

5. Forum Wissenschaftskommunikation 2012

03.12. bis 05.12.2012

BÖRSE DRESDEN – Das Tagungszentrum der MESSE DRESDEN

Mehr Marketing? *Strategien für eine wirksame Wissenschaftskommunikation*

– Abstracts –

Montag

SATELLITENPROGRAMM 1

10.30-12.30 Uhr

Max-Planck-Institut für Molekulare Zellbiologie und Genetik

Neon-rote Zebrafische, tiefblaue Aquarien. Winzige Würmer, die unter einer Mikroskoplinse umherkriechen. Und vom Dach aus ein berauschend schöner Blick auf die Schlösser entlang der Elbe. Schauen Sie während einer Tour durch die Labore des MPI-CBG und hinter die Kulissen moderner Forschung. 400 Menschen aus 45 Ländern arbeiten hier zusammen, in einem futuristischen Gebäude, das Kommunikation und Austausch fördert. Erkunden Sie das Institut, das 2009 zum weltweit besten Arbeitsplatz gekürt wurde.

Maximale Teilnehmerzahl: 30

Treffpunkt:

10.30 Uhr an der Information des MPI

Max-Planck-Institut für Molekulare Zellbiologie und Genetik

Pfotenhauerstrasse 108

01307 Dresden

<http://www.mpi-cbg.de/de>

SATELLITENPROGRAMM 2

10.30-12.30 Uhr

Leibniz-Institut für Festkörper- und Werkstoffforschung Dresden

Was ist SupraTrans? SupraTrans ist ein innovatives Transportkonzept, das auf dem stabilen Schweben eines Supraleiters über einem magnetischen Fahrweg beruht. Das Leibniz-Institut für Festkörper- und Werkstoffforschung Dresden betreibt die Fahrversuchsanlage SupraTrans zur Erprobung dieses Schwebesystems unter praxisnahen Betriebsbedingungen. Sie besteht aus einem 80 m langen ovalen Rundkurs, auf dem ein Fahrzeug für zwei Passagiere schwebt. Nach einem Vortrag und einer Gesprächsrunde über die Wirkungsweise der Supraleiter und über das Schweben mit Supraleitern geht es von der Theorie in die Praxis: Jeder Teilnehmer ist zum Schweben mit dem SupraTrans-Fahrzeug eingeladen. Maximale Teilnehmerzahl: 30

Treffpunkt:

10.15 Uhr am Eingang der Versuchshalle

IFW Dresden

Forschungsstandort SupraTrans

Sachs.ona Geschäftspark, Halle 116

Straße des 17.Jui 5

01257 Dresden-Niedersedlitz

<http://www.supratrans.de>

SATELLITENPROGRAMM 3

10.30-12.30 Uhr

Deutsches Hygiene-Museum

Dieses Museum ist eine interdisziplinäre Kultur- und Wissenschafts-ein-ri- ch- tung. Im Mittelpunkt seiner populärwissenschaftlichen Dauerausstellung „Abenteuer Mensch“ steht die Vermittlung von Kenntnissen über den menschlichen Körper. Die international beachteten Sonderausstellungen des Museums beschäftigen sich dagegen mit aktuellen Fragestellungen aus Wissenschaft und Gesellschaft, Kunst und Kultur. Lernen Sie bei einer einführenden Präsentation die Geschichte und das gegenwärtige Profil des Museums kennen. Bei der anschließenden Führung stellen wir Ihnen die Dauerausstellung vor und zeigen Ihnen anhand der Sonderausstellung „Die Leidenschaften. Ein Drama in fünf Akten“ ein Beispiel unserer kuratorischen und szenografischen Praxis. In einer abschließenden Runde können Sie mit einigen unserer Mitarbeiter in Gespräch kommen.

Maximale Teilnehmerzahl: 30

Treffpunkt:

10.30 an der Kasse in der Empfangshalle

Deutsches Hygiene-Museum

Lingnerplatz 1

01069 Dresden

www.dhmd.de

ANMELDUNG

ab 14.00 Uhr

Anmeldung und Begrüßungskaffee

BEGRÜSSUNG

14.45 Uhr

Begrüßung durch Markus Weißkopf, Geschäftsführer Wissenschaft im Dialog
Grußwort von Dirk Hilbert, 1. Bürgermeister der Landeshauptstadt Dresden

ERÖFFNUNGSVORTRAG

15.00-16.00 Uhr

Mehr Marketing? – Strategien für eine wirksame Wissenschaftskommunikation

Referent: Dr. Dr. Mark Benecke, Kriminalbiologe

PAUSE

16.00-16.30 Uhr

Pause mit Networking: Speed-Dating

PLENARVORTRÄGE

16.30-18.45 Uhr

Einführungsvorträge zu den drei Schwerpunktthemen mit anschließender Diskussion

Moderation: Markus Weißkopf, Wissenschaft im Dialog

PLENARVORTRAG 1

16.30-17.15 Uhr

Strategie und Marketing in der Wissenschaftskommunikation

Referentin: Dr. Elisabeth Hoffmann, TU Braunschweig, Stabstelle Presse und Kommunikation/Bundesverband Hochschulkommunikation

PLENARVORTRAG 2

17.15-18.00 Uhr

Digital oder Analog – neue Formate in der Wissenschaftskommunikation

Referent: Prof. Dietram A. Scheufele, University of Wisconsin-Madison/DAAD-Gastprofessor TU Dresden, Institut für Kommunikationswissenschaft

PLENARVORTRAG 3

18.00-18.45 Uhr

Vernetzung und Kooperationen in der Wissenschaftskommunikation

Referent: Prof. Dr. Johannes Vogel, Generaldirektor Museum für Naturkunde Berlin – Leibniz-Institut für Evolutions- und Biodiversitätsforschung

ABENDPROGRAMM

ab 19.00 Uhr

Transfer ins Albertinum der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden

ab 19.30 Uhr

Empfang auf Einladung der Dresden Marketing GmbH im Albertinum in Kooperation mit den Staatlichen Kunstsammlungen Dresden

Begrüßung:

Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin Dresden Marketing GmbH

Dr. Hartwig Fischer, Generaldirektor der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden

Dienstag

PLENARVORTRÄGE 09.00-10.30 Uhr

Moderation: Gisela Lerch, Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften

PLENARVORTRAG 1 09.00-09.30 Uhr

„Keine Angst vor Marketing. Was zählt sind die Strategien und die Menschen dahinter.“ Marketing als Prozessmanagement zu einer differenzierten Hochschulkommunikation am Beispiel einer privaten Fachhochschule

Referentin: Dr. Helga Huskamp, Anna Woll, MHMK – Macromediaschule für Medien und Kommunikation

„Keine Angst vor Marketing. Was zählt sind die Strategien und die Menschen dahinter.“ Marketing ist als eine Art Heilsversprechen für den Erfolg von Hochschulen, Wissenschafts- und Kulturinstitutionen in aller Munde. Der Beitrag gibt ein vertiefendes Grundverständnis zum Marketing, erklärt in welchen Bezügen es zu Marke, Werbung sowie PR steht und wie Hochschulmarketing und Wissenschaftskommunikation zu unterscheiden sind.

