



## Tagungsdokumentation

### Workshop: #engagiertkommuniziert: Wie kann Wissen(schaft)skommunikation im Themenfeld zivilgesellschaftliches Engagement gelingen - ein Erfahrungsaustausch

Workshopgeberinnen: Dr. Gianna Scharnberg, Dr. Vivian Schachler (Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt)

Eine Aufgabe der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt ist es, über verschiedene Formate Wissen einem breiten Publikum zur Verfügung zu stellen. Neben dem Identifizieren und Schließen von Forschungslücken gehört für uns zu einem ganzheitlichen Forschungsprozess deshalb auch die Kommunikation des gewonnenen Wissens. Oft ist das Wissen, welches in Forschungsprojekten gesammelt wird, noch nicht so aufbereitet, dass die Wissenschaftler\*innen und die Stiftung es direkt an anderen Wissenschaftler\*innen, Engagierte oder Politiker\*innen kommunizieren können. Der Workshop verfolgte zwei Ziele. (1) Die Beteiligten sollten sich durch eine konkrete Übung aktiv dem Thema Wissenschaftskommunikation nähern und Bedarfe sowie Möglichkeiten identifizieren, um zukünftig besser kommunizieren zu können. (2) Die DSEE wollte Handlungsimpulse sammeln, um Wissenschaftler\*innen dabei zu unterstützen, ihre Erkenntnisse zielgruppengerecht zu kommunizieren, aber auch um Engagierte oder andere zivilgesellschaftliche Akteur\*innen darin zu befähigen, Forschungswissen in ihrer eigenen Arbeit anzuwenden.



Abb. 3: Dr. Gianna Scharnberg erläutert die Notwendigkeit guter Wissenschaftskommunikation für die Bildungsangebote der DSEE (Copyright: Christina Czybik/DSEE)

Eine erste Abfrage nach dem Erfahrungsstand im Themenfeld Wissenschaftskommunikation macht deutlich, dass die Mehrheit der Teilnehmenden eher mittelmäßige Erfahrung aufweist. Niemand hat bereits viel Erfahrung gesammelt. In Kleingruppen wurden anschließend anhand konkreter Forschungsprojekte (Beispiel siehe Abb. 1 im Anhang) und mit Hilfe eines Arbeitsblattes (siehe Abb. 2 im Anhang) kleine Kommunikationskonzepte entwickelt. Angelehnt an den Nawik-Pfeil (<https://www.nawik.de/>) wurden die Kleingruppen gebeten, Ziele der Kommunikation, eine mögliche Zielgruppe, passende Medien und Stile sowie Themen herauszuarbeiten, um so konkret wie möglich eine Kommunikationsstrategie zu entwickeln. Zusätzlich ging es auch darum, mögliche Hürden und Unterstützungsbedarfe zu eruieren.



Abb. 4: Dr. Vivian Schachler erläutert, wie sich die DSEE dem Thema Wissenschaftskommunikation nähert (Copyright: Christina Czybik/DSEE)

## Auswertung der Gruppenarbeit

### “Mein Aha-Moment”

Nach der Gruppenarbeit wurden die Teilnehmenden gebeten, ihre AHA-Momente zu formulieren (siehe Abb. 5). Zusammenfassen lässt sich: konkretes, kleinteiliges, fokussiertes, differenziertes Denken und Planen sowie kompakte und innovative Formate sind in der Wissenschaftskommunikation notwendig. Jedoch fehlt für die (aufwendige) Entwicklung einer guten Kommunikationsstrategie oft das Wissen, das Geld und die Zeit. Es besteht der Wunsch nach Erfahrungsaustausch in der Community und nach konkreter Unterstützung durch Kommunikationsexpert\*innen. Weiterhin wurde genannt, dass Forschungsprojekte und

Maßnahmen der Wissenschaftskommunikation einen Follow-Up-Prozess brauchen, d.h. mehr Evaluationen und Weiterentwicklungen nötig seien. Generell bestehen Unsicherheiten, inwieweit Wissenschaftskommunikation bei der Beantragung von Fördermitteln bereits mitgedacht werden darf oder muss.

