem ist, Personen für die Wissenschaftsvermittlung an diesem Abend zu finden. Das gemeinsame Erleben und die Dynamik des Abends wirken positiv auf die teilnehmenden ForscherInnen zurück und stärken u. a. das Zusammengehörigkeitsgefühl.

3.3 Wie entsteht Engagement für interaktive Wissenschaftsvermittlung?

Alle InterviewpartnerInnen meinten hinsichtlich der Frage, wie Engagement von ForscherInnen und Studierenden für interaktive Wissenschaftsvermittlung an ihren Einrichtungen entsteht, dass seitens der Ansprechpersonen bzw. zuständigen Organisationseinheiten immer mehrere Wege verfolgt wurden bzw. werden. Eine zentrale und auch vorrangige Rolle spielt das **direkte Ansprechen** von potenziell Interessierten und die Einladung, bei konkreten Formaten der Wissenschaftsvermittlung (z. B. Kinderuni, LNDF, aber auch Anfragen von Schulen etc.) mitzumachen. Kann es zu Beginn mühsam sein, Mitwirkende zu finden, zeigt die Erfahrung, dass, wenn einmal *„(...) etwas gut läuft, (...) der Hunger immer größer (...)“* wird. Der erste Schritt ist oft schwierig, *„(...) aber die, die dann Feuer gefangen haben, bleiben auch dabei (...)“* und *„(...) hören dann meistens auch nicht mehr auf.“* Wesentlich – gerade auch in Hinblick auf eine längerfristige Bindung – ist, dass die Beteiligten bei ihrem Einstieg die Erfahrung machen, dass interaktive Wissenschaftsvermittlung Spaß macht und *„(...) dass man mit dem, was man tut, positive Erfahrungen macht (...)“*, denn *„(...) das spricht sich dann (...) rum.“* In der Verbreitung des Engagements ist dementsprechend Mundpropaganda und damit **Peer Motivation** ein sehr wichtiger Faktor dafür, neue Menschen anzusprechen und für Wissenschaftsvermittlung zu gewinnen. Die ForscherInnen, die bereits mitgewirkt haben, sind zentrale MultiplikatorInnen. Auch wenn arrivierte WissenschaftlerInnen für interaktive Vermittlungsaktivitäten gewonnen werden können, wirkt sich das auf das Umfeld und das Engagement aus, da diese einerseits Vorbildcharakter haben und andererseits öfters einmal auch ihre Forschungsteams – darunter PHDs, aber auch Studierende etc. – mitbringen. Unter den ProfessorInnen befinden sich nicht selten auch Personen, die schlichtweg für ihr Fachgebiet brennen, oder *„(...) eine Mission zu erfüllen haben (...)“* und mit entsprechendem Engagement in die Vermittlungsarbeit gehen.

Gleichzeitig wird auch die Offenheit, Ideen von ForscherInnen zu Vermittlungsveranstaltungen aktiv aufzugreifen und einen Rahmen für deren Umsetzung zur Verfügung zu stellen, als sehr wichtig für das Entstehen von Engagement in der Wissenschaftsvermittlung gesehen. Gerade für eine längerfristige Bereitschaft zur Mitwirkung ist es wesentlich, dass *„(...) man den Forschern einen Rahmen bietet, in dem sie frei agieren können (...)“*, ihnen auch das notwendige Vertrauen entgegenbringt und sie z. B. bei der Wahl des Settings beratend und auch umsetzungsorientiert oder organisatorisch unterstützt. Während das direkte Ansprechen von ForscherInnen oft den Ausgangspunkt für interaktive Vermittlungsaktivitäten an einer Einrichtung darstellt, entstehen eigene Ideen seitens der WissenschaftlerInnen oft ein bisschen zeitversetzt nach dieser „Anlaufphase“ und auch anlassbezogen, wenn z. B. aktuelle Forschungsprojekte zu Themenbereichen, die sich – nach Einschätzung der beteiligten ForscherInnen – gut für interaktive Wissenschaftsvermittlung eignen, durchgeführt werden. Aber auch aktuelle Debatten oder Filme können einen Anlass bilden – wie z. B. ein Film über eine Flugzeugentführung, bei der das Flugzeug über einer Stadt explodieren soll und die Frage im Raum steht, ob das Flugzeug über unbewohntem Gebiet abgeschossen werden darf bzw. soll. Diese Frage nahmen RechtswissenschaftlerInnen zum Ausgangspunkt für ein dialogorientiertes Vermittlungsformat, bei dem rechtliche und ethische Belange des Problems breit diskutiert wurden.

Nichtsdestotrotz gibt es natürlich auch ForscherInnen, die sich nicht für Wissenschaftsvermittlung interessieren oder *„(...) sich da nicht wohlfühlen (...)“*, und *„(...) das ist auch okay.“* Die Erfahrungen der InterviewpartnerInnen zeigen wie bereits erwähnt, dass es nur begrenzt Sinn macht, hier Energie in Überzeugungsarbeit zu stecken, denn Engagement für interaktive Wissenschaftsvermittlung lebt von Begeisterung und Eigenmotivation: *„Die (...) Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen, die sich schon ewig der Wissenschaftskommunikation verweigern, die versuch´ ich gar nicht mehr zu überreden. Das ist vergebene Mühe.“* Auch andere InterviewpartnerInnen meinen: *„Wir versuchen (...) bewusst zu fördern, aber wir verpflichten niemanden dazu.“*, oder: *„Man kann die Doktoranden zu nichts zwingen, das ist auch nicht zielführend.“* Dementsprechend *„(...) tut (man) der Wissenschaftsvermittlung nichts Gutes, wenn man das einer Einzelperson vorschreibt.“* Sinnvoller ist es, *„ (...) wenn man das (Engagement in der interaktiven Wissenschaftsvermittlung, Anm. d. Verf.) einem Department oder einem Institut vorschreibt, und da gibt´s dann welche, die interessiert das, und die machen das mit Begeisterung.“* Prinzipiell ist es wichtig, dass alle wissen, dass es grundsätzlich gerne gesehen ist, wenn sich jemand in Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten einbringt. Der **Auftrag** dazu sollte aber weniger an (alle) Einzelpersonen, sondern **an ein Kollektiv** gerichtet sein, in welchem dann Interessierte aktiv werden können und sich weniger Interessierte nicht unter Druck gesetzt fühlen.

Weiters macht es – so die InterviewpartnerInnen – auch im Hinblick auf ein nachhaltiges Engagement Sinn, auf junge Menschen und NachwuchswissenschaftlerInnen zu setzen. Wenn Studierende bereits **im Rahmen ihres Studiums** mit interaktiver Wissenschaftsvermittlung in Kontakt kommen und hier erleben, dass Wissenschaftskommunikation Spaß macht, ist die Schwelle, sich später als ForscherIn (aber auch in der Wirtschaft oder der Industrie) weiter in diesem Bereich zu engagieren, geringer. Mit dem Mitmachen z. B. bei konkreten Umsetzungsprojekten (mitmachen bei der Kinderuni, eigene Projektideen umsetzen, Vorstellung von studentischen Projekten im Rahmen von Projekt-Vernissagen etc.) ist der erste Schritt bereits getan. Wichtig erschien einigen GesprächspartnerInnen einerseits, dass Wissenschaftsvermittlung im Curriculum (mit Lehrveranstaltungen, Zeugnissen und ECTS-Punkten) verankert sein soll. Nur so ist eine Teilnahme auch für die eigenen Ziele – nämlich das Studium abzuschließen – verwertbar. Gleichzeitig sollte Wissenschaftsvermittlung jedoch immer ein

Wahlpflichtfach sein, damit die Teilnahme getragen wird vom persönlichen Interesse, Idealismus und der eigenen Begeisterungsfähigkeit der handelnden Personen. In diesem Sinne sollte es nicht Ziel sein, alle Studierenden dazu zu bekommen, sich in interaktiver Wissenschaftsvermittlung zu engagieren, sondern diejenigen, die Interesse dafür haben sollten die Möglichkeit haben, dies auch im Rahmen ihrer Ausbildung und für ihre Ausbildung zu tun.

Auf die Frage, wie insbesondere die Begeisterungsfähigkeit der Studierenden, aber auch der ForscherInnen angesprochen werden kann, meinte einE InterviewpartnerIn, dass es dazu vor allem auch die **Entwicklung spannender Vermittlungsformate** braucht: *„Wir sind ein bissl die Ideenfabrik. Und wir versuchen solche Ideen zu machen, dass wir die Studierenden dafür gewinnen.“* Ziel dieser Herangehensweise ist es, dass WissenschaftlerInnen und Studierende ob der spannenden Veranstaltungen von sich selbst aus kommen und mitmachen wollen. Diese Formate bringen z. B. Science Slams auf die Bühne oder Studierende zusammen, damit sie in einem „Innovationsmarathon“ innerhalb von 24 Stunden gemeinsam die Lösung für ein (technisches) Problem erarbeiten und dann der Öffentlichkeit und Unternehmen vorstellen. Oder sie sind an bekannte TV-Shows angelehnt, wenn z. B. ProfessorInnen gegen Studierende in Wissensfragen gegeneinander antreten etc.

