



**WISSENSCHAFTSJAHR 2015 –
ZUKUNFTSSTADT**

ERGEBNISSE DER BEGLEITFORSCHUNG

Impressum

Herausgeber

com.X – Institut für Kommunikations-Analyse und Evaluation

Redaktion

Markus Gabriel (com.X)

Janna Solbrig (com.X)

Nicole Warthun (com.X)

Wissenschaftliche Begleitung

Prof. Alexander Gerber (inscico – Institute for Science and Innovation Communication)

Lektorat

Frauke Pilarek (12punkt – Agentur für Text und Bild)

Layout und Satz

Bosse und Meinhard, Bonn

Druck

Brandt GmbH Druck ^{PLUS} Medien

15 JAHRE WISSENSCHAFTSVERMITTLUNG

Die Entwicklung der Wissenschaftsjahre

Seit 2000 führt das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gemeinsam mit Wissenschaft im Dialog (WiD) die Wissenschaftsjahre (WJ) durch. Die Wissenschaftsjahre sind eine zentrale Initiative des BMBF auf dem Gebiet der Wissenschaftskommunikation. Sie zielen darauf ab, die Öffentlichkeit stärker für Wissenschaft und Forschung zu interessieren und mit Bürgerinnen und Bürgern in den Dialog über aktuelle Entwicklungen in Wissenschaft und Forschung zu treten. Von 2000 bis 2009 standen jedes Jahr einzelne Fachdisziplinen im Fokus, beispielsweise das Jahr der Physik (2000) oder das Jahr der Chemie (2003). Seit 2010 sind die WJ thematisch und interdisziplinär ausgerichtet und beschäftigen sich mit einem gesellschaftlich relevanten Zukunftsthema.

Doch nicht nur die inhaltliche Ausrichtung der WJ hat sich verändert. Die Organisatoren setzen in der Kommunikation heute vermehrt auf Online-Formate und interaktive Angebote – z. B. Science Slams und Real-Labore, die vor allem junge Erwachsene ansprechen. Kinder und Jugendliche sowie die interessierte Öffentlichkeit sind weiterhin Kernzielgruppen der WJ, hinzugekommen sind seit 2010 zusätzlich Adressaten aus Politik, Wirtschaft und der organisierten Zivilgesellschaft.

Direkte Bürgerbeteiligung stärker im Fokus der Wissenschaftsjahre

Begleitforschung zum Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt

Ziel der Begleitforschung war es, die WJ hinsichtlich ihrer Wirkung, Effizienz und Nachhaltigkeit zu untersuchen und eine empirische Grundlage für ihre zukünftige Weiterentwicklung zu schaffen. Durchgeführt wurde die Begleitforschung anlässlich des Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt vom Konsortium com.X – Institut für Kommunikations-Analyse & Evaluation (Federführung) und inscico – Institute for Science and Innovation Communication. Zu Grunde gelegt wurde ein Konzept, das die Untersuchung von Zielen, Prozessen, einzelnen Formaten sowie erwünschten und erzielten Wirkungen ermöglicht.

Für die Bewertung der Ziele und Prozesse wurden die Erwartungen von Initiatoren und Trägern sowie aktuellen und ehemaligen Partnern der WJ in den Blick genommen: Inwieweit decken sich die Ziele der unterschiedlichen Beteiligten? Wie passen sie zusammen? Außerdem wurde untersucht, wie gut die Organisationsstruktur, Planungs- und Steuerungsprozesse aufgestellt sind und welche Rolle das WJ für die Weiterentwicklung der Wissenschaftskommunikation in Deutschland spielt.

Auf der Wirkungsebene wurde analysiert, welche Zielgruppen von den Formaten des Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt erreicht wurden und wie intensiv diese die Angebote genutzt haben. Ebenfalls ermittelt wurden die generelle Bekanntheit der WJ sowie die mediale Reichweite und Resonanz zum Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt. Analysiert wurde ferner, inwiefern Formate des WJ dazu beitragen, das Interesse an Wissenschaft und Forschung zu steigern. Ermöglichen sie einen offenen und transparenten Dialog zwischen Wissenschaft und Bürgerinnen und Bürgern? Motivieren sie Institutionen und Forschende dazu, sich selbst mehr in der Wissenschaftskommunikation zu engagieren? Abschließend wurde untersucht, ob die WJ zur Wertschätzung der Wissenschaftskommunikation innerhalb wissenschaftlicher Institutionen beitragen.