PLENARVORTRAG 2 09.30-10.00 Uhr

Forschungskommunikation im Industrieunternehmen

Referentin: Julia Duwe, Festo AG & Co. KG

Forschungskommunikation im Industrieunternehmen – was unterscheidet sie von der Kommunikation einer Hochschule oder eines Forschungsinstituts? Wo liegt der gemeinsame Nenner? Auch in einem Industrieunternehmen bewegt sich Kommunikation für Forschung und Wissenschaft zwischen gesellschaftlichem Auftrag und Positionierung im Wettbewerb. Wie ein technologiegetriebenes Unternehmen beides vereinbaren kann, stellt der Vortrag am Beispiel des weltweiten Anbieters von Automatisierungstechnik Festo vor.

PLENARVORTRAG 3

10.00-10.30 Uhr

Netzwerk Teilchenwelt – Potential und Herausforderung vernetzter Wissenschaftskommunikation in der (Astro-)Teilchenphysik

Referentin: Anne Glück M.A., TU Dresden Institut für Kern- und Teilchenphysik

Urknall, Antimaterie und kosmische Teilchen – wer im „Netzwerk Teilchenwelt“ aktiv ist, weiß Bescheid. 24 Forschungsinstitute, 100 Wissenschaftler und CERN (Genf) machen Grundlagenforschung in der (Astro-)Teilchenphysik für Jugendliche und Lehrkräfte bundesweit erlebbar. Fast alle deutschen Institute der (Astro-)Teilchenphysik haben sich unter einem Dach auf den Weg gemacht, ihre Forschung flächendeckend und ganzjährig zu vermitteln. Eine Blaupause für andere Fachbereiche?

PAUSE

10.30-11.00 Uhr

PARALLELE SESSIONS/WORKSHOPS

11.00-12.30 Uhr

Workshop: Strategie und Marketing in der Wissenschaftskommunikation. Perspektiven der Biotechnologie-Kommunikation

Moderation: Dr. Marc-Denis Weitze, acatech - Deutsche Akademie der Technikwissenschaften

Kontroversen um Biotechnologie und Analysen dieser Kontroversen gibt es seit der Etablierung dieses Wissenschaftsfeldes. Auf der Basis der Kontroversen und Kommunikationsmaßnahmen zur Grünen Gentechnik und anderen Feldern der Biotechnologie hat acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften Empfehlungen zu künftigen Herangehensweisen der Biotechnologie-Kommunikation erarbeitet. Die Projektergebnisse sollen hier mit Praktikern diskutiert und konkretisiert werden.

Kurzvorstellung Projektergebnisse und Repliken

Prof. Dr. Alfred Pühler, Universität Bielefeld, Center for Biotechnology – CeBiTec und acatech

Dr. Steffi Ober, NABU – Naturschutzbund Deutschland e.V.

Dr. Helge Torgersen, Österreichische Akademie der Wissenschaften, Institut für Technikfolgen-Abschätzung

Dr. Kathrin Rübberdt, DECHEMA e.V.

Session: Digital oder Analog? – Neue Formate in der Wissenschaftskommunikation. Neue Formate Digital und Analog

Moderation: Hella Grenzebach, Wissenschaft im Dialog

Quizshow, Puppentheater oder Online-Spiele: Konzepte und Erfahrungen mit unterschiedlichen Formaten in der Wissenschaftskommunikation

Oliver Gies, mgp ErlebnisRaumDesign

Und das Rad muss immer wieder neu erfunden werden! Erfolgreiche Wissenschaftskommunikation braucht immer wieder neue Ansätze und Ideen – denn sonst herrscht die große Öde. Es werden einige ungewöhnliche Ansätze aus verschiedenen Ausstellungsprojekten vorgestellt, analoge und digitale, emotionale und sachorientierte, und von Erfahrungen und Fehlern berichtet. Nicht zum Nachbauen, sondern zum Diskutieren, Inspirieren und Bessermachen.

Science-Fiction Prototypen als Tool in der Wissenschaftskommunikation

Helge Fischer M.A., Bold Futures Gbr

Science-Fiction Prototypen sind spekulative, aber grundsätzlich technisch und ökonomisch in der Zukunft realisierbare Produkte und Dienstleistungen, die mittels Interaktionen, Objekten, Modellen, Filmen oder Visualisierungen simuliert und kommuniziert werden. Diese Artefakte „aus der Zukunft“ machen plausible Zukünfte greif- und debattierbar. Kann spekulatives Design einen weniger bildungsorientierten, dafür jedoch stärker dialogischen Ansatz in der Wissenschaftskommunikation darstellen?

Die multimediale Dokumentation – Wissenschaftskommunikation „grenzenlos“

Dr. Constanze Langner, Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung UFZ

Multimediale Dokumentationen bieten wissenschaftlichen Einrichtungen die Möglichkeit, komplexe Themenfelder anhand verschiedener Materialien wie Fotoreportagefilmen, Bildergalerien, Interviews, Informationsgrafik und Animationen sowie Informationstexte publikumsgerecht zu präsentieren. Die Basis dafür bilden Medienwebseiten, auf denen sich diese Inhalte versammeln und durch die „spielerisch“ gestöbert werden kann. Prägenden Bestandteil bilden stark fotografisch erzählerische Reportagefilme. Der Beitrag wurde gemeinsam mit Daniel Nauck vom Produktionsstudio 2470media erstellt.