Weiters betonten einige der InterviewpartnerInnen, dass – u. a. auch um ein längerfristiges Engagement zu fördern – vermehrte **Reflexionsmöglichkeiten für teilnehmende ForscherInnen** sinnvoll und wichtig sind. Wenn bereits beim ersten Mal alles gut gelaufen ist, dann sind die WissenschaftlerInnen auch weiterhin bei Vermittlungsaktivitäten mit dabei. Hat es mit der Vermittlung jedoch nicht so gut geklappt, *„(...) dann machen sie's nicht wieder.“* Hier gilt es, die ForscherInnen mit Austauschmöglichkeiten z. B. mit anderen ForscherInnen aufzufangen und so zu verhindern, dass sie *„(...) wegbrechen (...)“*.

Hinsichtlich **struktureller Faktoren**, die ein Engagement in der interaktive Wissenschaftskommunikation begünstigen, wurde seitens einiger der InterviewpartnerInnen insbesondere die geringe Größe der eigenen Einrichtung genannt. Dies schafft eine überschaubare, manchmal fast familiäre Atmosphäre, so dass man weiß, wen man für welches Thema ansprechen kann. Da sich alle untereinander kennen, fällt die Vernetzung der AkteurInnen und die Zusammenarbeit leichter, der organisatorische Aufwand ist geringer und Synergien können einfacher genutzt werden. Auf informeller Ebene ist mehr Flexibilität sowie schneller und effizienter Austausch möglich – *„Weil der persönliche Kontakt am wichtigsten ist.“* Um etwas zu bewegen – so einE InterviewpartnerIn –, ist es *„(...) das wichtigste (...), dass Sie wissen, wie ihr Haus tickt.“* Ein Nachteil, den die geringere Größe einer Einrichtung allerdings mit sich bringt, ist der der zur Verfügung stehenden geringeren finanziellen wie auch personellen oder räumlichen Ressourcen.

Hinsichtlich der **(strukturellen) Faktoren**, die für ein Engagement von ForscherInnen in der interaktiven Wissenschaftskommunikation **hinderlich** sind, wurde seitens der InterviewpartnerInnen wenig überraschend genannt, dass das Engagement für ForscherInnen wissenschaftlich nicht verwertbar ist, und *„(w)enn es nicht verwertbar ist, dann ist es natürlich hinderlich.“* Auch stehen die Rahmenbedingungen, die Wissenschaft heute in vielen Bereichen bietet – nämlich ungesicherte, zeitlich begrenzte Arbeitsverhältnisse, geringe finanzielle und auch zeitliche Ressourcen etc. – einem längerfristigen Engagement in der Wissenschaftsvermittlung oftmals entgegen. Diese Voraussetzungen spiegeln sich auch in der Frage, wer sich an den verschiedenen Einrichtungen im Rahmen interaktiver Vermittlungsaktivitäten engagiert, wider. So meinte eineR der

InterviewpartnerInnen, dass die meisten, die sich an der eigenen Einrichtung einbringen, ForscherInnen sind, „(...) *die sich das leisten können (...)*“ – also schon bereits etwas etabliert sind. Am Anfang der Karriere geht es vor allem darum, zu publizieren, sich zu spezialisieren und im wissenschaftlichen Umfeld Fuß zu fassen. Diese schwierige Ausgangsposition trifft an mehreren der befragten Einrichtungen insbesondere auf die Gruppe der DoktorandInnen zu: *„Es tut sich jede Gruppe schwer, die im Dissertationsstadium ist. Das hat auch mit dieser Wissenschaftskarriere zu tun. Die sind zeitlich so eingespannt, dass sie kaum Zeit haben.“* Gerade Doktoratsstudierende sind häufig drittmittelfinanziert in befristeten Arbeitsverhältnissen tätig und müssen in diesem Rahmen die Doktorarbeit fertigstellen. Im Gegensatz dazu sind *„(d)ie Habilitierten (...) gut dran, und mit denen ist gut arbeiten.“* Spannend ist, dass an industrie- und wirtschaftsnahen Universitäten und Fachhochschulen diese Schwierigkeit weniger bekannt ist und sich hier verstärkt auch junge AbsolventInnen, angehende TechnikerInnen etc. in der interaktiven Wissenschaftskommunikation engagieren – u. a. weil dieses Engagement als Schulung der kommunikativen Kompetenz gesehen wird, die in einem möglichen Berufsleben in Wirtschaft und Industrie (weniger in einer wissenschaftlichen Karriere an der eigenen Einrichtung) von Vorteil sein kann. Weiters zeigte sich im Rahmen der Interviews, dass diejenigen Stellen, die unmittelbar – sei es tatsächlich oder auch durch räumliche Nähe – an die Doktoratsausbildung andocken können (z. B. ans DoktorantInnenzentrum oder das Doktoratskolleg), weniger Schwierigkeit haben, DoktorandInnen für interaktive Wissenschaftsvermittlung zu gewinnen. Diese Stellen bieten oftmals auch andere Serviceleistungen wie z. B. Unterstützung bei Drittmittelanträgen oder Einreichungen für Fellowships an oder stellen DoktorandInnen auch spannende Formate und Plattformen zur Präsentation des eigenen Themengebietes zur Verfügung.

Zusammenfassend können also folgende förderliche Faktoren für ein (längerfristiges) Engagement von ForscherInnen/AkteurInnen in der interaktiven Wissenschaftsvermittlung und deren Etablierung festgehalten werden:

- Wissenschaftsvermittlung muss Spaß machen, und diese Erfahrung ist gerade beim Einstieg in die Vermittlungsarbeit sehr wichtig. Austauschmöglichkeiten mit anderen VermittlerInnen/ForscherInnen können wichtig dafür sein, dass auch nicht ganz so gelungene Erfahrungen im Rahmen von Vermittlungsprojekten oder -veranstaltungen Raum finden und bearbeitet werden können. Zielführend wäre die Etablierung einer „Community“ für gegenseitigen Austausch.
- ForscherInnen, die bereits an interaktiven Vermittlungsaktivitäten mitgewirkt und positive Erfahrungen gemacht haben, sind zentrale MultiplikatorInnen, um andere ebenfalls dafür zu gewinnen.
- Spannende und innovative Formate der Wissenschaftsvermittlung können ein Incentive für das Engagement in der interaktiven Wissenschaftsvermittlung darstellen.
- Die Gewinnung arrivierter WissenschaftlerInnen für interaktive Wissenschaftsvermittlung hat Vorbildwirkung und wirkt motivierend auf andere.
- Die Aufforderung, sich im Bereich interaktiver Wissenschaftsvermittlung zu engagieren, sollte sich weniger an konkrete Einzelpersonen, als vielmehr an ein Kollektiv (ein Institut, ein Departement etc.) gerichtet sein, so dass sich dort diejenigen finden können, die wirklich Interesse dafür haben.
- Im Sinne eines längerfristigen Engagements in der interaktiven Wissenschaftsvermittlung sollten bereits Studierende während des Studiums z. B. im Rahmen von konkreten

Umsetzungsprojekten damit in Kontakt kommen und so erleben, dass Wissenschaftskommunikation Spaß macht. Wichtig dabei ist, dass dies als Teil der Ausbildung im Curriculum verankert ist, dass das Fach jedoch ein Wahlpflichtfach ist, damit die Teilnahme vom persönlichen Interesse und der eigenen Begeisterungsfähigkeit getragen ist.

