

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

BMWFW-37.680/0001-WF/V/4b/2015

Kurzbericht und Empfehlungen

Silvia Prock, Sarah Funk und Barbara Streicher

Juli 2017

Gefördert durch das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Inhalt

1	Abstract	1
2	Zielsetzung	1
3	Begriffsdefinitionen	2
4	Ergebnisse	3
	4.1 Warum Wissenschaftsvermittlung	3
	4.2 Organisation und institutionelle Verortung	4
	4.3 Persönlicher Zugang	5
	4.4 Motivation und Anerkennung	5
	4.5 Fort-, Aus- und Weiterbildung.....	6
	4.6 Forschung – Lehre – Wissenschaftsvermittlung.....	6
5	Empfehlungen und Maßnahmen	7
	5.1 Gesellschaftliche Ebene.....	7
	5.2 Institutionelle Ebene	8
	5.3 Individuelle Ebene	9
	5.4 Vermittlungsebene.....	10

1 Abstract

Welchen Stellenwert hat (interaktive) Wissenschaftsvermittlung an österreichischen Universitäten und Fachhochschulen, wer ist damit befasst und welche Erfolgsfaktoren lassen sich erkennen? Diese Fragen untersuchte der Verein ScienceCenter-Netzwerk im Rahmen eines BMWFW-geförderten Projekts mittels Telefon-Kurzinterviews und leitfadengestützten Intensivinterviews mit Schlüsselpersonen der Wissenschaftskommunikation an österreichischen Forschungseinrichtungen.

Fast alle Hochschulen engagieren sich im Rahmen der „3rd Mission“ mittlerweile mit einer Bandbreite an Formaten für verschiedene Zielgruppen, sie unterscheiden sich jedoch in Motivation und Zugängen: In Einrichtungen, die vorrangig Wissenschaft und Forschung als ihre Kernaufgabe verstehen, wird Wissenschaftsvermittlung eher als soziale und politische Verpflichtung und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft angesehen, meist in einem Bottom-Up-Prozess von engagierten Einzelpersonen oder Instituten ausgeführt, weniger strategisch eingesetzt und für die Institution und wissenschaftliche Karriere nicht als vorteilhafte Kompetenz hervorgehoben. Einrichtungen, die verstärkt die Ausbildung und Bildung als ihre Kernaufgabe sehen, setzen Wissenschaftsvermittlung wesentlich strategischer meist als Top-Down-Prozess ein, um vor allem die richtigen Studierenden anzusprechen und auf ihre Produkte hinzuweisen. Dadurch wird Wissenschaftsvermittlung als PR-Maßnahme gesehen, die der Institution in ihrer Außendarstellung hilft, aber auch den WissenschaftlerInnen als Kompetenz für ihr weiteres Berufsleben nutzt.

Obwohl Wissenschaftsvermittlung von Hochschulen mittlerweile aktiv wahrgenommen wird, scheint ihre Rolle noch getrennt von deren Kernaufgaben. So ist ein direktes Einwirken von Wissenschaftsvermittlung auf Forschung und Lehre bzw. Synergien durch Einbindung der Öffentlichkeit (im Sinne von Citizen Science) noch kaum feststellbar. Zudem sind es vorwiegend persönliche Beweggründe, die zu einem Engagement in Wissenschaftsvermittlung führen, nicht aber ein durch Aus-, Fortbildung und Anerkennung geprägtes Bild derartiger Tätigkeiten.

Daher wird eine **Institutionalisierung der Wissenschaftsvermittlung an den Hochschulen empfohlen**, um die vielen Erfahrungen und Einzelinitiativen zu bündeln und um für eine nachhaltige Professionalisierung und Diversifizierung der (interaktiven) Wissenschaftsvermittlung zu sorgen und dadurch im Sinne der Allianz für Responsible Science die Akteure, Institutionen und ganz wesentlich den Dialog mit der Gesellschaft zu stärken.

2 Zielsetzung

In diesem Kurzbericht werden die wichtigsten Ergebnisse der Studie „Erfolgsfaktoren für Empowerment und Mobilisierung von WissenschaftlerInnen hinsichtlich (interaktiver) Wissenschaftsvermittlung“ präsentiert und allgemeine Empfehlungen und Maßnahmen für erfolgreiche Wissenschaftsvermittlung abgeleitet. Die Studie beschäftigt sich mit dem **Stellenwert der Wissenschaftsvermittlung an den österreichischen Hochschulen** und wurde vom Verein ScienceCenter-Netzwerk im Auftrag des BMWFW durchgeführt; die Langfassung ist auf der Website abrufbar.