Analyse der Wirkung, Effizienz und Nachhaltigkeit der Wissenschaftsjahre

DESIGN DER BEGLEITFORSCHUNG

Begleitforschung kombiniert quantitative und qualitative Methoden

Im Auftrag des BMBF hat das Konsortium com.X und inscico ein individuelles Design entwickelt, das quantitative und qualitative Methoden miteinander kombiniert. Der Methodenmix stellt sicher, dass zentrale Ergebnisse der Begleitforschung wechselseitig kontrolliert und punktuell vertieft werden können.

Die eingesetzten Methoden liefern vorzugsweise Erkenntnisse zu mehr als einem Analysebereich und ermöglichen auf diese Weise Querverweise untereinander. Zum Einsatz kamen z. B. Dokumenten-, Sekundär- und Inhaltsanalysen, leitfadengestützte Interviews, telefonische, persönliche und Online-Befragungen sowie Fokusgruppen. Wichtige überjährige Formate der WJ (beispielsweise die [Forschungsbörse](#) und das Ausstellungsschiff [MS Wissenschaft](#)) wurden ebenso wie spezifische Formate des Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt (die bundesweiten Science-Hacks [Hack Your City](#), die Mitmach-Aktion [Stadtklang](#) sowie die erste Phase des Städte-[Wettbewerb Zukunftsstadt](#)) als Fallstudien in die Untersuchung integriert.

Neben Nutzerinnen und Nutzern von Maßnahmen und Formaten wurden relevante Stakeholder und Zielgruppen – darunter zentrale Akteure und Partner der WJ, Expertinnen und Experten der Scientific Community und Science Policy – sowie die Bevölkerung insgesamt in die Begleitforschung eingebunden.

Eingesetzte Methode der Begleitforschung	Liefert Erkenntnisse zu:		
	WJ15	Formaten	WJ10-15
Quantitative Meta-Analyse WJ-Dokumente und qualitative Resonanzanalyse	✓	✓	✓
Onsite-Befragung Besuchende WJ15-Website (n = 495)	✓		
Qualitative Fachgespräche (persönliche Interviews) mit zentralen Akteuren (n = 32)	✓	✓	✓
4 Fokusgruppen mit Zielgruppen-Vertreterinnen und Vertretern (n = 32) (bildungsbenachteiligte/wissenschaftsferne Personenkreise)	✓		
Quantitative Online-Befragung Partnernetzwerk (n = 147)*	✓		✓
Quantitative repräsentative Online-Bevölkerungsbefragung (n = 1.006)	✓		✓
Quantitative Online-Befragung Nutzende Forschungsbörse (n = 238)	✓		✓
Quantitative Befragungen Veranstaltungs-Teilnehmende (n = 822)		✓	
Teilnehmende Beobachtungen		✓	
Leitfadeninterviews Veranstaltungs-Teilnehmende (n = 34)		✓	

*Mit n = 147 Teilnahmen (was einer Quote von 9% der eingeladenen Partner der WJ seit 2010 entspricht) blieb der Rücklauf unter dem, was in vergleichbaren Konstellationen erwartbar wäre. Die Struktur der Stichprobe entspricht jedoch hinsichtlich der institutionellen Hintergründe der Partner weitgehend der Grundgesamtheit, bildet diese also ab. Zudem werden die Ergebnisse der quantitativen Befragung durch die Ergebnisse der qualitativen Fachgespräche gestützt.

ZIELE, ZIELGRUPPEN UND STRATEGIEN DER WISSENSCHAFTSJAHRE – AUS SICHT DER PARTNER UND AKTEURE

Wie eine Online-Befragung von 147 Partnern zeigt, sind die WJ aus Sicht der beteiligten Institutionen – Forschungs- und Bildungseinrichtungen, Museen, zivilgesellschaftliche Organisationen und Kommunen – vor allem ein Mittel, um das gesellschaftliche Interesse an Wissenschaft und Forschung in der Breite zu vertiefen sowie die Bedeutung von Wissenschaft für die Zukunftsgestaltung zu vermitteln. Jeweils 78% stimmen entsprechend formulierten Zielaussagen zu.