3.4 Welche Formen der Anerkennung für Engagement in interaktiver Wissenschaftsvermittlung gibt es?

Auf die Frage, welche Formen der Anerkennung ForscherInnen für ihr Engagement in interaktiver Wissenschaftsvermittlung bekommen, zeigte sich durch alle Interviews hindurch, dass es wenn, dann vor allem informelle Wertschätzung gibt: „(...) *Ruhm und Ehre (...)*“ oder „*Ein Handschlag, ein Dankeschön.*“ und „*Das ist eine gute Frage (lacht). Ich sag´ einmal, die Motivation ist sehr intrinsisch. (...) Sie machen´s entweder gern, und dann machen sie´s gern, und dann freuen sie sich auch so.*“ Auszeichnungen, Prämien, Preise oder ähnliche Incentives sind nicht etabliert, auch wenn sie von manchen der InterviewpartnerInnen als durchaus vorstellbar und wünschenswert gesehen werden. Anerkennung gibt es einerseits intern durch die Einrichtung selbst und ist in ihrem Ausmaß u. a. abhängig von der Stärke des Commitments der Leitung zur Wissenschaftskommunikation. Die Wertschätzung kann z. B. persönliche Danksagungen, ein gemeinsames Essen aller Beteiligten oder auch ein gemeinsames Abschlussfest umfassen. Manche Einrichtungen verzichten auf Anerkennung auf individueller Ebene, da sie das Engagement in der Wissenschaftsvermittlung als „(...) *Teil des Jobs (...)*“ sehen, und stellen eher die Gesamtleistung der Einrichtung bzw. einzelner Institute in den Vordergrund. In diesen Fällen passiert die Vermittlungsarbeit jedoch häufig auch im Rahmen der Arbeitszeit und als bezahlte Leistung, was an anderen Einrichtungen nicht immer der Fall ist. Die Wertschätzung seitens der Leitung wird als sehr wichtig für die ForscherInnen und ihr Engagement eingestuft. Es wirkt motivierend, wenn Mitglieder des Rektorats, aber auch z. B. Vorstände von IndustriepartnerInnen persönlich zu Veranstaltungen kommen oder Vermittlungsevents eröffnen etc. Externe Anerkennung andererseits erfolgt meist in Form medialer Berichterstattung zu Vermittlungsevents, wobei einzelne Formate wie z. B. manche Ausstellungen oder auch die Lange Nacht der Forschung oder die Kinderuni große Aufmerksamkeit bekommen, andere wiederum weniger bis keine.

Als wichtig sowohl hinsichtlich der Anerkennung aus der eigenen Einrichtung als auch von außen wird das Sichtbarmachen des Engagements der vermittelnden ForscherInnen gesehen – sei es auf Einrichtungs-, Instituts- oder auch persönlicher Ebene. Als eine Möglichkeit dafür werden z. B. Websites genutzt, auf denen von den Vermittlungsaktivitäten berichtet wird und die manchmal auch über Profile aller WissenschaftlerInnen, die sich an einer Einrichtung um Wissenstransfer bemühen, verfügen. Auch in MitarbeiterInnenmagazinen oder (externen) Newslettern findet mitunter eine personalisierte Würdigung des Engagements von ForscherInnen Platz. Manche WissenschaftlerInnen werden von sich aus aktiv und schreiben kurze Berichte zu ihren Vermittlungsaktivitäten u. ä., doch auch Marketing- und PR-Abteilungen haben Interesse an der Darstellung der Wissenschaftsvermittlung nach außen.

Als weitere wichtige, wenn nicht zentrale Quelle für Wertschätzung und Anerkennung wird die Rückmeldung durch die TeilnehmerInnen genannt. Begeisterte Kinder und ein interessiertes Publikum stellen für nicht wenige der ForscherInnen einen zentralen Motivationsgrund dar, in die Wissenschaftsvermittlung einzusteigen und sie auch längerfristig zu betreiben.

Hinsichtlich einer Anerkennung, die über die reine Wertschätzung hinaus geht, wurde seitens der InterviewpartnerInnen kritisch angemerkt, dass ein Engagement im Bereich der Wissenschaftsvermittlung bis zum jetzigen Zeitpunkt nicht wirklich Einfluss auf den Verlauf von wissenschaftlichen Karrieren hat. Strebt jemand eine internationale Karriere als Top-WissenschaftlerIn an, dann zählen „(g)rundsätzlich (...) erstmal Publikationen.“ Dies könnte sich ändern, wenn sich die Wissenschaft selbst – wie im anglosächsischen Raum schon der Fall – vermehrt mit Wissenschaftskommunikation (als Forschungsfeld) beschäftigen würde. Schritte dahin wären z. B., dass Wissenschaftskommunikation eine Profession⁸ wird, dass jede Universität bzw. Fachhochschule nicht nur eineN PressesprecherIn, sondern auch eineN WissenschaftskommunikatorIn hat, dass es z. B. ein Institut für Wissenschaftskommunikation gibt oder dass sich Medien für Wissenschaftskommunikation (z. B. Wissenschaftskommunikations-journale u. ä.) etablieren, so dass Publikationen zum Thema Wissenschaftsvermittlung auch einen Impact-Faktor erhalten und Auswirkungen auf eine wissenschaftliche Karriere haben können. Dies würde wahrscheinlich das Berufs- und Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation eröffnen bzw. erweitern. Schwierig bleibt jedoch, dass auch in diesem Fall für eine wissenschaftliche Karriere z. B. in Bereich Molekularbiologie nach wie vor fachspezifische Publikationen höheren Impact-Faktor haben werden als solche zur Wissenschaftskommunikation in diesem Fach.

Ein Benefit, der sich aus einem verstärkten Engagement in der Wissenschaftsvermittlung sowohl für die beteiligten Einrichtungen als auch die AkteurInnen ergeben kann, ist der der Vernetzung untereinander. Aus diesem Netzwerk heraus können weitere Vermittlungsaktivitäten, aber auch Forschungs Kooperationen entstehen. So macht es Sinn, bei den Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten verstärkt auch den „Nebeneffekt“ der Vernetzung der AkteurInnen und Einrichtungen untereinander im Fokus zu haben bzw. zu fördern.

3.5 Fort-, Aus- und Weiterbildungen zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung

Hinsichtlich der Fort-, Aus- und Weiterbildungen zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung lässt sich aus den ExpertInneninterviews sagen, dass diesbezügliche Angebote an den Bildungseinrichtungen durchwegs nicht etabliert sind, auch wenn es von manchen Institutionen Überlegungen dazu gibt, z. B. Kurse oder auch einen Lehrgang zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung anzubieten. Die Erfahrung im Rahmen einzelner bereits gesetzter Angebote hat u. a. gezeigt, dass sich im Endeffekt nur wenige Personen für die Workshops zur Wissenschaftsvermittlung interessierten und dass auch vor allem WissenschaftlerInnen daran teilgenommen haben, „(...) die die Weiterbildung eh nicht brauchen würden.“ Die geringe Teilnahme wird nicht nur auf prinzipiell geringes Interesse zurückgeführt sondern: „Wir haben festgestellt, das ist zu viel.“ Aus diesem Grund wird weniger auf Seminare oder Fortbildungen an der eigenen Einrichtung gesetzt, als vielmehr z. B. auf persönliches Coaching bei Bedarf. Darüber hinaus können ForscherInnen bei Interesse jederzeit im Rahmen ihres Fortbildungskontingents externe Workshops zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung besuchen. Hinsichtlich eines breiteren Ausbildungsprogramms zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung wird im Rahmen der Interviews vereinzelt auch Skepsis geäußert: „Ich glaube, dafür hätten unsere Leute keine Zeit, da so in die Tiefe zu gehen. Das ist ja schließlich auch nicht ihr Hauptjob. Der Bedarf nach

⁸ Eine Herausforderung dabei ist, dass Wissenschaftskommunikationen in den Naturwissenschaften ganz andere Zugänge verfolgt als z. B. in den Geisteswissenschaften oder auch den Rechtswissenschaften – was es, so einE InterviewpartnerIn – schwierig macht, alle Zugänge „(...) unter einem Namen zu vereinen.“

einer diesbezüglichen formalen Ausbildung ist da sicher nicht so groß.“ Da für gute interaktive Wissenschaftsvermittlung die persönliche Leidenschaft der ForscherInnen eine Grundvoraussetzung ist, wird eine verstärkte Institutionalisierung und Formalisierung einer diesbezüglichen Ausbildung auch als wenig zielführend gesehen, da „(...) das (...) sehr schnell zum Sammeln von Scheinen (wird)“, bei dem das echte Interesse an der Sache schnell in den Hintergrund rückt.

Interessant ist, dass interaktive Wissenschaftsvermittlung an „andere“ Zielgruppen wie z. B. Kinder oder wissenschaftsfernes Publikum im Rahmen von Fortbildungen zur (Hochschul-)Didaktik sowie zu Lehre und Lehrmethoden sehr wohl an manchen Bildungseinrichtungen Eingang findet. Die Durchführung der Workshops findet oftmals in Kooperation mit pädagogischen Hochschulen vor Ort statt. Auch in Seminaren zu Persönlichkeitsbildung oder Präsentationstechniken u. ä. werden von manchen InterviewpartnerInnen Elemente interaktiver Wissenschaftsvermittlung verortet. Spannend ist weiters, dass im Gegensatz zu institutionsinternen Weiterbildungen für WissenschaftlerInnen Einrichtungen in der Ausbildung ihrer Studierenden sehr wohl Angebote in Richtung interaktiver Wissenschaftsvermittlung setzen – z. B. Lehrveranstaltungen zu „Wissenschaftlicher Dialog mit Kindern“ und allgemein zu Wissenschaftskommunikation (auch mit Unterstützung von „außen“ – z. B. durch die Science Busters), die Einbindung von Studierenden in die Kinderuni oder die Lange Nacht der Forschung, Seminare, in denen Studierende konkrete Vermittlungsprojekte (z. B. die Gestaltung eines Kinderbuches) gemeinsam mit Schulen umsetzen u. ä. Diese Angebote werden sehr stark vom persönlichen Engagement derjenigen Personen, die für interaktive Wissenschaftsvermittlung zuständig sind, getragen und zum Teil auch selbst gestaltet.