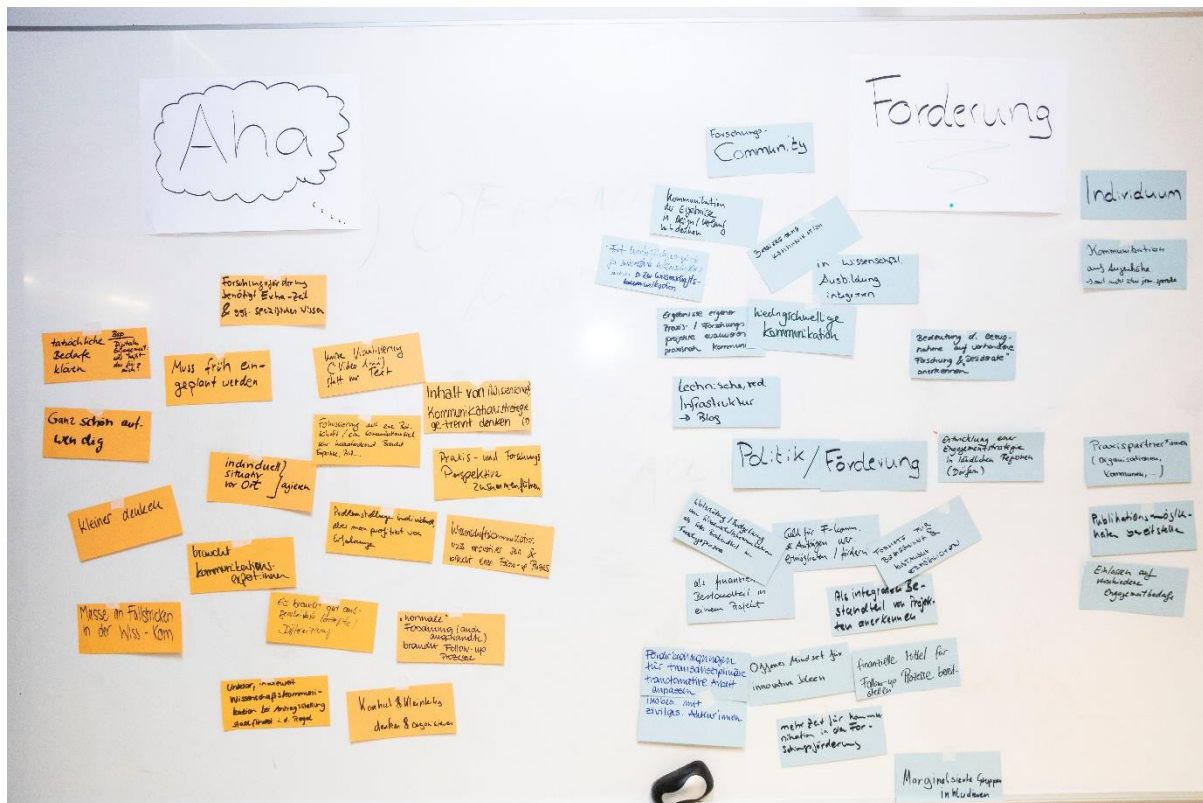


Abb. 5: die Aha-Momente und Forderungen der Teilnehmenden (Copyright: Christina Czybik/DSEE)

## Forderungen an die verschiedenen Akteur\*innen

Zum Abschluss wurden die Teilnehmenden gebeten, konkrete Forderungen an sich selbst, die Forschungscommunity, die Politik/ Förderung sowie an die Praxispartner\*innen (Organisationen, Kommunen etc.) zu formulieren (siehe Abb. 5).

Zentrale Forderung der Teilnehmer\*innen an sich **selbst** war es, vermehrt darauf zu achten, dass Kommunikation auf Augenhöhe stattfindet. Für die Wissenschaftskommunikation bedeutet das, nicht nur über die Personen (Zielgruppen) zu sprechen, sondern (gemeinsam) mit ihnen.

Forderungen an die **Forschungscommunity** waren, dass die Kommunikation der Ergebnisse im Design und im Verlauf des Forschungsprojektes stärker mitgedacht werden muss. Die Kommunikation muss barrierefreier, praxisnäher und niedrigschwelliger werden. Anschließend sollte die Wirkung der Kommunikationsstrategie evaluiert werden. Weiterhin müssen mehr Fort- und Weiterbildungsangebote zur Wissenschaftskommunikation für



interessierte Wissenschaftler\*innen geschaffen und genutzt werden. Eine Idee wäre hierfür, Wissenschaftskommunikation mehr in die wissenschaftliche Ausbildung zu integrieren. Nicht zuletzt kann die Community auch für eine technische und redaktionelle Infrastruktur sorgen, z.B. durch das Bereitstellen und Hosten eines Blogs.

Die Forderungen an die **Politik / Förderung** richten sich primär an die Ausstattung mit finanziellen Ressourcen. Wissenschaftskommunikation muss als integraler Anteil von Projekten anerkannt und gefördert werden. Hier müssen sich die Förderbedingungen ändern: mehr Geld für Wissenschaftskommunikation und mehr Zeit sowie Geld für Follow-Up-Prozesse (z.B. Evaluationen). Dies impliziert ein offenes Mindset in der Politik und in den Fördereinrichtungen für Wissenskommunikation. Weiterhin müssen mehr Formate für Begegnung und Austausch ermöglicht werden. Eine konkrete Idee war die Entwicklung eines Förderprogramms, welches speziell bei der Wissenschaftskommunikation unterstützt - sei es durch Wissensvermittlung, Strategieentwicklung oder auch redaktionelle Arbeit.

Nicht zuletzt wurden auch Forderungen an **Praxispartner\*innen**, wie Kommunen und zivilgesellschaftliche Organisationen, ausgesprochen. In Kooperationsprojekten scheint es sinnvoll, wenn seitens der Praxispartner\*innen mehr Publikationsmöglichkeiten bereitgestellt werden können.