Gefragt zu den Zielgruppen des WJ bestätigen Träger, Partner und beteiligte Institutionen des Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt, dass der vom BMBF eingesetzte Mix in der Ansprache von unterschiedlichen Zielgruppen richtig gewählt ist, nämlich ein „Spagat zwischen klassischem Wissenschaftspublikum und jungen Menschen einerseits und der Gesellschaft in der Breite andererseits“ (Zitat aus Fachgespräch mit internem Fachakteur).

Kommunale Partner raten zu langfristigen partizipativen Formaten

Wichtig für die Mehrheit der im Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt beteiligten kommunalen Partner sind langfristige Formen der Bürgerbeteiligung – wie sie im [Wettbewerb Zukunftsstadt](#) angelegt sind. Solche Partizipationsprozesse sollten ihrer Ansicht nach strategisch in den WJ weiter verfolgt werden. Dafür müssten institutionelle Entscheidungsträgerinnen und -träger in Politik und Verbänden sowie Multiplikatoren auf Bildungs- und kommunaler Ebene stärker und kontinuierlich in Planung und Umsetzung der WJ eingebunden werden.

Träger und Organisatoren der WJ sowie Wissenschaftskommunikatorinnen und -kommunikatoren (Öffentlichkeitsarbeitende der Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen, Sprecherinnen und Sprecher von Hochschulen etc.) schätzen den Nutzen von Bürgerbeteiligungsformaten vorsichtiger ein, insbesondere im Hinblick auf eine bürgerliche Mitgestaltung förderpolitischer oder forschungsstrategischer Prozesse.

Externe Fachakteure raten: bisherige Balance der Formate beibehalten

Grundsätzlich raten die interviewten Wissenschaftskommunikatorinnen und -kommunikatoren, den ausdifferenzierten Zielgruppenzuschnitt der WJ beizubehalten und weiter mit unterschiedlichen Formaten zu arbeiten (klassische Informations- und Vermittlungsformate, innovative Beteiligungsangebote und überjährig durchlaufende Programme im Bildungsbereich).

„Aufgabe ist es, die Bedeutung von Wissenschaft und Forschung in Politik und Gesellschaft zu stärken.“

Offene Nennung aus Partnerbefragung

„Bürger als relevante Akteure Agenda-Prozesse mitgestalten zu lassen, ist zu hoch gegriffen. Wie soll das in diesem Rahmen gehen?“

Zitat aus Fachgespräch mit externem Fachakteur

Strategischer Wechsel der Wissenschaftsjahre wird begrüßt

Die Neuausrichtung der WJ hin zu fächerübergreifenden, gesellschaftlich relevanten Zukunftsthemen finden die befragten Partner und Wissenschaftskommunikatorinnen und -kommunikatoren strategisch richtig – auch weil sie eine deutlich breitere Partnereinbindung erlaubt. Die bis 2010 erfolgten Schwerpunkte auf fachliche Disziplinen empfinden sie als überholt.

Die Auswertung der institutionellen Hintergründe der WJ-Partner seit 2010 zeigt, dass die disziplinenübergreifende Themensetzung greift und neue Partner dazugekommen sind. Stärker beteiligt sind seitdem beispielsweise gemeinnützige Vereine und Kommunen. Dies nehmen auch befragte Partner wahr, die mehrheitlich bestätigen, dass die jeweils wichtigsten Akteure – auch in außerwissenschaftlichen Bereichen – für die WJ gewonnen werden konnten.

BEKANNTHEIT DER WISSENSCHAFTSJAHRE IN DER BEVÖLKERUNG

Die repräsentative Bevölkerungsbefragung zeigt, dass insbesondere die Themen sowie die Logos der WJ bekannt sind: Jeweils bis zu ein Drittel der Befragten erinnert sich bei Vorlage an die jeweilige Wort-Bild-Marke der WJ von 2010 bis 2016/17.

27% der Bevölkerung kennen das Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt!