3.6 Rückfluss von der Wissenschaftsvermittlung in die Forschung und Lehre

Hinsichtlich des möglichen **Rückflusses von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten auf die Forschung** selbst blieben die Aussagen der InterviewpartnerInnen zum größten Teil – da der konkrete Impact sehr schwer einschätzbar ist – eher vage. So meinte einE GesprächspartnerIn: „*Ich weiß nicht, ob ich da jetzt wirklich schon eine Aussage machen kann.*“, und einE andereR: „*Das ist eine Frage, die notiere ich mir und frage bei bestimmten Leuten nach, wie sie das vielleicht sehen.*“ Als Faktoren, die Einfluss auf die Möglichkeit eines Rückflusses in die Forschung haben können, werden folgende gesehen:

- Zum einen wird vermutet, dass sich bei **geistes- und sozialwissenschaftlicher Forschung** im Vergleich zu naturwissenschaftlicher Forschung der Rückfluss leichter gestaltet, weil hier die Gesellschaft und damit Menschen der „Forschungsgegenstand“ und die „ProbandInnen“ bzw. „DatenlieferantInnen“ sind.
- Zum anderen wird unterschieden, ob Inhalte der **Grundlagenforschung oder „exzellenter Forschung“** vermittelt werden oder Ergebnisse bzw. Produkte anwendungsorientierter Forschung. In der Grundlagenforschung ist ein Rückfluss aus den Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten in die Forschung nur schwer umsetzbar, weil bei den teilweise sehr speziellen Themen bereits ExpertInnen aus dem eigenen Fach oftmals inhaltlich aussteigen. Je abstrakter und weniger „angreifbar“ Forschungsinhalte sind, desto weniger ist ein Rückfluss aus Vermittlungsaktivitäten gegeben.

- In der **anwendungsorientierten Forschung** wird ein Rückfluss aus den Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten in die Forschung von den InterviewpartnerInnen als wahrscheinlicher gesehen, da hier oftmals konkrete Produkte, Prototypen oder sonstige Tools vorgestellt und die ForscherInnen vom Publikum u. a. auch wertvolle Hinweise für die Weiterentwicklung erhalten. *„Bei der angewandten Forschung muss ich mich sowieso nach der Gesellschaft richten, weil sonst mein Produkt nicht nachgefragt werden wird.“* Gerade im Bereich z. B. assistiver Technologien wie auch allgemein sehr stark in der medizinischen Forschung wird in Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten eine Möglichkeit gesehen, mit potenziellen zukünftigen AnwenderInnen in Austausch zu treten und Rückmeldung zu bekommen.
- Als **Beispiele** für (u. a. assistive) Technologien, bei denen Rückfluss aus Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten in die Weiterentwicklung des Produkts erfolgt ist, wurde z. B. das Projekt „BreLoMat“ (Breaking Loneliness for elderly people), ein Projekt des Departments „Soziales“ der Fachhochschule St. Pölten genannt, bei dem mittels digitaler Technologien Menschen, die nicht mehr mobil sind, das Kartenspiel „Schnapsen“ über Videotelefonie miteinander spielen können. Die ForscherInnen, die aus den Bereichen Soziale Arbeit und IT kamen, haben das Spiel u. a. bei der European Researchers Night vorgestellt und es auf Basis des Publikumsfeedbacks weiterentwickelt. Auch bei einem weiteren Projekt der FH St. Pölten, bei dem Schuhsolen mit Sensorik und akustischem Feedback ausgestattet wurden, um damit die in der Physiotherapie etablierte „Ganganalyse“ von PatientInnen (z. B. für das Wiedererlernen des richtigen Gehens nach einem Unfall) zu unterstützen, floss das unmittelbare Feedback von Menschen im Rahmen von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten in die Produktentwicklung mit ein. Weiters erwähnten GesprächspartnerInnen, dass insbesondere bei Forschungsaufgaben, bei denen es eine Problemlösung braucht, die im Rahmen von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten mögliche Außensicht, die weniger auf die technische Lösbarkeit fokussiert, sondern eher unvoreingenommen und kreativ an die Sache herangeht, immer wieder einmal spannende Lösungen bringen kann. Als Beispiel dafür wurde das eines Roboters mit schwenkender Hand, dessen „Grenzen“ – also die richtige Einstellung der Software hinsichtlich der Reichweite der Hand – getestet werden sollten, genannt. Während ExpertInnen dies mit aufwendigen Lichtschranken und Kameras bewerkstelligen würden, kamen Studierende auf die einfache und billige Idee, stattdessen eine Papierplane zu spannen. Allgemein können aus den Gesprächen mit BesucherInnen von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten auch neue Ideen für anwendungsorientierte Forschung entstehen, wenn diese z. B. meinen *„Wäre nicht auch dieses und jenes möglich? (...) Warum gibt es das und das noch nicht? (...) Und wenn man da hellhörig ist, bekommt man viele Ideen geliefert.“*
- Seitens **medizinischer Forschung** wird betont, dass Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten einen wesentlichen Einfluss auf bzw. Rückfluss in die Forschung haben. Dabei geht es nicht nur um die Rückmeldung zu bestimmten Produkten, sondern die ForscherInnen holen sich durchaus von Betroffenen neue Forschungsthemen und Fragestellungen ab und arbeiten mit diesen weiter. Insbesondere der Austausch zwischen PatientInnen bzw. PatientInnenorganisationen und forschenden MedizinerInnen wird als zentral für das Vorantreiben und die Ausrichtung der Forschung geschrieben – der Rückfluss ist in diesem

Bereich also sehr hoch. PatientInnenorganisationen sind wesentliche Player in der medizinischen Forschung wie auch in der Wissenschaftskommunikation – Betroffene organisieren sich, suchen den Austausch mit ForscherInnen und steuern z. B. mit der Zurverfügungstellung finanzieller Ressourcen auch die inhaltliche Ausrichtung der Forschung mit.⁹ Auch schaffen sie und insbesondere auch berühmte Persönlichkeiten, die an einer bestimmten Krankheit erkrankt sind, öffentliche Aufmerksamkeit für ihre Anliegen (wie z. B. der Schauspieler Michael J. Fox, der an Parkinson erkrankt ist, die Michael J. Fox Foundation for Parkinson's Research gegründet hat und sich nunmehr in der Wissenschaftspolitik engagiert). So ist z. B. eine treibende Kraft hinter dem vor kurzem eröffneten Zentrum für Rare and Undiagnosed Diseases die Eltern-PatientInnen-Organisation: *„Da kommen die Forschungsfragen tatsächlich auch her.“* Andere aktive PatientInnenorganisationen haben aus Spendengeldern finanzielle Ressourcen für z. B. Zellforschung zur Verfügung gestellt – mit denen ZellforscherInnen dann tatsächlich die für eine Krankheit verantwortliche Genmutation herausgefunden und damit die Therapie radikal verändert haben.

- Der mögliche Rückfluss von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten in die Forschung wird von den InterviewpartnerInnen auch **in Abhängigkeit vom Alter des Publikums** gesehen. Bei jüngerem Publikum wird die Wahrscheinlichkeit, dass z. B. Kinder, aber auch Studierende am Beginn ihres Studiums für die ForscherInnen spannende Impulse und Inputs einbringen, als geringer eingeschätzt: *„Dadurch, dass die Zielgruppe beim jüngeren Publikum liegt, würde ich mich das nicht sagen trauen, dass da Rückfluss in die Forschung besteht.“* Hinsichtlich assistiver Technologien wie z. B. einer Mundmaus jedoch, die über den Mund bzw. eye tracking steuerbar ist, *„(...) lernt man schon etwas, wenn mal ein Sechzehnjähriger die Mundmaus aufhat.“*

Hinsichtlich des **Rückflusses von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten in die Lehre** lässt sich sagen, dass die InterviewpartnerInnen hier im Vergleich zur Forschung einen direkteren Zusammenhang sehen. Kindern z. B. melden sofort rück, wenn etwas nicht stimmt – Sie werden unruhig, gähnen und die Aufmerksamkeit ist weg: *„Die Kleinen zeigen es mir, und die Großen sind höflich genug (...)“*. Durch Wissenschaftsvermittlung bekommt man – sehr wichtiges – Feedback von außen, von dem sich ForscherInnen immer Impulse für und eine Perspektivenvielfalt auf die eigene Lehre und Didaktik mitnehmen können. Allerdings wird auch nicht von einem Rückfluss in strukturierter Form in die Lehre gesprochen. Auch zeigt sich wiederum, so die Einschätzung einiger InterviewpartnerInnen, ein großer Unterschied, ob es sich bei den vermittelten Inhalten um Grundlagenforschung oder anwendungsorientierte Forschung handelt. Von manchen GesprächspartnerInnen wird der Anspruch erhoben, dass Forschende ihre didaktischen Methoden nicht erst im Rahmen von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten schärfen sollten und *„(...) dass unsere (ForscherInnen) schon vorher gut wissen (sollten), wie sie gut Lehre machen.“* In diesem Verständnis sollte der Rückfluss aus Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten in die Lehre nicht zu groß sein, da dies die eigenen didaktischen Fähigkeiten ein Stück weit in Frage stellen würde. An anderen Einrichtungen wiederum wird das Engagement von jungen WissenschaftlerInnen in der interaktiven Wissenschaftsvermittlung umgekehrt auch als eine Vorbereitung für die Lehre gesehen.

