

- Entwurf –  
Stand 08.09.2015

### **Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR**

Wissenschaft dient der Gesellschaft. Sie prägt alle Bereiche des privaten und gesellschaftlichen Lebens. Sie ist Grundlage für politische, wirtschaftliche und persönliche Entwicklungen und Entscheidungen. In Form von neuen Erkenntnissen, von Technologien, Verfahren und Denkanstößen verändert sie die Gesellschaft. Dabei überprüft sie systematisch auch die eigenen Ergebnisse, Methoden und Prämissen. Wissenschaft spezialisiert sich und wird stetig komplexer. Es wird damit schwieriger, Chancen und Risiken abzuwägen und mögliche Konflikte zu erkennen.

Werden manche Bürgerinnen und Bürger von diesem Prozess abgekoppelt, entwickeln andere ein neues, kritisches Bewusstsein gegenüber der Wissenschaft. Immer mehr Menschen sehen sich nicht nur als Nutzer oder Rezipienten, sondern als Akteurinnen und Akteure. Sie wollen Einfluss nehmen. Die neuen Medien bieten ihnen dazu effektive Instrumente. Ob in Blogs, Diskussionsforen, Bürgerinitiativen oder Citizen-Science-Projekten – Bürgerinnen und Bürger können Wissenschaft befördern und verhindern, Vertrauen bilden oder entziehen.

Damit kommt vertrauenswürdigen Informationen von und über Wissenschaft eine immer größere Bedeutung zu. Entsprechend groß ist die Verantwortung der vielfältigen Akteurinnen und Akteure in der Wissenschaftskommunikation. Deren Rahmenbedingungen haben sich nicht nur durch die innerwissenschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen verändert, sondern auch durch die Digitalisierung der Kommunikationskanäle.

Diese rasanten Umwälzungen erfordern eine Überprüfung bzw. Neugestaltung der Grundlagen der Wissenschaftskommunikation. Die folgenden Leitlinien sollen dem Rechnung tragen. Sie beziehen sich auf die in der institutionellen Wissenschaftskommunikation tätigen Akteurinnen und Akteure, die Public Relations (PR-) Verantwortlichen. Wissenschafts-PR ist ein Teil der vielfältigen Austauschprozesse in der Wissenschaftskommunikation. Unter Public Relations verstehen wir die Gestaltung der Austauschbeziehungen einer Institution mit der Öffentlichkeit.

Wissenschafts-PR soll und darf für Wissenschaft und für die eigene Einrichtung werben. Dabei ist sie sich der Tatsache bewusst, dass sie nicht nur Journalistinnen und Journalisten, sondern über das Internet und soziale Medien, in Veranstaltungen oder Ausstellungen in immer stärkerem Maße direkt die Bürgerinnen und Bürger erreicht. Damit wächst ihre Verantwortung für die Qualität der bereitgestellten Informationen und Dienstleistungen.

- Gute Wissenschafts-PR stärkt das Bewusstsein und den Respekt für die Positionen **aller** Akteurinnen und Akteure der Wissenschaftskommunikation. Sie öffnet den Blick für die Wissenschaft in ihren unterschiedlichen Disziplinen und stärkt das Verständnis für die Arbeitsweise und die Perspektiven der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Gleichzeitig trägt sie die Fragen, Bedürfnisse und Stimmungen, gegebenenfalls auch die Ängste und Vorbehalte der Bürgerinnen und Bürger in die Wissenschaft und ihre Entscheidungsgremien. Auf diese Weise unterstützt gute Wissenschafts-PR den Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft
- Gute Wissenschafts-PR wirkt im Dialog mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, Bürgerinnen und Bürgern darauf hin, aus der Fülle der Informationen diejenigen herauszuarbeiten, die relevant für die Gesellschaft und andere Wissenschaftsdisziplinen sind. Das Filtern der Informationen erfolgt nach möglichst objektiven Maßstäben und nicht allein aufgrund von Eigeninteressen.
- Gute Wissenschafts-PR arbeitet faktentreu. Sie übertreibt nicht in der Darstellung der Forschungserfolge und verharmlost oder verschweigt ihr bekannte Risiken nicht. Sie stellt den Forschungsprozess offen dar und bietet wenn möglich freien Zugang zu den wissenschaftlichen Quellen. Gute Wissenschafts-PR organisiert den Dialog über Chancen und Risiken von wissenschaftlichen Methoden und Ergebnissen.
- Gute Wissenschafts-PR macht Grenzen der Aussagen und Methoden von Forschung sichtbar. Sie beantwortet die Frage, welche Bedeutung die Informationen für Wissenschaft und Gesellschaft haben, und ordnet sie in den aktuellen Forschungsstand nach Maßgabe der wissenschaftlichen Redlichkeit ein. Die Wissenschafts-PR benennt Quellen und Ansprechpartner. Sie macht Interessen und finanzielle Abhängigkeiten transparent. Sie fordert diese Informationen von der Wissenschaft ein.
- Das Interesse der Bürgerinnen und Bürger richtet sich nicht allein auf Fakten und Informationen. Diesem Bedürfnis muss gute Wissenschafts-PR Rechnung tragen.

Um für Wissenschaft zu werben, berichtet gute Wissenschafts-PR auch aus dem Alltag der Wissenschaft und von ihren Protagonistinnen und Protagonisten. Gute Wissenschafts-PR fördert, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler selbst über sich, ihre Motivation und ihre Arbeit sprechen.

- Gute Wissenschafts-PR achtet darauf, dass Informationen zielgruppengerecht aufbereitet und verbreitet werden. Sie nutzt die dafür jeweils geeigneten Instrumente und Kanäle und verwendet eine verständliche Sprache.
- Gute Wissenschafts-PR ist selbstreflexiv und selbstkritisch. Sie arbeitet wertegeleitet und strategisch und definiert Maßstäbe für die Qualität ihrer Arbeit, ihre Abläufe und Ergebnisse. Sie überprüft die Wirksamkeit ihrer Arbeit und vermeidet unnötige und unwirksame Maßnahmen. Sie macht die Mechanismen von Öffentlichkeitsarbeit in wissenschaftlichen Einrichtungen gegenüber den anderen Akteurinnen und Akteuren der Wissenschaftskommunikation transparent.
- Gute Wissenschafts-PR ist offen für gesellschaftliche Veränderungen und passt ihre Ziele, Strategien und Maßnahmen auf der Basis ihrer Werte kontinuierlich an. Sie sucht dazu den Austausch und die Kooperation mit den anderen Akteurinnen und Akteuren im Bereich der Wissenschaftskommunikation. Sie nutzt den nationalen und internationalen Diskurs über Praxis und Forschung in der Wissenschafts-PR für ihre Arbeit. Sie fördert den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen Institutionen und den Dialog mit allen Beteiligten.

*Die Leitlinien wurden in einem überinstitutionellen Arbeitskreis, organisiert von Wissenschaft im Dialog und dem Bundesverband Hochschulkommunikation, erarbeitet. Sie basieren unter anderem auf dem Siggener Aufruf und Arbeiten aus dem Kreis der PR-Verantwortlichen der Helmholtz-Gemeinschaft.*

*September 2015*