Einzelne WJ erreichen eine gestützte Bekanntheit zwischen 15% (Wissenschaftsjahr 2013 – Die demografische Chance) und 34% (Wissenschaftsjahr 2014 – Die digitale Gesellschaft), das in der Begleitforschung fokussierte Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt liegt mit 27% etwa im Durchschnitt aller Jahre. Es lässt sich folgern, dass WJ dann besonders gut gemerkt werden, wenn sie mit einem gängigen bzw. begrifflich bereits etablierten Namen verbunden sind.

Klammer „Wissenschaftsjahre“ weniger verankert im öffentlichen Bewusstsein

Spontan und ungestützt gefragt nach der Bekanntheit der „Wissenschaftsjahre“ zeigt sich, dass diese als Dachformat in der Wahrnehmung deutlich hinter einzelnen Themen und zentralen Formaten zurücktreten.

So ist die bundesweite Bekanntheit des Begriffs „Wissenschaftsjahre“ mit 10% zwar durchaus beachtlich, bedenkt man, dass sie weitgehend auf dezentrale Kommunikationsaktivitäten der Partner zurückgeht. Jedoch sind oft unklare Assoziationen mit dem Begriff verbunden und nur etwas mehr als die Hälfte der Wissenschaftsjahr-„Kenner“ verbindet mit dem Begriff auch tatsächlich das Dachformat des BMBF.

WIE SCHÄTZEN DIE PARTNER DIE „WISSENSCHAFTSJAHRE“ ALS MARKE EIN?

Die Mehrheit der befragten Partner (68%) wünscht sich die WJ als starke Dachmarke mit hoher Strahlkraft, sieht hier aber noch Entwicklungspotential.

63% der befragten Partner schätzen die WJ zwar bereits grundsätzlich als starke Dachmarke ein, merken jedoch an, dass ihre Strahlkraft und damit auch ihre Reichweite noch begrenzt sind.

Vorteile einer starken Dachmarke „Wissenschaftsjahre“

Wer sich eine stärkere Dachmarke mit hoher Wiedererkennung über die eigene Community und wissenschaftsaffine Personenkreise hinaus wünscht, begründet dies vor allem mit Vorteilen, die sich daraus für die Partner ergeben. Eine Stärkung der Dachmarke führe zu einer größeren Bekanntheit der WJ und ihrer Angebote und zahle so auch auf die beteiligten Akteure mit ein.

Relevanz von Themen, Inhalten und Angeboten der Wissenschaftsjahre

32% der befragten Partner halten eine starke WJ-Dachmarke hingegen für nicht relevant. Viel wichtiger sind für sie Themen, Inhalte, Angebote und Partner der WJ, die ihrer Meinung nach eine eigene Sichtbarkeit besitzen (sollten). Außerdem empfinden sie den Begriff der „Wissenschaftsjahre“ für einen Markenaufbau nicht gut geeignet, da er zu abstrakt sei.

„Ich empfinde die Strahlkraft auch bereits als gegeben, aber ausbaufähig. Interessant wäre hier eine konstruktive Verknüpfung mit der politischen Agenda auf Bundes- oder europäischer Ebene. Zum Beispiel, wenn im Wissenschaftsjahr Meere/Ozeane eine wichtige Konferenz oder wichtige Entscheidungen anstehen, die mit dem Wissenschaftsjahr in Verbindung gebracht werden können.“

Offene Nennung aus Partnerbefragung

„Mir wäre wichtig, dass das Wissenschaftsjahr für inhaltlich fundierte, innovative, aber sehr unterschiedliche Angebote der Wissenschaftskommunikation steht. Die Strahlkraft in verschiedene Communitys ist ohnehin dadurch gebrochen, dass die Themen wechseln und damit die Dachmarke immer wieder neu aufgefüllt wird.“

Offene Nennung aus Partnerbefragung

ERREICHEN DIE WISSENSCHAFTSJAHRE DIE GESELLSCHAFTLICHE BREITE?

Mehrheit der Besuchenden und Teilnehmenden ist hochgebildet

Wie entsprechende Vor-Ort- und Nachbefragungen zeigen, unterscheidet sich die Struktur der Besuchenden und Teilnehmenden an zentralen Formaten des Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt stark voneinander. Das gilt sowohl hinsichtlich des Alters, des Geschlechts, des formalen Bildungshintergrundes sowie dem grundsätzlichen Interesse an Wissenschaft und Forschung.