⁹ Das hohe Interesse der Öffentlichkeit wie auch von PatientInnenorganisationen an medizinischer Forschung wird u. a. auch im Rahmen von Fundraising-Kampagnen angesprochen, wenn z. B. Einrichtungen für Präzisionsmedizin o. ä. finanziert werden sollen.

4 Zusammenfassung der Ergebnisse

Von Silvia Prock, Sarah Funk und Barbara Streicher

4.1 Warum Wissenschaftsvermittlung

Die Studie zeigt, dass es **zwei Gruppen von Institutionen** gibt, die einen unterschiedlichen Zugang zu Wissenschaftsvermittlung aufweisen (siehe Tabelle 1):

- Einrichtungen, die vorrangig Wissenschaft und Forschung als ihre Kernaufgabe sehen (Universitäten und forschungsnahe Fachhochschulen)
- Einrichtungen, die verstärkt die Ausbildung und Bildung und weniger die Forschung als ihr Kerngeschäft sehen (Fachhochschulen, industrie- und wirtschaftsnahe Studiengänge bzw. Universitäten)

Tab. 1: Unterschiede im Zugang zu Wissenschaftsvermittlung

Einrichtungen, die vorrangig Wissenschaft und Forschung als ihre Kernaufgabe verstehen	Einrichtungen, die verstärkt die Ausbildung und Bildung als ihre Kernaufgabe sehen
Universitäten und forschungsnahe Fachhochschulen	Ausbildungsnahe Fachhochschulen, industrie- und wirtschaftsnahe Universitäten
Wissenschaftsvermittlung als soziale und politische Verpflichtung und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft steht im Vordergrund.	Ein hoher Leidensdruck hinsichtlich der Akquise eines gut ausgebildeten Nachwuchses bzw. zukünftiger Studierender bewirkt ein hohes Commitment zur Wissenschaftsvermittlung mit klarer Ziel- und Output-Orientierung.
Der gesellschaftspolitische Anspruch, einen gleichberechtigteren Zugang für verschiedenste Bevölkerungsgruppen zu ermöglichen, wird formuliert.	Die Exzellenz- und Elitenbildung und das Fördern von Talenten spielt als Ziel für die Wissenschaftsvermittlung eine nicht unwesentliche Rolle.
Bottom-Up-Ansätze nehmen einen wichtigen Stellenwert in der Entstehung von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten ein.	Top-Down-Strategien sind in den Erzählungen zur Entwicklung der Wissenschaftsvermittlung präsent.
Es wird eine mögliche Überforderung der ForscherInnen durch ein Zuviel an Vermittlungsaktivitäten thematisiert.	Engagement in der Wissenschaftsvermittlung wird (nicht auf einzelne Personen, aber auf z. B. Institute bezogen) als Bestandteil des Jobs verstanden.
Anknüpfung der Wissenschaftsvermittlung an z. B. Vizerektorate für Forschungsorganisation oder eigenen für Wissenschaftsvermittlung zuständigen Abteilungen.	Verstärkte Verknüpfung mit PR- und Marketing-Aufgaben.
Vermehrter Versuch, nicht nur vorrangig Kinder mit interaktiven Formaten anzusprechen, sondern vermehrt auch mit Erwachsenen in einen Dialog zu treten.	Kinder als zukünftige NachwuchswissenschaftlerInnen bzw. als gut ausgebildete ExpertInnen im Fokus der interaktiven Wissenschaftsvermittlung.
Für eine wissenschaftliche Karriere im engen Sinn wird die Schulung von Kommunikationskompetenzen, wie sie im Rahmen von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten erfolgt, nicht als Vorteil erachtet.	Engagement in der Wissenschaftsvermittlung wird als Schulung der Kommunikationskompetenzen gesehen, die im späteren Berufsleben (z. B. in Wirtschaft und Industrie) von großem Vorteil sein können.

In Einrichtungen, die Ausbildung und Bildung als ihre Kernaufgabe sehen, wird Wissenschaftsvermittlung sehr zielgerichtet und professionell in Form eines Top-Down-Prozesses eingesetzt, um vor allem die richtigen Studierenden anzusprechen und/ oder auf Produkte hinzuweisen, die im Rahmen der Forschung entstanden sind.

Wissenschaftsvermittlung an Einrichtungen, die vorrangig Wissenschaft und Forschung als ihre Kernaufgabe verstehen, wird eher als soziale und politische Verpflichtung und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft angesehen und meist in einem Bottom-Up-Prozess von engagierten Einzelpersonen oder Instituten ausgeführt.

Erstere Institutionen setzen Wissenschaftsvermittlung wesentlich strategischer ein und sehen Wissenschaftsvermittlung als Kompetenz der WissenschaftlerInnen an, die der Institution hilft in ihrer Außendarstellung, aber auch den WissenschaftlerInnen für ihr weiteres Berufsleben.

In forschungsgeleiteten Institutionen wird Wissenschaftsvermittlung weniger strategisch eingesetzt. Werden Aktivitäten in der Wissenschaftsvermittlung von Einzelnen oder einzelnen Instituten gesetzt, wird das von Seiten der Führungsebene oder auch der Science Community zumeist wohlwollend kommentiert. Für die Institution und die wissenschaftliche Karriere wird aber Wissenschaftsvermittlung nicht als vorteilhafte Kompetenz angesehen.

4.2 Organisation und institutionelle Verortung

Die GesprächspartnerInnen vor allem von forschungsorientierten Hochschulen nehmen viele **Bottom-Up-Initiativen** wahr, das heißt, dass Wissenschaftsvermittlung häufig **personenbezogen** erfolgt bzw. es fühlen sich engagierte Einzelpersonen angesprochen, Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten zu setzen. Auch wenn es „die üblichen Verdächtigen“ sind, seien generell viele Leute engagiert und das Interesse zur Teilnahme an Wissenschaftsvermittlung breit gestreut. Es gibt eine Menge unkoordinierter Kleininitiativen; nur große Events (beispielsweise die Lange Nacht der Forschung) werden meist zentral koordiniert.

Der Bottom Up-Ansatz besitzt laut InterviewpartnerInnen den Vorteil, dass Aktivitäten sehr authentisch und lebendig sind, was vom jeweiligen Zielpublikum auch bemerkt wird. Die direkte Ansprache des Zielpublikums funktioniert so besonders gut.

Als Nachteil wird genannt, dass das an Institutionen vorhandene Potential wenig strategisch genutzt wird und durch verstärkte Wertschätzung und Anreize wesentlich zielgerichteter für die eigene Institution eingesetzt werden könnte.

In der Vermittlung sind v.a. die **technischen Fachrichtungen** stärker involviert, u.a. weil diese Themen für eine breite Öffentlichkeit einfacher darstellbar seien und weil hier ein stärkerer Leidensdruck Richtung Studierendennachwuchs bestehe.

Die Frage, welche Hochschulen besonders im Bereich Wissenschaftsvermittlung engagiert sind, wird unterschiedlich beantwortet: Während einige meinen, dass „praktisch alle“ Hochschulen gleichermaßen beteiligt seien, nehmen andere „immer dieselben“ als besonders aktiv wahr. Insgesamt wird Österreich noch ein Aufholbedarf im Vergleich mit dem englischsprachigen Raum attestiert.

4.3 Persönlicher Zugang

Auf die Frage nach ihrer **eigenen Motivation** geben die befragten Personen, allesamt Schlüsselpersonen in der Wissenschaftsvermittlung an österreichischen Hochschulen, vorwiegend **persönliche und biografische Beweggründe** an¹⁰. So sind es einerseits Idealismus und soziales Verantwortungsgefühl, die für ein Engagement mit der Öffentlichkeit sorgen, andererseits auch das Gefühl, die Sinnhaftigkeit und Notwendigkeit von Forschung an sich thematisieren zu müssen.