Interaktive Exponate in der Wissenschaftskommunikation

Claudia Schleyer, Creative Consultant für Interaktive Exponate

Seit Jahren werden in der Wissenschaftskommunikation verstärkt interaktive Exponate eingesetzt. Was ist der Vorteil dieses Formats und was sollte beachtet werden, damit der Besucher nicht nur Erlebnisse, sondern auch Inhalte mitnimmt? Anhand von Praxisbeispielen in Ausstellungen und Science Centern zeigt dieser Vortrag nicht nur, wie aus Besuchern neugierige „Forscher“ werden können, sondern auch, was sie achtlos weitergehen lässt.

Session: Vernetzungen und Kooperationen in der Wissenschaftskommunikation. Wissenschaft trifft Schule

Moderation: Achim Englert, Phänomenta Flensburg

„Zukunftsportal: ANTIKE“ – Schule und Spitzenforschung vernetzt

Dr. Sabine Cofalla, i.A. der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften und des Exzellenzclusters TOPOI

Sieben Schulen, das Exzellenzcluster TOPOI und die Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften in Kooperation – das war das Setting für das innovative „Zukunftsportal: ANTIKE“, finanziert von der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Wissenschaft. Das „Zukunftsportal: ANTIKE“ erzielte als außergewöhnliches Projekt an der Schnittstelle von Schule und Wissenschaft große Medienresonanz. Der Vortrag vermittelt die besonderen Chancen, sowie Herausforderungen eines solchen Vorhabens.

„Wie Elemente sich verbinden“ – Projektidee und Hintergrund

Doris Oser, Landeshauptstadt Dresden, GB Wirtschaft

Mit dem Projekt „Wie Elemente sich verbinden“ der Landeshauptstadt Dresden übernehmen die Mitglieder des Netzwerks „Dresden – Stadt der Wissenschaften“ Verantwortung für die kommunale Bildungslandschaft. Die Ziele sind: Qualifizierung des Veranstaltungsformats „Juniordoktor“, Evaluation und Monitoring wissenschaftsnaher Bildungsangebote, Einbindung des bürgerschaftlichen Engagements für Bildung und Wissenschaft sowie Unterstützung des Dresdner Umlandes mit Expertise und Kontakten.

Gemeinsam Forschen – Die (Un)Möglichkeiten naturwissenschaftlicher Forschung in einem Schul-Seminar

Eva Eismann, Rudolf-Virchow-Zentrum, Würzburg

Kann man Forschungsalltag an der Schule vermitteln? Mit seinen W-Seminaren hofft das Bayerische Kultusministerium darauf. Und das Rudolf-Virchow-Zentrum hilft seinen Partnern in den Gymnasien bei der Umsetzung, damit sie nicht nur Literaturarbeit anbieten müssen. Denn unserer Ansicht nach gehören zur naturwissenschaftlichen Forschung immer auch Experimente – und zwar mit aktuellen Methoden. Das Ziel der W-Seminare wird durch diese Zusammenarbeit deutlich besser erreicht. Aber zu welchem Preis?

Nachhaltigkeit von Wissenschaftskommunikation für Kinder am Beispiel Kinderuniversitäten

Pia Schreiber, Hochschule Bremen, Fakultät Gesellschaftswissenschaften

Es finden sich viele gute Gründe, um Kinderuniversitäten als sehr erfolgreich zu bezeichnen. Doch wie bemisst sich der Erfolg? Am Zuspruch der Massen und damit in einer erfolgreichen PR-Strategie? Oder doch in einer nachhaltigen Vermittlung von Inhalten? Pia Schreiber hat die Wissenschaftskommunikation für Kinder systemtheoretisch betrachtet und empirisch analysiert. Die Ergebnisse ihres Feldversuchs und diverser Befragungen stellt sie in ihrem Vortrag vor.

MITTAGSPAUSE
12.30-13.30 Uhr

PARALLELE PANORAMAVORTRÄGE
13.30-14.30 Uhr

Parallele Panoramavorträge Block 1: Strategie und Marketing

Moderation: Dr. Susanne Kiewitz, Max-Planck-Gesellschaft

Science Touring: Wissenschaftliches Reisen als Kommunikationsinstrument

Referent: Dr. Friedrich Frischknecht, Yeliz Sacher, Science Touring/Universität Heidelberg

Wissenschaft und Tourismus sind ökonomisch wichtige und nachhaltige Wirtschaftsfaktoren Deutschlands. Science Touring verknüpft auf einzigartige Weise beide Branchen, indem es Forschungseinrichtungen gezielt mit wissenschaftlich interessierten Einzelpersonen, Gruppen und Industriepartnern über eine Service-Plattform zusammenbringt und individuell abgestimmte Programme organisiert. Konkrete Beispiele werden in der Präsentation vorgestellt.

Zielgruppenkommunikation online am Beispiel des idw

Referent: Dr. Bernd Rasche, idw – Informationsdienst Wissenschaft

Erörtert wird, wie unterschiedliche Zielgruppen in der Wissenschaftslandschaft erreicht werden können. Fragestellungen im Rahmen von Vernetzung sind z. B.: Welche Faktoren und Bedingungen müssen mit Blick auf einzelne Zielgruppen und deren Bedürfnisse berücksichtigt werden? Wie müssen Informationen gestaltet/formuliert werden? Welche Kanäle, Hilfen und Anregungen bietet der idw als langjähriger Vermittler von Wissenschaftsnachrichten mit seinem Portal für die Zielgruppenkommunikation?

„ALDEBARAN: Mee(h)r erleben: 20 Jahre Meeres- und Klimaforschung hautnah!“

Referent: Frank Schweikert, ALDEBARAN Marine Research & Broadcast

Seit 1992 arbeitet ALDEBARAN als Crossmedia Organisation und mit dem gleichnamigen Forschungs- und Medienschiff auf Land und zu Wasser. Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Medien sind an Bord der ALDEBARAN seit 1992 mehr als 1000 Radiobeiträge und Reportagen und mehr als 600 Fernsehbeiträge in Kooperation mit unterschiedlichsten Medienpartnern gesendet worden. Lernen Sie die Arbeit von ALDEBARAN in einem Kurzvortrag und in persönlichen Gesprächen mit dem Initiator Frank Schweikert kennen!