Die gesellschaftliche Breite wird indes über zentrale Formate hinweg nur sehr eingeschränkt erreicht: Sowohl [Hack Your City](#), der [Wettbewerb Zukunftsstadt](#) als auch die zentrale Website der WJ inklusive der [Stadtklang](#)-Aktion erreichen mehrheitlich ein formal hochgebildetes und damit per se wissenschaftsnahes Umfeld: Gut zwei Drittel der Befragten des [Wettbewerb Zukunftsstadt](#) und der [Stadtklang](#)-Aktion und jeweils drei Viertel der Website-Besuchenden und Teilnehmenden von [Hack Your City](#) geben einen Hochschulabschluss als höchsten erworbenen bzw. nächsten angestrebten Abschluss an. Schaut man sich die Bevölkerungsdaten des Mikrozensus 2014 an, demnach lediglich 16% der Bevölkerung in Deutschland über einen Hochschulabschluss verfügen, so zeigt sich hier ein deutliches Gefälle.

Breiteres Publikum durch niederschweligen Ansatz

Vergleicht man die unterschiedlichen Formate der WJ untereinander, spricht die [MS Wissenschaft](#) am ehesten ein breiteres Spektrum an Altersgruppen und Bildungsniveaus an. Dabei spielt die Attraktivität der interaktiv gestalteten Ausstellung für (familiäre und schulische) Gruppen eine ausschlaggebende Rolle. Auch der niederschwellige Zugang (kostenlos, meist innenstadtnah vor Anker liegend) erleichtert die Ansprache eines breiteren Publikums.

Die [SchulKinoWochen](#) erreichen durch den popularisierenden Ansatz der filmischen Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte ebenfalls bei Kindern und Jugendlichen ein breiteres Spektrum an Bildungshintergründen und Vorlieben. So schätzen die befragten Lehrkräfte das Interesse ihrer Schülerinnen und Schüler an Wissenschaft und Forschung im Vorfeld des Kinobesuchs eher mäßig (36%) bis gering (34%) ein und „nur“ die Hälfte aller teilnehmenden Schulklassen stammt von Gymnasien und Gesamtschulen.

NACHHALTIGE EFFEKTE UND ZUSAMMENWIRKEN VON FORMATEN

Hoher Stellenwert überjähriger Formate

Insbesondere bei überjährigen Vermittlungsformaten, die sich an Schulen bzw. Bildungseinrichtungen wenden, lassen sich nachhaltige Effekte bis hin zu Synergien durch das Zusammenwirken von Angeboten beobachten. So sind z. B. fast der Hälfte der Lehrenden, welche sich über die [Forschungsbörse](#) des WJ Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in die Schule vermitteln lassen, mit den [SchulKinoWochen](#) und dem Ausstellungsschiff [MS Wissenschaft](#) auch andere Angebote für Schülerinnen und Schüler bekannt. Einige (17% bzw. 14%) haben diese auch bereits genutzt.

Der hohe Stellenwert dieser überjährigen Formate zeigt sich auch im Anteil der Wiederholungs-Nutzenden: So hat zwischen rund einem Viertel ([SchulKinoWochen](#), [Forschungsbörse](#)) und einem Fünftel ([MS Wissenschaft](#)) der Befragten solche Angebote bereits mehr als einmal genutzt.

ZUFRIEDENHEIT UND POSITIVE HALTUNG BEI BESUCHENDEN UND TEILNEHMENDEN

Zentrale Formate haben hohes Aktivierungspotenzial

Befragte Besuchende und Teilnehmende sind grundsätzlich zufrieden mit ihrer Teilnahme an zentralen Formaten des Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt: Auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 bewerten sie beispielsweise die [Stadtklang](#)-Aktion mit der Note 1,7, [Hack Your City](#), [MS Wissenschaft](#) sowie den [Wettbewerb Zukunftsstadt](#) mit der Note 2,1.

84% der im Nachgang befragten Besuchenden der [MS Wissenschaft](#) wollen sich zudem weiterhin mit Themen der Zukunftsstadt beschäftigen. Und auch 61% der im Rahmen der [SchulKinoWochen](#) befragten Lehrkräfte beobachten bei ihren Schülerinnen und Schülern nach dem Kinobesuch Interesse, sich weiter mit Energie, Mobilität oder Stadtentwicklung auseinanderzusetzen.