4.4 Motivation und Anerkennung

Es gelingt in vielen Hochschulen, WissenschaftlerInnen für Wissenschaftsvermittlung zu gewinnen. Dabei werden unterschiedliche Erfolgsfaktoren genannt, auf jeden Fall ist eine entsprechende Anerkennung seitens der Verantwortlichen durchgehend hilfreich. Das kann ein Besuch einer Person der Führungsebene bei einer Veranstaltung sein, die Präsentation von kreativen Köpfen in internen Veröffentlichungen oder eine Vernetzung der aktiven Mitwirkenden bei einem jährlichen Get-together. Da Wissenschaftsvermittlung nicht als Kernaufgabe des regulären Arbeitsprofils gesehen wird, muss sie Freude machen und ihre Sinnhaftigkeit für die TeilnehmerInnen erkennbar sein.

Zusammenfassend werden von den InterviewpartnerInnen folgende **förderliche Faktoren für ein (längerfristiges) Engagement von ForscherInnen/AkteurInnen in Wissenschaftsvermittlung** und deren Etablierung genannt:

- Wissenschaftsvermittlung muss Spaß machen, und diese Erfahrung ist gerade beim Einstieg in die Vermittlungsarbeit sehr wichtig.
- ForscherInnen, die bereits an interaktiven Vermittlungsaktivitäten mitgewirkt und positive Erfahrungen gemacht haben, sind zentrale MultiplikatorInnen, um andere ebenfalls dafür zu gewinnen.
- Spannende, innovative und interaktive Formate der Wissenschaftsvermittlung können ein Incentive für das Engagement darstellen.
- Die Gewinnung arrivierter WissenschaftlerInnen für interaktive Wissenschaftsvermittlung hat Vorbildwirkung und wirkt motivierend auf andere.
- Die Aufforderung, sich im Bereich Wissenschaftsvermittlung zu engagieren, sollte weniger an konkrete Einzelpersonen, als vielmehr an ein Kollektiv (ein Institut, ein Departement etc.) gerichtet sein, sodass sich dort diejenigen finden können, die wirklich Interesse dafür haben.
- Im Sinne eines längerfristigen Engagements in der interaktiven Wissenschaftsvermittlung sollten bereits Studierende während des Studiums z. B. im Rahmen von konkreten Umsetzungsprojekten damit in Kontakt kommen und so erleben, dass Wissenschaftskommunikation Spaß macht und auch für die eigene Forschung bzw. Reflexion von Nutzen sein kann. Wichtig dabei ist, dass dies als Teil der Ausbildung im Curriculum verankert ist, dass das Fach jedoch ein Wahlpflichtfach ist, damit die Teilnahme vom persönlichen Interesse und der eigenen Begeisterungsfähigkeit getragen ist.

¹⁰ Im Rahmen der Studie wurde auf Gender-Ausgewogenheit bei den Befragten geachtet. Die langjährige Erfahrung der AutorInnen zeigt jedoch, dass Frauen in der Wissenschaftsvermittlung überrepräsentiert sind. Der Frage, ob eine Korrelation mit dem Stellenwert dieser Tätigkeiten besteht, konnte hier nicht nachgegangen werden.

4.5 Fort-, Aus- und Weiterbildung

Hinsichtlich der Fort-, Aus- und Weiterbildungen zu interaktiver Wissenschaftsvermittlung erwähnen die InterviewpartnerInnen, dass **diesbezügliche Angebote** an den Bildungseinrichtungen durchwegs **nicht etabliert** sind. Die Erfahrung bei einzelnen Angeboten dieser Art zeige, dass wenige Personen teilnehmen – und dann vor allem jene, die die Fortbildung nicht (mehr) nötig hätten. Persönliches Coaching wird vereinzelt angeboten. Erfahrungen zeigen aber, dass es oft unklar ist, was Seminare dieser Art bringen können, nach positiver Durchführung und durch Mundpropaganda steigt aber die Nachfrage.

Erwähnt wurde auch, dass Austauschmöglichkeiten mit anderen VermittlerInnen/ForscherInnen wichtig dafür sein können, dass auch nicht ganz so gelungene Erfahrungen im Rahmen von Vermittlungsprojekten oder -veranstaltungen Raum finden und bearbeitet werden können. Zielführend wäre die Etablierung einer „Community“ für gegenseitigen Austausch.

4.6 Forschung – Lehre – Wissenschaftsvermittlung

Schon in den Telefoninterviews wurde betont, dass hochwertige und innovative Forschung und Lehre einen lebendigen Kontakt nach außen benötigen und der Dialog mit der Öffentlichkeit daher **integraler Bestandteil von Forschung und Lehre** sei.

In den ausführlicheren Interviews wurden die Aussagen konkreter. Beispiele für den erfolgreichen Rückfluss von Wissenschaftsvermittlung auf die Forschung gäbe es v.a. in der geistes- und sozialwissenschaftlichen Forschung. Die Gesellschaft ist hier auch „Forschungsgegenstand“ und damit ist ein Kontakt mit einer Öffentlichkeit besser wissenschaftlich verwertbar. Aber auch in der technischen Forschung werden positive Beispiele genannt, v.a. wenn es um anwendungsorientierte Forschung geht. Aus dem Kontakt mit der Öffentlichkeit (z.B. bei einer Langen Nacht der Forschung) nähmen WissenschaftlerInnen relevante Fragen mit zurück an die Hochschule und ihre Forschung. Erwartungsgemäß wird beschrieben, dass der direkte Dialog mit der Öffentlichkeit über ein Forschungsthema dann einfacher und sinnvoller erachtet wird, wenn das Forschungsthema „begreifbar“ ist und sich ein konkreter Alltagsbezug herstellen lässt.

Hinsichtlich des **Rückflusses von Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten in die Lehre** lässt sich sagen, dass die InterviewpartnerInnen hier im Vergleich zur Forschung einen direkteren Zusammenhang sehen. Kinder als eine Zielgruppe der Wissenschaftsvermittlung seien eine ideale Trainingsgruppe, da sie z. B. sofort rückmelden, wenn die Aufbereitung der Inhalte nicht passt – sie werden unruhig, gähnen und die Aufmerksamkeit ist weg. Allerdings wird nicht von einem Rückfluss in strukturierter Form in die Lehre gesprochen.

5. Empfehlungen und Maßnahmen

Aus den Erhebungen, bestätigt durch die jahrelangen Erfahrungen des Vereins ScienceCenter-Netzwerk aus Gesprächen, Beobachtungen bei Events sowie Fortbildungsseminaren, lassen sich Empfehlungen und Maßnahmen für „Empowerment und Mobilisierung“ von AkteurInnen in der Wissenschaftsvermittlung ableiten (Abb. 2).

Um die zahlreichen positiven Erfahrungen und Einzelinitiativen zu bündeln, dem Bedarf nach einer nachhaltigen Professionalisierung und Diversifizierung der (interaktiven) Wissenschaftsvermittlung gerecht zu werden und dadurch im Sinne der Allianz für Responsible Science die Akteure, Institutionen und ganz wesentlich den qualitativ vollen Dialog mit der Gesellschaft zu stärken, wird eine **Institutionalisierung der Wissenschaftsvermittlung im österreichischen Hochschulsystem empfohlen**.

Im Folgenden werden dazu einzelne Empfehlungen und Maßnahmen auf vier Ebenen vorgeschlagen:

5.1 Gesellschaftliche Ebene

Wissenschaftsvermittlung sollte für Forschungs- und Ausbildungsinstitutionen neben Forschung und Lehre als gleichwertige **Kernaufgabe** gesehen werden, und sollte vermehrt einem **partizipativen Ansatz** und den **Zielen für Responsible Research and Innovation (RRI) bzw. Responsible Science**¹¹ folgen. Wissenschaftsvermittlung dient daher nicht der „Belehrung“ der Gesellschaft, sondern dem Dialog zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit bis hin zu einer Einbeziehung der Bevölkerung in Forschungsfragen (Stichwort: Citizen Science). Wissenschaftsvermittlung lebt durch die Vielfalt der Vermittlungsformate und -methoden und sollte offen bleiben für innovative Ansätze.