Wie man Dornröschen wach küsst – Strategien zur Markenbildung eines Forschungsmuseums

Referentin: Dr. Daniela Holst, Monrepos Archäologisches Forschungszentrum und Museum für menschliche Verhaltensevolution

Der Vortrag erläutert die Markenbildungsstrategie eines archäologischen Forschungsmuseums zur frühesten Menschheitsgeschichte. Kern des von den Wissenschaftlern entwickelten Konzepts ist die Philosophie, dass Forschung und ihre Vermittlung untrennbar miteinander verbunden sind. Die Wirkung und Qualität von Wissenschaftskommunikation messen wir v. a. am Rückfluss des gesellschaftspolitischen Diskurses in die Forschung: Wissenschaftskommunikation ist dann gut, wenn sie die Forschung voranbringt!

Wissensbasierte Stadtentwicklung – Wer hat welchen Hut auf?

Referentin: Dr. Iris Kläßen, Wissenschaftsmanagement Lübeck

Was muss passieren, damit Städte, Länder und der Bund gemeinsam für Bedingungen sorgen, die die Wettbewerbsfähigkeit der Wissenschaftsstandorte im internationalen Vergleich sicherstellen? Im Kurzvortrag wird versucht, den Istzustand zu beschreiben und Szenarien zu entwerfen, die eine Strategie für Wissenschaftsstandorte unter Einbezug der Städte, der Länder und des Bundes denkbar macht. Es werden Ideen vorgestellt, wie die Städte stadtentwicklungspolitisch und städtebaulich Wissensmilieus fördern können. Wie sieht die wissensbasierte Stadt aus?

Parallele Panoramavorträge Block 2: Digital oder Analog

Moderation: Katja Machill, Wissenschaft im Dialog

Wissenschaftskommunikation 2.0 – Welche Anforderungen stellen sich an Akteure und Infrastruktur

Referentin: Dr. Daniela Pscheida, Technische Universität Dresden, Medienzentrum

Co-Autoren: Anja Lorenz, TU Chemnitz, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Dr. Steffen Albrecht, Technische Universität Dresden, Medienzentrum

Die Digitalisierung der Wissenschaft unter dem Begriff „E-Science“ lässt bisherige Grenzen der Wissenschaftskommunikation durchlässig(er) werden. Interne und externe Kommunikation greifen durch Blogs und Social Networks zunehmend ineinander, für Forschung und Lehre bieten sich neue Möglichkeiten wechselseitig voneinander zu profitieren. An die wissenschaftlichen Akteure wie an die technische Infrastruktur stellt dieser Wandel aber auch neue Anforderungen, die im Rahmen des sächsischen Verbundprojekts „eScience-Forschungsnetzwerk Sachsen“ (ESF) untersucht werden.

Earthbook – die Erde geht online: „dieses video sollte viel mehr views haben :o“ – Viralmarketing auf Youtube & Co.

Referent: Ephraim Broschkowski, Climate Media Factory / Wissenschaftsjahr 2012

Das Video „Earthbook“ erreichte in den ersten zwei Wochen ca. eine Viertelmillion Klicks auf Youtube. Der Plenarvortrag will anhand des Videos Hinweise geben, wie Wissenschaftskommunikation für Youtube & Co erfolgreich gestaltet werden kann und neue Zielgruppen erreicht werden können. Welche Vorüberlegungen gab es? Was ist beim Launch zu beachten? Welche Besuchergruppen lassen sich identifizieren? Welche redaktionelle Betreuung ist notwendig und welche weiteren Einsatzmöglichkeiten gibt es für so ein Video?

Trends erkennen, Strategien entwickeln – mit dem Opinion Tracker

Referent: Wolfgang Zeglovits Mag. M.Sc., datenwerk innovationsagentur GmbH

Der Opinion Tracker ist ein Online-Monitoring-Tool, das täglich über drei Millionen Online-Artikel (inklusive Social Media) durchsucht und analysiert. Basierend auf einer semantischen Analyse werden die Ergebnisse so aufbereitet, dass Fragen für Strategieentwicklung und Trenderkennung beantwortet werden können: Welche Themen stehen mit meinem eigenen Thema in Zusammenhang? Welche Personen oder Organisationen sind darin involviert? In welchem Kontext wird mein Thema diskutiert? Wann? An welchem Ort?

forscher-Magazin: Corporate Publishing für Kinder

Referentin: Dr. Franka Ostertag, Büro Wissenschaftsjahre/PT-DLR e.V.

Am Beispiel der BMBF-Magazine „forscher“ soll Corporate Publishing als neue und geeignete Marketingmaßnahme der Wissenschaftskommunikation für Kinder und Jugendliche vorgestellt werden. Das Wissensmagazin „forscher“ richtet sich an Kinder ab 7 Jahren und erreicht pro Heft Auflagenhöhen von über 200.000 Exemplaren pro Ausgabe. Die Textqualität, die kindgerechte Grafik, sowie die Auslage der Hefte an Orten, an denen Eltern und Kinder gemeinsam unterwegs sind, sorgt dafür, dass die Hefte nicht nur mitgenommen, sondern auch wirklich gelesen werden. Und im Vergleich zu „klassischen“ Print-Produkten oder redaktionellen Medienkooperationen sind die Hefte als Marketingmaßnahme außerordentlich kosteneffizient und zahlen auf den Absender ein.

Ich sehe was, was du nicht siehst! – Ein Chemie-Wettbewerb für Bonner Grund- und Förderschulklassen

Referentin: Dr. Erika Luck-Haller, Abenteuer Lernen e.V. Bonn

Wie gelingt die Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft, Bildungsträger und Schule? Das Projekt „Ich sehe was, was du nicht siehst! Ein Chemiewettbewerb für Bonner Grund- und Förderschulklassen“ wurde gemeinsam von Abenteuer Lernen e.V. und der Fachgruppe Analytische Chemie der Gesellschaft Deutscher Chemiker (GDCh) konzipiert und 2011/2012 in Bonn umgesetzt. Es wird darüber berichtet, welche Faktoren das Projekt erfolgreich machten.

Parallele Panoramavorträge Block 3: Vernetzungen und Kooperationen

Moderation: Gisela Lerch, Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften

Vernetztes Kuratieren. Museum, Stadtraum und digitale Zeitreise – die Heinrich-Hertz-Ausstellung des Deutschen Museums Bonn

Referent: Ralph Burmester, Deutsches Museum Bonn

Dr. Helge David, TEXT-RAUM – Zweiraumagentur für Kommunikation

Im Rahmen einer Ausstellung werden die Grenzen von digitalem Raum, Stadtraum und Museum durch vernetztes Kuratieren aufgelöst.