Ein sehr hohes Aktivierungspotenzial zeigt sich darüber hinaus bei Bürgerveranstaltungen des [Wettbewerb Zukunftsstadt](#): 95% wollen sich auch zukünftig daran beteiligen.

Positive Haltungen zu Wissenschaft und Forschung bleiben bestehen

Besuchende „klassischer“ Vermittlungsformate wie der [MS Wissenschaft](#) haben oft schon im Vorhinein sehr positive Haltungen gegenüber Wissenschaft und Forschung. Wie die Begleitforschung zeigt, bleiben diese Haltungen nach dem Besuch der Ausstellung weiter bestehen bzw. sind kaum noch weiter in eine positive Richtung beeinflussbar. So bewerten Besuchende der Ausstellung nach ihrem Besuch den Einfluss von Wissenschaft und Forschung auf die Gesellschaft und ihre Bedeutung für die Gestaltung einer lebenswerten Zukunft nahezu unverändert als (sehr) positiv (93% bzw. 98%).

NACHHALTIGE EFFEKTE BEI PARTNERN AUF INSTITUTIONELLER EBENE

In den Partnereinrichtungen fördert die Beteiligung an den WJ vor allem Vernetzung und Bewusstseinsbildung: 57% der Partner bestätigen dies für ihre Institutionen. 45% registrieren zudem einen positiven (Lern-)Effekt für die gesamte institutionelle Öffentlichkeitsarbeit.

Neue und intensivere Kontakte und Kooperationen

Etwa zwei Drittel der Partner haben durch die WJ neue Kontakte geknüpft und den Austausch mit anderen Einrichtungen intensivieren können. 45% konnten darüber hinaus neue Kooperationen abschließen.

Meist erfolgte die Beteiligung an den WJ im Rahmen der üblichen Kommunikationsaktivitäten. Nur 38% der befragten Partner haben ihre eigenen Aktivitäten im Bereich Wissenschaftskommunikation während ihrer Teilnahme gesteigert und in nur 10% der Fälle erfolgte eine dauerhafte Aufstockung über das jeweilige Jahr hinaus.

Vor allem kommunale Partner profitieren

Schaut man sich die Ergebnisse hier differenziert nach Institutionen an, wird zudem deutlich, dass insbesondere kommunale und damit „neue“ Partner auf Ebene der Netzwerkbildung und Qualitätssicherung profitieren konnten. Sie haben in deutlich höherem Maße neue Kontakte geknüpft, sind Kooperationen mit anderen Einrichtungen eingegangen oder haben ihre Öffentlichkeitsarbeit verbessert. Partner aus Wissenschaft und Forschung verzeichnen demgegenüber häufiger einen längerfristigen Ausbau wissenschaftskommunikativer Aktivitäten in ihrer Institution.

„Die Unterstützung durch das Wissenschaftsjahr hat auch bei der Leitungsebene ‚Lust‘ auf Wissenschaftskommunikation gemacht und den Weg für (Format-) Weiterentwicklungen bereitet.“

Offene Nennung aus Partnerbefragung

WIE NEHMEN PARTNER UND AKTEURE DAS BMBF IM RAHMEN DER WISSENSCHAFTSJAHRE WAHR?

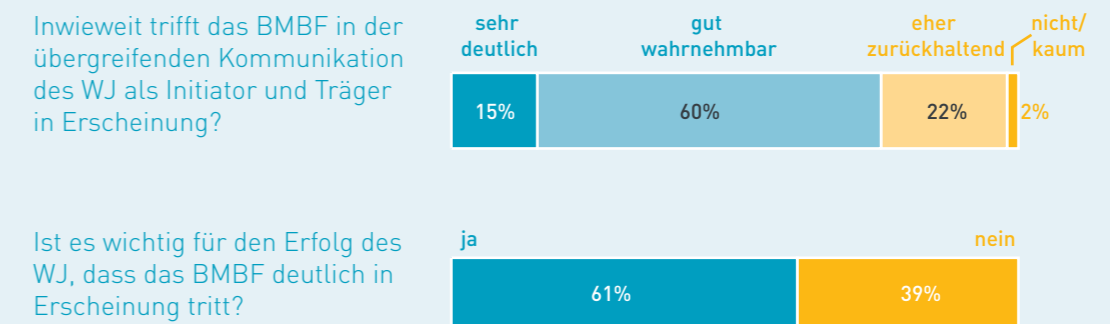
BMBF wird als Förderer von Forschung und Wissenschaftskommunikation begrüßt