Folgende **Maßnahmen** könnten gesetzt werden:

- Verankerung von Wissenschaftsvermittlung als Teil der „Third Mission“ in den nationalen Forschungs- und Wissenschafts-Agenden. Verbindlichkeit für die einzelnen Forschungs- und Bildungsinstitutionen durch Festschreibung von dialogorientierter Wissenschaftsvermittlung in den Leistungsvereinbarungen
- Ausschreibung von Preisen für gute Wissenschaftsvermittlung in Forschungsinstitutionen, von Seiten des Wissenschaftsministeriums, der FFG, des FWFs oder privater Stiftungen
- Einbeziehen von good practice für gute Wissenschaftsvermittlung (z.B. über Preise, Poster, Präsentationen) auch bei hochkarätigen wissenschaftlichen Veranstaltungen (Kongressen, Symposien, etc.)
- Ausschreibung von Förderungen für wissenschaftliche Projekte unter Berücksichtigung der Wissenschaftsvermittlung als Bewertungskriterium
- Aktives Einbeziehen von Leistungen im Bereich Wissenschaftsvermittlung für die Karriere von WissenschaftlerInnen

¹¹ Siehe Österreichische Allianz für Responsible Science des BMWF (http://www.responsible-science.at)

5.2 Institutionelle Ebene

Wissenschaftsvermittlung sollte von Forschungs- und Ausbildungsinstitutionen als **wichtige Aufgabe gesehen werden**, die nicht nur von engagierten Einzelpersonen getragen wird, sondern **durch Institutionalisierung weiter professionalisiert** wird. Wissenschaftsvermittlung sollte als **Querschnittsmaterie** sowie als **sichtbares und wertgeschätztes Arbeits- und Leistungsfeld** von forschungs- und ausbildungsorientierten Einrichtungen anerkannt werden, sichtbar sowohl innerhalb als auch außerhalb der Institution, in der Öffentlichkeit als auch in der Scientific Community.

Dies kann durch folgende **Maßnahmen** erreicht werden:

- Einrichtung einer Kompetenzstelle für Wissenschaftsvermittlung innerhalb der Institution mit Aufgabenbereichen
 - Ansprechstelle und Unterstützung für MitarbeiterInnen der Einrichtung
 - Sichtbarkeit und Dokumentation der Aktivitäten im Bereich der Wissenschaftsvermittlung für die Öffentlichkeit (Website, social media) sowie in Jahres- und Leistungsberichten der Einrichtung
 - Austausch und Kooperation mit außeruniversitären Institutionen der Wissenschaftsvermittlung (Science Center, Museen, Nationalparks, etc.) sowie mit ähnlichen AkteurInnen anderer Universitäten / Fachhochschulen
 - Einbindung in den fachlichen Diskurs zum Thema Wissenschaftsvermittlung über Besuch einschlägiger Konferenzen, Abonnieren von Fachjournalen und -publikationen der Wissenschaftsvermittlung, Ausrichtung von hausinternen Veranstaltungen (Vorträge, Fortbildungen)
- Einbindung von ausgebildeten und engagierten MitarbeiterInnen auf allen Ebenen (akademisches Personal, MitarbeiterInnen von Fachabteilungen, Studierende) in Aktivitäten der Wissenschaftsvermittlung
- Professionelle Unterstützung der Wissenschaftsvermittlung an Fachinstituten durch Kompetenzstelle (bezüglich Management, Organisation und Durchführung von Aktivitäten), dennoch Erhaltung der Eigeninitiative für hohe Authentizität
- Festlegung von „Impact-Faktoren“ als Anerkennung und Vergleichbarkeit für den Wert der Wissenschaftskommunikation in der Institution, aber auch in der Scientific Community
- Interuniversitäre Vernetzung und Abstimmung bezüglich Aktivitäten und Lehrtätigkeiten zu Wissenschaftsvermittlung

Wie die Erhebung zeigt, bestehen Unterschiede im Verständnis von Wissenschaftsvermittlung zwischen **forschungsorientierten und ausbildungsorientierten Einrichtungen**. Beide könnten aber **im Bereich der Wissenschaftsvermittlung ihre Potentiale noch besser nützen**, indem sie voneinander lernen und sich miteinander abstimmen, um komplementäre Logiken und Schwerpunkte als Stärken zu nutzen.

In Universitäten und forschungsnahen Fachhochschulen sollte Wissenschaftsvermittlung, wie in Fachhochschulen schon selbstverständlich, als integraler Bestandteil der wissenschaftlichen Ausbildung und des Berufs eines/r WissenschaftlerIn angesehen werden. Folgende **Maßnahmen** werden vorgeschlagen:

Aus- und Fortbildung

- Grundlagen der Wissenschaftsvermittlung als verpflichtender Teil der Ausbildung von Studierenden
- Wissenschaftsvermittlung als Wahlfach, Vertiefungsmodul bzw. Studienfach, das mit allen anderen Fächern interagiert
- Regelmäßige attraktive Angebote für Fortbildungen von Forschenden im Bereich Wissenschaftsvermittlung
- Aus- und Fortbildung durch internes, spezialisiertes Personal bzw. externe ExpertInnen, die auch praktische Erfahrungen in Wissenschaftsvermittlung besitzen
- Vermittlung von Methodenvielfalt in der Dialog-orientierten Wissenschaftsvermittlung
- Nutzung der Methoden der interaktiven Wissenschaftsvermittlung auch in der Fachlehre

Einrichtungen, die verstärkt die Ausbildung und Bildung als Kernaufgabe sehen, sollten im Sinne von Responsible Research and Innovation (RRI) und, um langfristig auch glaubwürdig zu bleiben, ein breiteres Verständnis für Wissenschaftsvermittlung aufbauen und diese nicht vorwiegend als Recruiting- und Marketing-Maßnahme sehen, und damit auch verstärkt ihre Verpflichtungen gegenüber der Gesellschaft wahrnehmen. Folgende **Maßnahmen** könnten gesetzt werden:

- Zulassen von Bottom-Up Initiativen und kreativen Einzelinitiativen, die aus dem Marketing-Rahmen und der „corporate identity“ fallen
- Verbreiterung des Blickwinkels, weg von der Darstellung der eigenen Produkte, eigenen Excellence und der wirtschaftlichen Ausrichtung hin zu mehr gesellschaftlicher Verantwortung der Einrichtung
- Anerkennung der (zukünftigen) Studierenden nicht nur als „lukrative“ Zielgruppe sondern als Partner, die auch in die Wissenschaftsvermittlung einbezogen werden sollten und dadurch auch langfristig für die Institution und die Gesellschaft einen Mehrwert darstellen

5.3 Individuelle Ebene

Laut der Studie und den InterviewpartnerInnen wird **Wissenschaftsvermittlung oft von sehr engagierten Personen durchgeführt**, die eine wissenschaftliche Ausbildung besitzen, aber auch öfters nicht mehr unmittelbar in der Forschung tätig sind. Sie bringen sehr viel Freude und Begeisterung für ihr Fach und für die Vermittlung mit, engagieren sich aus persönlichem Idealismus und/oder persönlichen Erfahrungen und wollen zwischen verschiedenen „Welten“ vermitteln. Sie sehen sich aber nicht immer „wertgeschätzt“ und manchmal auch als „Einzelkämpfer“. Um das „Ausbrennen“ von engagierten MitarbeiterInnen zu verhindern, wird empfohlen, Wissenschaftsvermittlung auf die institutionelle Ebene zu heben, und somit das Engagement und die Kreativität der Einzelnen zu unterstützen und Kompetenzen und Erfahrungen auch nachhaltig für die Institution zu sichern. Folgende **Maßnahmen** werden empfohlen:

- Erarbeitung von klaren Kriterien für gute Wissenschaftsvermittlung an den Institutionen, die für Transparenz und Qualitätssicherung sorgen