Eine digitale Schnitzeljagd spiegelt Themen der Hertz-Ausstellung in der Stadt. Die Wirkungsstätten von Heinrich Hertz sind so sicht- und entdeckbar. Von QR-Code-Tafeln werden digitale Inhalte per Smartphone abgerufen. Der »Besucher« erhält Informationen zum Kontext von Ort, Biografie und Historie. Geschichte und Wissenschaft werden erlebbar. Der Stadtraum wird kuratiert und Teil der Ausstellung.

Zwischen Kunst und Wissenschaft, von Artefakten und Vernetzungskunst

Referentin: Ildiko Sofia Maria Meny, CNIO – Spanish National Cancer Research Center

Das gläsernen Labor, das seit 2009 in München als Interaktionsforum im öffentlichen Raum zwischen Wissenschaft, Kunst und Gesellschaft agiert, konnte 2012 gemeinsam mit der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften in Potsdam weiterentwickelt werden. Das Kuratorenteam (Aue, Essl, Meny, Rotsch) realisierte den Salon im Rahmen des Jahresthemas; „ArteFakte, Kunst ist Wissen und Wissen ist Kunst“ (www.syntopischersalon.de). Erfolge und Hindernisse dieses Vernetzungsprozesses werden vorgestellt. Ein neuer Standort für 2013 wird gesucht!

Wissenschaft. Was geht mich das an? „Aktivierende“ Wissenschaftskommunikation – Lernen vom Theater?

Referentin: Dr. Karen Minna Oltersdorf, Haus der Wissenschaft Braunschweig

Während in der Wissenschaft Objektivität, Neutralität und Sachlichkeit vorherrschen, stehen im Theater Emotionalität und Subjektivität im Vordergrund. Dies spiegelt sich auch in der Rezeptionsweise wieder: wissenschaftliche Erkenntnisse müssen kognitiv verarbeitet werden, im Theater wird unmittelbar erlebt. Theater kann dabei nicht nur berühren, es hat auch ein großes Potential, zu „aktivieren“. In dem Vortrag wird die Frage verfolgt, was „die Wissenschaft“ von „dem Theater“ lernen kann. Uns interessiert, wie Theaterarbeit auf die Wissenschaftskommunikation übertragen werden kann. Wir sind auf der Suche nach neuen Wegen, um wissenschaftliche Erkenntnisse jenseits der gewohnten Pfade und der vertrauten Rationalitätsbotschaften zu vermitteln. Ein wichtiges Ziel dabei ist es, die aktive und kritische Auseinandersetzung mit Wissenschaft und wissenschaftlichen Erkenntnissen anzustoßen und Impulse zu geben, die vom Wissen zum Handeln führen.

Expedition Münsterland

Referent: Dr. Wilhelm Bauhus, Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Arbeitsstelle Forschungstransfer

Die Expedition Münsterland lässt Wissenschaftskommunikation an den unterschiedlichsten Wissenschaftsorten in der Region mit immer wieder neuen, ungewöhnlichen Kooperationspartnern stattfinden. Hieraus haben sich bereits aus der Region heraus internationale Netzwerke mit den unterschiedlichsten Einrichtungen gebildet. Ein Projekt wird vorgestellt.

FameLab – Talking Science: Eine internationale Kooperation

Referentinnen:

Johanna Leuner, Bielefeld Marketing GmbH, Wissenschaftsbüro
Ailsa Kienberger, British Council, Education Project Manager

3 Minuten für die Wissenschaft – das ist die Herausforderung, die der internationale Wettbewerb „FameLab – Talking Science“ an junge WissenschaftlerInnen in über 20 Ländern stellt. 2011 fand das FameLab erstmals in Deutschland statt und setzt seitdem neue Impulse für die Wissenschaftskommunikation. Leitfragen: Was ist FameLab? Wie funktioniert das FameLab-Netzwerk, wie wird es finanziert? Welche Ziele verfolgen die Akteure? Welchen Ansatz von Wissenschaftskommunikation verfolgt das FameLab?

PAUSE

14.30-15.00 Uhr

PARALLELE SESSIONS/WORKSHOPS

15.00-16.30 Uhr

Session: Strategie und Marketing.

Neue Marketingstrategien für effektive Wissenschaftskommunikation in Forschungsmuseen und -institutionen

Moderation: Uwe Moldrzyk, Naturkundemuseum Berlin

Naturkundemuseen unterliegen seit einigen Jahren einem stetigen Wandel von Kinder- und Familienmuseen mit weitgehend schulischer Vermittlungsweise hin zu zeitgemäßen Orten der Wissenschaftskommunikation mit einer atemberaubenden Ästhetik – nicht nur in Deutschland. Dabei ist eine gewisse Experimentierfreude mit bisher ungewöhnlichen Formaten als Trend spürbar. Ganze Ausstellungskonzepte wurden jüngst mit modernen Prämissen umgesetzt, wie etwa am Naturkundemuseum in Berlin. Mit einer regelrechten Erneuerungswelle folgen derzeit und in den nächsten Jahren etwa Museum Blau in Barcelona, University Museum Bergen in Norwegen, Statens Naturhistoriske Museum Copenhagen in Dänemark, Naturalis Leiden in den Niederlanden oder das Naturmuseum Senckenberg in Frankfurt. Allen Konzepten gleich ist die mit der Wiedereröffnung des Berliner Naturkundemuseums in 2007 hoch gelobte Rückbesinnung auf Originalobjekte, den Ansatz der gläsernen Sammlung und Wissenschaft sowie Interaktionsmöglichkeiten für Besucher.

Neue Trends gehen noch weit darüber hinaus und suchen nach Partizipationsprojekten und dem Einbinden der Bevölkerung in Forschungsprojekte (Citizen Science/Public Science).

In dieser Session sollen die Kommunikationsmöglichkeiten von Naturkundemuseen aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet und diskutiert werden. Von den zu erwartenden Denkanstößen profitieren nicht nur Naturkundemuseen.