Externe Fachakteure betrachten das BMBF, so das Ergebnis der Begleitforschung, generell als richtigen Träger der WJ. Auch die Konstellation und Zusammenarbeit mit WiD (zur Einbindung der Forschungsorganisationen) und dem DLR PT (zwecks Koordination der Kommunikation und Förderprojekte) wird gelobt und für nützlich befunden.

Partner nehmen BMBF als Initiator und Träger der Wissenschaftsjahre wahr

Eine deutliche kommunikative Präsenz des BMBF innerhalb der WJ wird von den Partnern mehrheitlich erlebt und auch so gewünscht – sowohl als kommunikativer Absender (seit 2010 werden die WJ auch im Logo deutlich als Initiative des BMBF gekennzeichnet) wie auch als politischer Rahmengerber.

Drei Viertel der befragten Partner, also die große Mehrheit, nimmt das BMBF in diesem Sinne als Initiator und Träger der WJ deutlich wahr. Immer noch die Mehrheit stimmt der Aussage zu, dass eine deutliche BMBF-Präsenz in der übergreifenden Kommunikation wichtig ist für eine erfolgreiche Gestaltung der WJ. Allerdings deutet sich hier bereits eine gewisse Skepsis seitens der Partner an.



Basis: n=147 aktuelle und ehemalige Partner der WJ

„Es muss einen Verantwortlichen geben, der gute Rahmenbedingungen und eine Vision aufzeigt, um die richtigen Akteure einzubinden und ein zielgerichtetes Arbeiten zu ermöglichen.“

Offene Nennung aus Partnerbefragung

BMBF steht für inhaltliche Qualität und hohe gesellschaftliche Relevanz

Befürworterinnen und Befürworter einer hohen BMBF-Sichtbarkeit in den WJ führen an, dass das Ministerium als neutrale und gewichtige Stimme in der Wissenschaft für inhaltliche Qualität sowie eine hohe gesellschaftliche Relevanz des Themas steht und damit eine breite Partnereinbindung erst ermöglicht.

Ablehnerinnen und Ablehner einer starken BMBF-Präsenz begründen ihre Haltung vor allem damit, dass Themen, Inhalte und Formate im Fokus stehen sollten. Die aktuelle Sichtbarkeit des BMBF z. B. durch das offizielle Logo empfinden sie bereits als ausreichend und nur eingeschränkt relevant für die Zielgruppen.

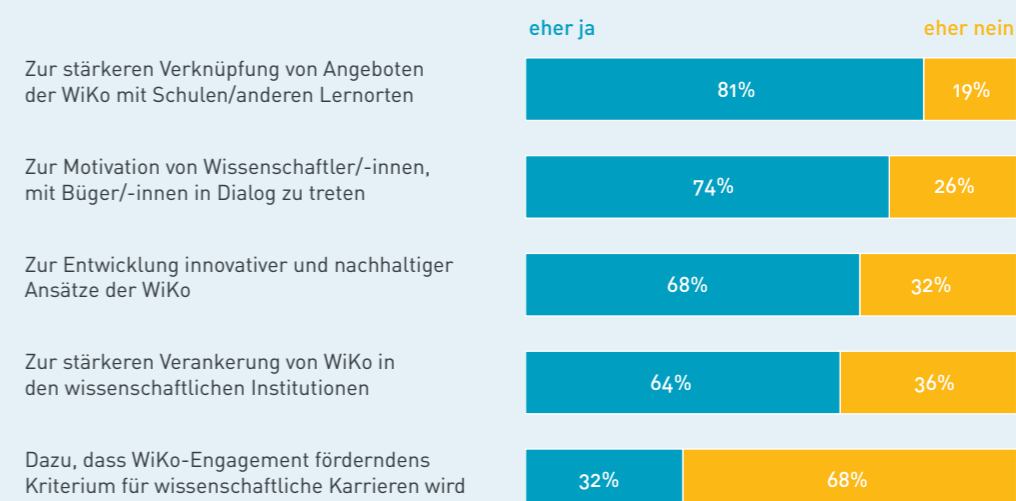
Langjährige Partner und Medienvertreter erleben Wissenschaftsjahre zunehmend als BMBF-Kampagne