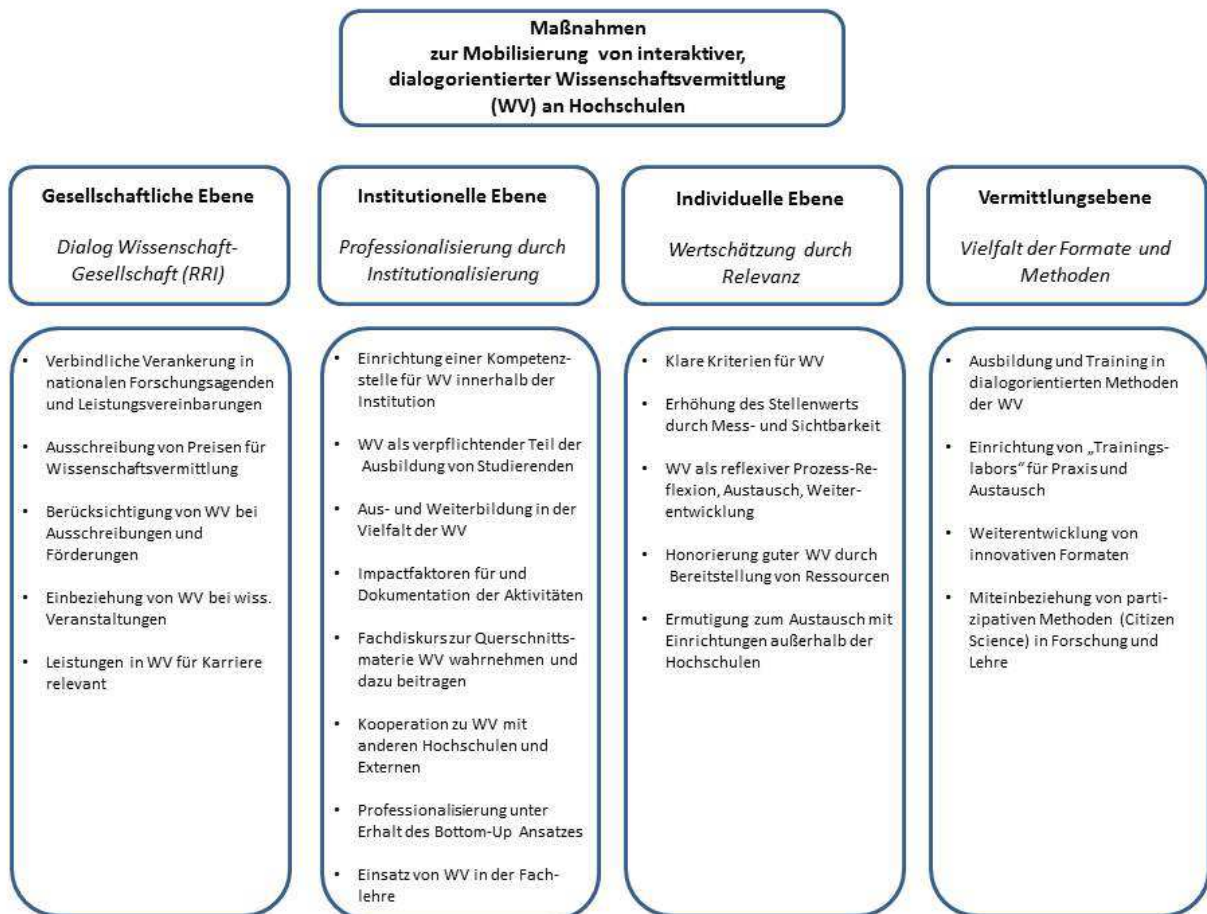
- Erhöhung des Stellenwerts der Wissenschaftsvermittlung an der Institution und für den/die einzelne(n) WissenschaftsvermittlerIn durch Mess- und Sichtbarkeit von guter Wissenschaftsvermittlung
- Honorierung „guter“ Wissenschaftsvermittlungsaktivitäten durch Präsenz der Leitungsebene bei Aktivitäten bzw. zur Verfügung stellen von Ressourcen
- Schaffung von Möglichkeiten für Reflexion, Austausch und Weiterentwicklung von Wissenschaftsvermittlung, damit sie zu einem reflexiven und vernetzten Prozess wird
- Ermutigung zur Kooperation mit außeruniversitären Einrichtungen, die in der Wissenschaftsvermittlung tätig sind

5.4 Vermittlungsebene

Erfolgreiche Wissenschaftsvermittlung sollte immer im **wechselseitigen Dialog** mit der Zielgruppe/ der Gesellschaft stehen und Expertentum auf beiden Seiten anerkennen und wertschätzen. Weiters braucht man eine **gute Ausbildung** und fundierte Kenntnisse der Methodenvielfalt, aber auch **viel Übung**, um zu wissen, welche Methoden und Settings für die jeweilige Zielgruppen, seien es Studierende, Schüler, Erwachsene oder Kinder, oder Formate passen, damit die Inhalte auch von den EmpfängerInnen als relevant wahrgenommen werden. Zudem erfordert echter Dialog die Bereitschaft zuzuhören und auf das Gegenüber einzugehen. Folgende **Maßnahmen** können gesetzt werden:

- Ausbildung / Trainings der WissenschaftlerInnen in dialogorientierten Methoden der Wissenschaftsvermittlung durch professionelle WissenschaftsvermittlerInnen
- Einrichtung von „Trainingslabors“ für WissenschaftlerInnen, in denen Vielfalt von Vermittlungsformate und -methoden ausprobiert werden kann und Austausch gepflegt wird
- Weiterentwicklung der Vermittlungsformate und -methoden und Aufnahme von innovativen neuen Ansätzen
- Miteinbeziehung von partizipativen Ansätzen („Citizen Science“) in Forschung und Lehre

Abb. 2: Abbildung der vorgeschlagenen Maßnahmen.



6 Beispiele für Anreize für Wissenschaftsvermittlung

6.1 Förderungen, die Wissenschaftsvermittlung als Schwerpunkt haben

Projekte:

- **Young Science Zentrum: Sparkling Science:** Einbeziehung von SchülerInnen in die Wissenschaft
- **EU-Projekte:**
 - *Horizont 2020* – Dissemination Teil: Kommunikationsverpflichtungen für EU-geförderte Projekte. Kommunikationsaspekte sind eine wesentliche Voraussetzung für die Beantragung und Bewilligung von Drittmitteln in Forschungsvorhaben. So besteht bei Horizont 2020 geförderten Projekten die Verpflichtung zur strategischen und effektiven Kommunikation gegenüber den Medien und der Öffentlichkeit. Gleichzeitig sind die Zuwendungsempfänger verpflichtet, ihre Ergebnisse zu verbreiten (Dissemination) und freien Zugang zu gewähren (Open Access). Werden diese Kommunikationsverpflichtungen bereits im Antrag nicht berücksichtigt, hat ein Forschungsprojekt schlechtere Chancen Drittmittel zu erhalten und kann unter Umständen nicht realisiert werden.
 - *Science with and for Society:* eigene Programmlinie innerhalb Horizont 2020
- **FFG-Projekte: Junge Talente-Praktikumsbörse:** Möglichkeit für SchülerInnen, in den Sommerferien ein bezahltes Feriapraktikum bei Forschungseinrichtungen zu machen
- **FWF: Förderinitiative Top Citizen Science**
(<https://www.fwf.ac.at/de/forschungsfoerderung/fwf-programme/foerderinitiative-top-citizen-science/>): Der FWF und der OeAD schreiben in Absprache mit dem BMWFV zum zweiten Mal gemeinsam eine Förderinitiative „Top Citizen Science“ (in Folge TCS) im Umfang von insgesamt 500.000 € aus. Finanziert werden Erweiterungsprojekte zum Ausbau von inhaltlich und methodisch geeigneten, geförderten FWF- oder OeAD-Sparkling Science-Projekten um Citizen Science-Komponenten.
- **FWF: Wissenschaftskommunikations-Programm (WissKomm);** Zielgruppe: WissenschaftlerInnen aller Fachdisziplinen in Österreich, die vom FWF gefördert werden bzw. deren Förderung nicht länger als drei Jahre zurück liegt; bis zu 50.000 Euro Förderung für 12 Monate, eine Ausschreibung pro Jahr; Wecken von Verständnis für Forschung,

Preise:

- **WissenschaftlerIn des Jahres in Österreich:** Der österreichische WissenschaftlerIn des Jahres wird in Österreich seit 1994 jährlich vom dortigen Klub der Bildungs- und Wissenschaftsjournalisten an Forscherinnen und Forscher verliehen, die sich „besonders um die leicht verständliche Vermittlung ihrer Arbeit verdient gemacht und damit auch das Image der österreichischen Forschung in der breiten Öffentlichkeit gehoben haben“.
- **Wissenschaftskommunikationspreis der HTW Berlin:** Der Preis würdigt ProfessorInnen denen es gelungen ist, sich bzw. die Hochschule mit einem wissenschaftlichen Thema zu profilieren und dadurch positive Aufmerksamkeit für die HTW Berlin zu generieren.

- **Fraunhofer Institut für Umwelt, Sicherheit und Energietechnik:** UMSICHT-Wissenschaftspreis: Der vom UMSICHT-Förderverein ausgeschriebene UMSICHT-Wissenschaftspreis zeichnet 2017 zum achten Mal Menschen aus, die mit ihrer Arbeit in herausragender Weise den Dialog von Wissenschaft und Gesellschaft unterstützen. Der Preis wird in den Kategorien Wissenschaft und Journalismus verliehen und ist mit insgesamt 12 000 Euro dotiert.

Wettbewerbe:

- **Science Slam:** in Österreich, in Europa
- **Wissenschaft im Dialog:** Web-Video Wettbewerb, Super Fast – Und Cut – 48 Stunden Wissenschaft

Publikationen im Bereich Science Communication:

- Journal of Science Communication - <https://jcom.sissa.it/>
- Science Communication: Linking theory and practice, Sage-Journal

6.2 Förderungen, die Forschungsförderung als Schwerpunkt haben, in denen aber Wissenschaftsvermittlung ein Bewertungskriterium sein könnte

- EU-Grants und Stipendien: European Research Council funded research (Eccite 2017 - Stand in Porto)
- START-Preis
- Wittgenstein-Preis
- ÖAW-Stipendien: DOC, APART, etc.