Pädagogik und Didaktik in (Naturkunde)Museen

Prof. Dr. Tobias Nettke, HTW Berlin

Integrative Ausstellungskonzepte – Gestaltung meets Wissenschaft

Daniel Schiel, Schiel Projektgesellschaft (Museum für Naturkunde Berlin, Neues Museum Berlin, Hessisches Landesmuseum Darmstadt)

Die Humboldt-Box

Anita Hermannstädter M.A., Naturkundemuseum Berlin

Kommunikation des Forschungsalltags: Das Gläserne Labor im Deutschen Museum

Peter Schüßler, Dipl.-Soz., Deutsches Museum, Forschungsinstitut für Technik- und Wissenschaftsgeschichte

Session: Digital oder Analog?

Blogs – eine Chance für Forschung und Wissenschaft?

Moderation: Beatrice Lugger, NaWik – Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation

Social Media verändert die Art und Weise wie die Gesellschaft Themen aushandelt. Blogs kommt im Zusammenspiel der Social Media-Instanzen eine besondere Rolle zu: „Blogs sind die Seele des Internets“ – sie sind sehr häufig Ausgangspunkt und Basis für die Inhalte, die über andere Netzwerke verbreitet werden. Die Beiträge beschäftigen sich deshalb sowohl theoretisch als auch anhand zweier Best Practice Beispiele mit den Erfahrungen und Besonderheiten, die die Wissenschaftskommunikation im Web 2.0 und insbesondere in Blogs mit sich bringt.

"Ein wenig weh tun darf's schon" – Oder: Wie viel Freiheit und Individualität verträgt die Wissenschaftskommunikation?

Richard Zinken, Spektrum der Wissenschaft

Entertainment als strategisches Element für die Wissenschaftskommunikation?!

Prof. Dr. Christoph Klimmt, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover

Entertainment als strategisches Element für die Wissenschaftskommunikation?!

Es gibt gute Argumente und empirische Befunde, wonach die Vermittlung komplexer Sachverhalte und die Begeisterung von wenig involvierten Zielgruppen gerade durch die Einbindung von Spaß und Spiel gelingen kann. Der Beitrag überlegt deshalb, wie Schlagworte aus dem "-tainment"-Bereich wie "Serious Games" und "Gamification" sinnvoll im Aufgabenfeld der netzbasierten Wissenschaftskommunikation umgesetzt werden könnten.

Ein Blick hinter die Kulissen: Das www.forschungs-blog.de

Solveig Wehking, Fraunhofer-Gesellschaft, Forschungsplanung

Die Entwicklung eines marktnahen und konsumentenorientierten Prozess für die Durchführung von Forschungsprojekten ist Ziel des Fraunhofer-Projekts "Discover Markets". Da das Web 2.0 die große Chance bietet, viele Nutzer und Nutzerinnen zu erreichen und mehr über ihre Einstellungen und Werte zu erfahren, wurde das www.forschungs-blog.de aufgebaut. Der Beitrag zeigt auf, wie das Blog konzipiert wurde, welche Erfahrungen bei der Einbeziehung einer breiteren Öffentlichkeit gemacht wurde und erläutert die Idee des Dual-Bloggings. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert.

Der Blick in die Werkstatt: Geisteswissenschaftliche Blogs in der Wissenschaftskommunikation

Dr. Mareike König, Deutsches Historisches Institut Paris

Wissenschaftliches Bloggen stellt ein großes Potential für die schnelle Verbreitung und Diskussion aktueller Forschungsinhalte dar. Einblick in laufende Projekte zu gewähren, öffentliche Kommentare, die Freiheit im Stil sowie die Popularisierung von Ergebnissen sind dabei gerade für Geisteswissenschaftler/innen (noch) ungewohnte Erfahrungen. Der Beitrag wirft anhand des internationalen Blogportals hypotheses.org einen Blick auf verschiedene Typen und Trends bei den geisteswissenschaftlichen Blogs in Deutschland und Frankreich und geht den Fragen nach, warum Geisteswissenschaftler/innen bloggen und wann ein wissenschaftliches Blog erfolgreich ist.

Das Projekt-Blog [www.forschungs-blog](http://www.forschungs-blog.de) aus der Perspektive einer Forschungsorganisation

Prof. Dr. Martina Schraudner, Fraunhofer Gesellschaft/TU Berlin

Session: Digital oder Analog?

E-Publishing – Herausforderung für die Wissenschaftskommunikation

Moderation: Michael Sonnabend, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

Noch ist die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen und Wissenschaftseinrichtungen sehr printfixiert. Corporate Publishing-Produkte werden fast ausschließlich als Papierversion angeboten. Gleichzeitig entwickelt sich die E-Book-Branche rasant. Amazon feiert neuerdings große kommerzielle Erfolge mit seinem Reader, Apple bietet kostenlose Software für das Erstellen eigener E-Books an. Welche Möglichkeiten tun sich da für die Wissenschaftskommunikation auf? Entwickelt sich ein wichtiges neues Betätigungsfeld, das man nicht ignorieren kann?

Neue Entwicklungen auf dem E-Book-Markt

Wolfgang Tischer, literaturcafe.de

Das Tablet-Magazin im Corporate Publishing

Birgit Niesing, Fraunhofer Gesellschaft

Neue Formen digitalen Publizierens

Markus Albers, Journalist und Autor

PLENARVORTRÄGE

16.45-18.15 Uhr

Moderation: Andrea Frank, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

PLENARVORTRAG 1

16.45-17.15 Uhr

EUSEA, ERRIN, PLACES, EUROSCIENCE & Co. – Wer macht eigentlich was? Chancen und Herausforderungen Europäischer Netzwerke für Städte und Regionen in Deutschland

Referentin: Dr. Annette Klinkert, city2science

In ganz Europa ist Wissenschaftskommunikation derzeit ein aktuelles, länderübergreifendes Thema: Von der Suche nach der „City of Scientific Culture“ über die Entwicklung von „EUniverCities“ oder der „Platform of Local Authorities and Communicators engaged in Science“ (PLACES), vom European Regions Research and Innovation Network (ERRIN) bis zur European Science Events Association (EUSEA) reicht das Spektrum. Der Vortrag stellt eine Auswahl interessanter Initiativen und ihre Bedeutung für Städte und Regionen in Deutschland vor.