Dass das BMBF in den WJ zunehmend eigene Leuchtturm-Projekte umsetzt, erleben gerade langjährige Forschungspartner und Medienvertreterinnen und -vertreter und kritisieren eine Verschiebung hin zu einer „BMBF-Kampagne“. Die WJ werden vor diesem Hintergrund auch als „Branding-Konkurrenz“ insbesondere zu größeren Forschungspartnern wahrgenommen. Eine Abkehr relevanter Partner, wie sie von einzelnen Fachakteuren prognostiziert wird, ist aktuell dennoch nicht zu erkennen und angesichts neu erschlossener Netzwerke wohl auch mittelfristig nicht zu erwarten.

WISSENSCHAFTSJAHRE FÖRDERN WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION IN DEUTSCHLAND

Befragte Partner und interviewte Fachexpertinnen und -experten aus Wissenschaft und Forschung sind der Meinung, dass die WJ einen sichtbaren Beitrag zur Entwicklung der Wissenschaftskommunikation in Deutschland leisten.

Leisten die WJ aus Ihrer Sicht einen relevanten Beitrag zur Entwicklung der WiKo in Deutschland?



Basis: n = 88 Partner der WJ, die in der Weiterentwicklung der Wissenschaftskommunikation und/oder Förderung systemischer Rahmenbedingungen wichtige Ziele der WJ sehen

„Inhalte und tatsächliche Akteure sind von größerer Bedeutung als das mehr oder weniger angemessen fördernde Ministerium.“

Offene Nennung aus Partnerbefragung

Anregung zum gesellschaftlichen Dialog und Entwicklung neuer Ansätze der Wissenschaftskommunikation

81% der Partner finden, dass die WJ Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zum gesellschaftlichen Dialog motivieren und dazu beitragen, WiKo-Angebote mit Bildungseinrichtungen zu verknüpfen. 68% sehen einen Einfluss der WJ auf die Entwicklung neuartiger Ansätze der Wissenschaftskommunikation und 64% eine stärkere Verankerung in die wissenschaftlichen Institutionen hinein. Wobei unter „Verankerung“ hier eher Effekte auf einer bewusstseinsbildenden denn strukturellen oder Ressourcenebene verstanden werden.

„Hemmnisse gibt es weniger bei der Durchführung, sondern im Follow-up: Die Wirkung verpufft nach Ablauf des Jahres sehr schnell, wenn die initiierten Themen nicht weiterverfolgt werden. Damit geht die Rolle als Ideengeber und Initialimpuls verloren. Kontinuität von Nachfolgemaßnahmen sollte konsequenter verfolgt werden.“

Offene Nennung aus Partnerbefragung

„WJ-Formate können für Themen Interesse wecken, aber was bisher fehlt – mit Ausnahme des Wettbewerbs Zukunftsstadt – ist Kontinuität!“

Zitat aus Fachgespräch mit externem Fachakteur

Nachhaltigkeit durch kommunale Förderung und überjährige Bildungsangebote

Einen Nachteil der jährlich wechselnden Themen sehen die befragten Partner darin, dass so kaum nachhaltige Veränderungen möglich seien.

Umso begrüßenswerter erscheint externen Fachakteuren der Wissenschaftskommunikation der Ansatz einer kommunalen Förderung über den [Wettbewerb Zukunftsstadt](#): Dadurch würden Impulse aus den WJ verstetigt und weiterentwickelt.

Auch überjährige Bildungsangebote wie die [SchulKinoWochen](#) oder die [Forschungsbörse](#) tragen nach Meinung der Partner zu einer Verstetigung bei.



BEAUFTRAGT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Wissenschaftsjahr 2015

Zukunftsstadt