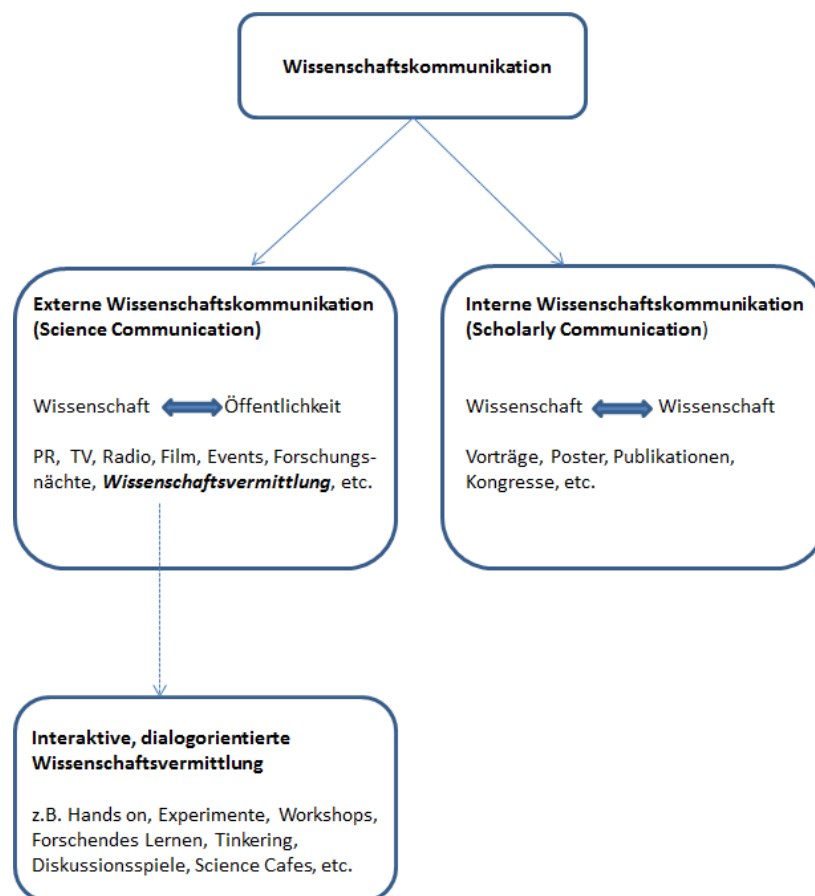
Die Studie gliedert sich in zwei Teile: Im ersten Teil erfolgte eine Auswertung telefonischer Kurzinterviews von 24 für Wissenschaftsvermittlung zuständigen Personen in Universitäten und

Fachhochschulen aus ganz Österreich, die im September 2016 durchgeführt wurden. Darauf aufbauend wurden für den zweiten Teil der Studie elf zentrale AkteurInnen der Wissenschaftsvermittlung von November 2016 bis März 2017 in leitfadengestützten Interviews intensiver und tiefergehend zu ihren Erfahrungen im Bereich Wissenschaftsvermittlung befragt. Die intensiv befragten Personen haben meist eine wissenschaftliche Ausbildung, sie sind aber vorrangig in der Wissenschaftsvermittlung bzw. deren Organisation und nicht mehr in der Wissenschaft und Forschung tätig.

3 Begriffsdefinitionen

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“¹.

Abb. 1: Definition Wissenschaftskommunikation² und Wissenschaftsvermittlung.



¹ 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.

² Hagenhoff, S., Seidenfaden, L., Ortelbach, B. und Schumann, M. (2007): Neue Formen der Wissenschaftskommunikation. Eine Fallstudienuntersuchung. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.

4 Ergebnisse

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 eigene für Wissenschaftsvermittlung zuständigen Abteilungen.	Verstärkte Verknüpfung mit PR- und Marketing-Aufgaben.
Vermehrter Versuch, nicht nur vorrangig Kinder mit interaktiven Formaten anzusprechen, sondern stärker auch mit Erwachsenen in einen Dialog zu treten.	Kinder als zukünftige NachwuchswissenschaftlerInnen bzw. 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** an³. 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

³ 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.

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.

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 benötige 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 qualitativvollen 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 Science⁴** 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

⁴ Siehe Österreichische Allianz für Responsible Science des BMWFW (<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 dialogorientierten 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.