PLENARVORTRAG 2

17.15-17.45 Uhr

Science in Society als Herausforderung für die Wissenschaftskommunikation

Referent: Stefan Bernhardt, FWF – Der Wissenschaftsfonds

Ziel des Beitrags ist, die zentralen Thesen und Schlüsselempfehlungen des Endberichts des „ESF Member Organisation Forums on Science in Society Relationships“ für Forschungsträger- und Forschungsförderungs-Organisationen zu präsentieren und zur Diskussion zu stellen. Die Ergebnisse dieser internationalen Arbeitsgruppe sollen Denkanstöße und Impulse geben, wie vor dem Hintergrund länderspezifischer Bedingungen die wissenschaftskommunikativen Austauschprozesse zukunftsfit gemacht werden können.

PLENARVORTRAG 3

17.45-18.15 Uhr

Drei Initiativen, ein nationales Pionierprojekt: Citizen Science in der Schweiz

Referentin: Tina Ullmann, Science et Cité

PhaenoNet ist ein Schweizer Citizen Science Projekt, welches zum Ziel hat, jahreszeitliche Pflanzenbeobachtungen möglichst breitflächig festzuhalten, sodass die Daten für die Wetter- und Klimaforschung genutzt werden können. Wie wurde aus ursprünglich drei konkurrierenden Projekten ein gemeinsames Vorhaben? Wie funktioniert die Zusammenarbeit zwischen GLOBE-Schweiz (Verein für Umweltbildung), der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich (ETHZ), dem Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie, der Universität Bern und der Stiftung Science et Cité (Stiftung für Wissenschaftskommunikation)? Und welches sind die Herausforderungen und die Schlüssel zum Erfolg, um ein Projekt mit Akteuren aus den verschiedensten Bereichen erfolgreich umzusetzen?

ABENDPROGRAMM

ab 18.30 Uhr

Abendprogramm mit Imbiss in der BÖRSE DRESDEN

Science Slam

Moderation: Julia Offe

Slammer: N.N.

Mittwoch

PARALLELE SESSIONS/WORKSHOPS
09.00-10.30 Uhr

Session: Strategie und Marketing.

Social Media Governance in der Wissenschaft

Moderation: Alexander Gerber, innokomm Forschungszentrum

Weil in Sozialen Medien der Übergang vom Privaten zum Beruflichen fließend ist, entzieht sich ein immer größerer Teil der Wissenschaftskommunikation anscheinend jedweder Kontrolle. In jeder Einrichtung gibt es somit Hunderte von „Kommunikatoren“, die man als authentische „Botschafter“ in die eigene Strategie mit einbinden kann. Die Herausforderung liegt darin, eine „Governance“ herauszubilden, aus der alle Mitarbeiter ableiten können, wie sie verantwortungsvoll mit den Sozialen Netzen umgehen.

Social Media Governance in der Wissenschaft

Jörg Eisfeld-Reschke, ikosom – Institut für Kommunikation in sozialen Medien

Kommunikationsmanagement: Was kann die Wissenschaft von der Wirtschaft lernen?

Anne Linke, Universität Leipzig – Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Governance als strukturelle Herausforderung für das Wissenschaftsmanagement

Isabel Müskens, Vorsitzende, Netzwerk Wissenschaftsmanagement

Session: Digital oder Analog? Crowdfunding für die Wissenschaft

Moderation: Dorothee Menhart, Wissenschaft im Dialog

Crowdfunding hat in den vergangenen Jahren, insbesondere in den USA, einen großen Auftrieb erlebt (z. B. durch kickstarter.com), doch auch in Deutschland haben sich mittlerweile Plattformen (z. B. startnext.de) etabliert, die Projekten aus der Kreativbranche eine Finanzierungschance eröffnen. Durch den großen Erfolg des Crowdfundings verwundert es nicht, dass auch Wissenschaft und Forschung ebenfalls in den Fokus einzelner Plattformen aus den USA gerückt sind. Welche Chancen das Crowdfunding für die Wissenschaft und Forschung sowie die Wissenschaftskommunikation in Deutschland haben, soll in dieser Session zum Thema werden.

Crowdfunding in Deutschland und die Crowdfunding-Technologie

Tino Kreßner, Startnext Crowdfunding

Empirische Erkenntnisse zum Crowdfunding

Prof. Dr. Andreas Will, TU Ilmenau, Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft

„Dresden Durchstarter“ – Crowdfunding für Bildung und Wissenschaft Dresden

Marco Blüthgen, Dresden Marketing GmbH

Mit einer „Crowdfunding“-Plattform im Internet gibt die Landeshauptstadt Dresden Menschen und Initiativen ein neues Hilfsmittel an die Hand, das Ideengeber, Projektverantwortliche und deren potentielle Förderer direkt und einfach vernetzt. Die Ziele sind im Einzelnen: Übertragung des Crowdfunding-Ansatzes von Kultur- und Kunstprojekten auf Projekte aus Forschung, Entwicklung und wissenschaftsorientierter Bildung, Aktivierung und Förderung des bürgerschaftlichen Engagements, kreativer Ideen und innovativer Produkte, Imagegewinne für die Landeshauptstadt Dresden als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort.

Sciencestarter: Crowdfunding für die Wissenschaft

Christian Kleinert, Wissenschaft im Dialog

Mit der im November startenden Plattform Sciencestarter.de geht die erste Plattform zum Crowdfunding für Wissenschaft, Forschung und Projekte der Wissenschaftskommunikation in Deutschland online. Über erste Erfahrungen mit der Plattform, die Resonanz auf eingestellte Projekte sowie zu den kommunikativen Chancen berichtet Christian Kleinert von Wissenschaft im Dialog.

Session: Vernetzungen und Kooperationen. Vernetzt oder Verfangen – Science Center und Museen im Dschungel der Wissensformate

Moderation: Achim Englert, Phänomenta Flensburg

Science Festivals, Ideenmessen, Tage der offenen Forschungsinstitute: Event-Formate zur Wissenschaftskommunikation haben eine faszinierende Vielfalt erreicht. Doch wie hat sich die Rolle der Science Center und Museen entwickelt? Im Wettbewerb mit anderen Formaten und Anbietern sehen sie sich mit Fragen der Sichtbarkeit konfrontiert. Welche Formate sind auch für Ausstellungshäuser nutzbar? Und wie können Netzwerke zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit führen?