### Eine offene Frage nach dem Workshop bleibt

Ist Wissenschaftskommunikation in der Engagementforschung eine Systemfrage? Es werden immer noch zu wenig Unterstützungsangebote wahrgenommen, um dem Wunsch, Wissen noch besser zu kommunizieren, nachgehen zu können. Ansatzpunkte gibt es viele. Das Schaffen von Offenheit für Kommunikation, Know-How-Vermittlung, Ressourcenbereitstellung, Kooperationen, Zeit für Evaluationen,... sind nur einige. Deutlich wird, dass dringender (Nachhol)bedarf besteht. Fehlende oder ausgelastete Kommunikationsabteilungen, mangelnde Fördergelder und Beratungen führen dazu, dass Wissenschaftskommunikation aktuell noch sehr auf den Schultern der Engagementforscher\*innen lastet - doch oft fehlt auf individueller Ebene Zeit und Know-How. Das führt dazu, dass zu wenig oder nicht erfolgreich kommuniziert wird. Wenn Forschungswissen in die Breite getragen werden soll, braucht es mehr Unterstützung für die Wissenschaftler\*innen. Wissenschaftskommunikation muss im ganzheitlichen Prozess der Engagementforschung einen Platz finden - aber nicht nur getragen durch die Schultern der Wissenschaftler\*innen.

Anhang:

Abb. 1: ein beispielhafter Projektsteckbrief für die Kleingruppenarbeit

Abb. 2: das durch die Teilnehmenden auszufüllende Arbeitsblatt



**#engagiertkommuniziert: Wie kann Wissen(schaft)skommunikation im Themenfeld zivilgesellschaftliches Engagement gelingen - ein Erfahrungsaustausch**

**Projektsteckbrief 4**

**Projekttitlel:** Gefährliches Engagement - Wie können wir die politisch Engagierten schützen?

**Projektbeteiligte:** die Gruppe, wie sie gerade zusammensitzt

**Hypothese:** Politisch engagierte Personen erfahren häufiger Anfeindungen und Übergriffe. Bisherige Unterstützungsangebote greifen zu kurz.

**Forschungsdesign:** Expert\*inneninterviews, Online-Befragung

**Ergebnisse:** Alle Interviewpartner\*innen sind sich einig: Wer sich politisch engagiert, muss mit Anfeindungen und Gegenwind rechnen. Das eigene Erleben von körperlichen Übergriffen und verstärkter psychischer Gewalt berichten nur wenige, aber eine Zunahme wird wahrgenommen. Einige Expert\*innen berichten, dass es spezielle Programme (Mentoring, Weiterbildung, psychologische Betreuung) gibt, die Engagierten Unterstützung bieten. Diese werden bisher aber noch zu wenig genutzt. Die Online-Befragung stützt diese Ergebnisse. Zudem sagen 30% der Befragten, dass sie aufgrund von Anfeindungen bereits überlegt haben, ihr Engagement zu beenden. Den Wunsch nach regelmäßigen Unterstützungsangeboten verspüren 80 % der Engagierten. Solche Angebote nutzen aber bisher nur 15%. Es gibt kaum digitale Angebote, was den Zugang erschwert. Im Rahmen der Studie ist ein Leitfaden entstanden mit Anlaufstellen für betroffene Engagierte und Tipps zur Vermeidung von Übergriffen.

**Leitfrage:** Wie lässt sich der Leitfaden erfolgreich kommunizieren?



## Strategie zur Wissenschaftskommunikation, Projekt \_\_\_

**Aufgabe:** Nutzen Sie dieses Arbeitsblatt und planen Sie eine kleine Strategie zur Kommunikation der Ergebnisse.

**Beteiligte:**

### Konkrete Herausforderung

Welche Herausforderung wollen Sie konkret angehen? Warum?

### Hürden

Welche Hürden oder Widerstände erwarten Sie bei der Planung und Umsetzung der Strategie?

### Unterstützungsbedarf

Wo sehen Sie Unterstützungsbedarf bei der Planung und Umsetzung der Strategie?

### Ziel

Warum soll kommuniziert werden? Soll begeistert, informiert, überzeugt,... werden?

### Zielgruppe

Wer soll angesprochen werden? Gibt es Vorwissen? Welche Erwartungen, Sorgen und Ängste haben die Personen?

### Medium

In welchem Medium wird kommuniziert? Vortrag, Blog, Slam, Twitter, Zeitungsartikel, Interview...

### Stil

Welche (An)Sprache soll genutzt werden? Muss es sachlich, oder darf es auch lustig, unterhaltend, emotional sein?

### Thema

Was gibt es Konkretes und Wesentliches zu berichten? Was interessiert die Zielgruppe? Welches Beispiel kann herangezogen werden? Hier gilt: So wenig wie möglich, so viel wie nötig vermitteln.