Science Center und Museen – Langfristig sichtbar und unverzichtbar?

Dr. Tobias Wolff, Universum Managementges mbH Bremen

Bewegung in der Wissenschaftskommunikation und Bildung durch nationale und internationale Kooperationen – voneinander lernen – miteinander arbeiten"

Prof. Charlotte Schulze, explo Heidelberg

Science Center im Spannungsfeld zwischen Bildungs- und Freizeiteinrichtung – Kooperationen und Networking als Chancen für Marketing und PR?

Martina Flamme-Jasper, phæno gGmbH

PAUSE

10.30-11.00 Uhr

PARALLELE PLENARVORTRÄGE
11.00-12.30 Uhr

Parallele Plenarvorträge Block 1

Moderation: Christian Lorenz, IFOK GmbH

PLENARVORTRAG 1

11.00-11.30 Uhr

Science Social: Sharing, Tweetups und Podcasts

Referent: Henning Krause, Helmholtz-Gemeinschaft

Im Vortrag wird auf ausgewählte aktuelle Entwicklungen der Wissenschaftskommunikation unter dem Schlagwort "Science Social" eingegangen. Für die Teilbarkeit eigener Medieninhalte bietet sich die Nutzung von Creative Commons-Lizenzen an. Ein neues Format der Wissenschaftskommunikation stellt das Tweetup dar. Als ein Best Practice-Beispiel dieses neuen Dialogformats wird das internationale SpaceTweetup vorgestellt und auf den Trend Podcasts zur ausführlichen Wissensvermittlung eingegangen.

PLENARVORTRAG 2

11.30-12.00 Uhr

Some Rights Reserved: Creative Commons in der Wissenschaftskommunikation

Referent: Marco Trovatiello, Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR)

Die Kommunikationsabteilung des DLR hat am 1. März 2012 das Creative Commons-(CC)Lizenzmodell für DLR-eigene Multimediainhalte eingeführt. Obwohl bereits Ziele und Vision der Non-Profit-Organisation Creative Commons („universal access to research and education, full participation in culture“) unterstützenswert sind, gibt es für Wissenschaftsorganisationen, für den Bildungssektor, aber auch für Privatpersonen noch viele weitere gute Gründe, sich vom traditionellen Urheberrecht zu verabschieden und sich der Bewegung anzuschließen.

PLENARVORTRAG 3

12.00-12.30 Uhr

Wieviel Wissenschaft passt in 140 Zeichen? Ergebnisse einer Twitterstudie

Referent: Marc Scheloske, Wissenswerkstatt – Büro für (digitale) Wissenschaftskommunikation

Twitter ist populärer denn je. Und selbstverständlich sind dort auch Wissenschaftler, Wissenschaftsjournalisten, sowie Institutionen aus dem Wissenschafts- und Bildungsbereich aktiv. Doch wann, wie oft und wie wird bei Twitter wirklich über Wissenschaft gesprochen? Marc Scheloske präsentiert die Ergebnisse seiner Twitterstudie und erklärt, welche Zielgruppen erreicht werden, welche Inhalte und Themen der Wissenschaftskommunikation sich für Twitter eignen und wo die Grenzen des Formats liegen.

Parallele Plenarvorträge Block 2

Moderation: Dr. Jutta Rateike, DFG – Deutsche Forschungsgemeinschaft

PLENARVORTRAG 1

11.00-11.30 Uhr

WQ – Internetfernsehen für Wissenschungrige

Referent: Karsten Schwanke, ARD, WQ Media GmbH

WQ – das Wissenschaftliche Quartett. Unter www.wq-tv.de wird jeweils ein Thema aus vier unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet. Ob Wissenschaft und Fußball, Flugbenzin aus Algen oder die Frage, wie man Nobelpreisträger wird – WQ präsentiert die Antworten in höchster TV-Qualität. Doch wie erreichen wir 12- bis 19-Jährige? Welche Möglichkeiten bietet das Internet, aus einem Fernsehbeitrag eine interaktive Plattform werden zu lassen?

PLENARVORTRAG 2

11.30-12.00 Uhr

Leben im UNlversum: eine feste Rubrik in der Tageszeitung

Referentin: Dr. Gabriele Neumann, Philipps-Universität Marburg, Stabstelle Corporate Publishing

Forschung und Lehre sind nicht alles, was eine Universität ausmacht. Das war der Ansatz für eine vermutlich einzigartige, enge Kooperation zwischen der Lokalzeitung Oberhessische Presse und der Pressestelle der Philipps-Universität Marburg: das UNlversum. Die Rubrik „UNlversum“ erscheint ganzseitig montags im Print und wird fortlaufend im Internet aktualisiert. Die Mischung aus wissenschaftlichen Texten, Foto-Serien und bunten Elementen richtet sich an eine breite Öffentlichkeit.

PLENARVORTRAG 3

12.00-12.30 Uhr

Strategien der Wissensvermittlung im Mathematisch-Physikalischen Salon

Referent: Dr. Peter Plaßmeyer, Mathematisch-Physikalischer Salon, Staatliche Kunstsammlungen Dresden

Im Frühjahr 2013 ist die Wiedereröffnung des Mathematisch-Physikalischen Salons im Dresdner Zwinger mit einer neuen Dauerausstellung. Als Wege der Vermittlung von Inhalten wurden Hands-On-Modelle, vorgeführte wissenschaftliche Experimente (mit Nachbauten historischer Instrumente), die Arbeit mit Repliken, interaktiven und interpassiven Medienstationen und ein Audioguide gewählt. In der aktuellen Diskussion ist die Frage nach der Online-Vernetzung und der Möglichkeit einer interaktiven Vor- und Nachbereitung. Ziel des Beitrages ist es, den Stand der Diskussionen vorzustellen.

ABSCHLUSS

12.30-13.00 Uhr

Abschlussdiskussion „Perspektiven der Wissenschaftskommunikation“

Moderation: Thomas Windmann, Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

Dr. Volker Meyer-Guckel, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

Dr. Florian Freistetter, freier Wissenschaftsautor

Markus Weißkopf, Wissenschaft im Dialog

VERABSCHIEDUNG

13.00-13.15 Uhr

MITTAGSIMBISS

13.15-13.45 Uhr

ENDE DES 5. FORUMS WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

13.45 Uhr