



Die Zukunft der Wissenschaftskommunikation Muss die Politik den Wissenschaftsjournalismus retten?

Norbert Lossau

Zum Mitnehmen

- Eine Gesellschaft, die von den Erfolgen der Wissenschaft sehr stark abhängig ist, benötigt eine gut informierte Bevölkerung, die den wissenschaftlich-technischen Wandel verstehen und grundsätzlich mittragen kann. Dafür ist Wissenschaftskommunikation notwendig.
- Qualitätsorientierter Wissenschaftsjournalismus übernimmt wichtige Aufgaben an der Schnittstelle von Wissenschaft und Gesellschaft. Dies gilt auch für digitale Medien.
- Nachrichten aus dem Bereich Wissenschaft werden zunehmend von den Forschungseinrichtungen selbst verbreitet – über gedruckte Magazine und online via Soziale Netzwerke.
- Der digitale Wandel der Medienwelt ist insbesondere für den Wissenschaftsjournalismus eine Herausforderung. Stiftungsmodelle und Science Media Center könnten hier möglicherweise Beiträge zur Sicherung der Qualität und der Unabhängigkeit liefern.

INHALT

2 | Die Bedeutung von Wissenschaft und Forschung für die Gesellschaft

4 | Die Entwicklung des Wissenschaftsjournalismus

5 | Krise der Printmedien und Wissenschaftsjournalismus

6 | Neue Formate der Wissenschaftskommunikation

7 | Wissenschaftsjournalismus in Gefahr

8 | Journalismus und Glaubwürdigkeit

9 | Gefährlicher Schwund bei freien Journalisten

9 | Wissenschaftskommunikation auf der politischen Agenda

10 | Stiftungsfinanzierter Wissenschaftsjournalismus

11 | Mehr Kommunikatoren, weniger Journalisten

11 | Was könnte ein Science Media Center leisten?

12 | Was könnte die Politik tun?

Die Bedeutung von Wissenschaft und Forschung für die Gesellschaft

Der Wohlstand moderner Gesellschaften basiert maßgeblich auf den Erkenntnissen wissenschaftlicher Forschung und den daraus abgeleiteten Innovationen. Darüber herrscht weitgehend Konsens. Die EU strebt seit 2002 an, mindestens drei Prozent des Bruttoinlandsprodukts in Forschung und Entwicklung zu investieren – gleichsam als einen Eckpfeiler der Zukunftsvorsorge. (1)

Wissenschaftsbasierte Produkte und Dienstleistungen haben einen großen Einfluss auf das Leben der Menschen. Insbesondere die digitalen Technologien verändern das Berufs- und Privatleben mit großer Vehemenz. Es wird von einer „digitalen Revolution“ gesprochen. Insbesondere auch die klassischen Medien – und damit die Kommunikation von Wissenschaft – sind von dieser Revolution betroffen. Die Mechanismen massenmedialer und individueller Kommunikation haben sich in den vergangenen Jahren deutlich verändert. Eine tiefgreifende Wandlung im Verhältnis von Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit vollzieht sich mit großer, wahrscheinlich noch weiter wachsender Dynamik. Ein Ende der Transformation ist derzeit nicht absehbar.

Eine Gesellschaft, die in hohem Maße von den Erfolgen der Wissenschaft abhängig ist, kann den Weg des technischen Fortschritts nur gehen, wenn eine Mehrheit der Bevölkerung dies für richtig hält. Zumindest in einem demokratischen Staatswesen ist dies eine *conditio sine qua non*. Um gesellschaftliche Entwicklungen mitgestalten zu können, müssen Bürger die Chance haben, die Auswirkungen von Wissenschaft und Technik auf ihr Leben zu verstehen. Hier spricht man gemeinhin von einer „Bringschuld der Wissenschaft“. Sie muss transparent machen, woran mit welcher Intention geforscht wird und welche gesellschaftlichen Auswirkungen die neuen Erkenntnisse haben könnten. Diese sollen verständlich und möglichst ohne verzerrende Perspektive jedem zugänglich sein, der sich diese Information wünscht – insbesondere dann, wenn die Forschung öffentlich, also mit von den Bürgern gezahlten Steuern finanziert wird. Zwei Drittel der Forschung werden hierzulande allerdings von privaten Unternehmen finanziert. (2) Aus Gründen des Wettbewerbs und des Patentschutzes gelten hier andere Regeln im Hinblick auf Transparenz. Industrieforschung und deren Kommunikation sind nicht Gegenstand dieser Analyse.

Das Verfügbarmachen von Wissen über Wissenschaft, deren Erkenntnisse und Prozesse ist Aufgabe der Wissenschaftskommunikation. Ihr kommt in modernen Gesellschaften eine wichtige Rolle zu. „Wissenschaft und Journalismus gehören zu den unverzichtbaren Eckpfeilern einer demokratischen Gesellschaft. Pressefreiheit und Freiheit der Wissenschaft werden deshalb in der Verfassung garantiert (Artikel 5 des Grundgesetzes.)“, heißt es dazu in einer Stellungnahme der deutschen Wissenschaftsakademien. (3) Doch es geht nicht nur um Bürgerbeteiligung und demokratische Rechte. Neue Erkenntnisse befriedigen auch eine tief in der menschlichen Natur verankerte Neugier. Wissenschaft ist in diesem Sinne auch ein Kulturgut, das allen Interessierten zugänglich sein sollte.

Ein breites Verständnis von Wissenschaft und Technik in der Bevölkerung ist eine Voraussetzung für einen erfolgreichen Innovationsstandort, der seinen Bürgern materiellen und kulturellen Wohlstand ermöglichen kann. Eine ausreichende Zahl von exzellenten Physikern, Mathematikern, Informatikern, Chemikern, Lebenswissenschaftlern oder Ingenieuren ist unabdingbar für ein erfolgreiches Gestalten der Welt von Morgen. Allerdings wird hierzulande – und in der gesamten EU – ein großer Mangel an Naturwissenschaftlern, Ingenieuren und Facharbeitern beklagt. Mit Bezug auf das Institut der Deutschen Wirtschaft stellt die Bundesregierung fest, dass bis 2020

rund 1,4 Millionen Fachkräfte aus den Bereichen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik fehlen könnten. (4) Die Gründe dafür sind vielschichtig. Ein Aspekt ist die Breite und Tiefe der naturwissenschaftlichen Bildung in einer Gesellschaft. Entsprechende Angebote – von der Kita über die Schulen bis hin zu den Medien – spielen hier eine wichtige Rolle. Bildung ist ein Faktor, der mit dem wirtschaftlichen Erfolg eines Landes korreliert. Dies zeigt auch eine Studie von Professor Ludger Wößmann vom Zentrum für Bildungsökonomik an der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität. Sie zeigt die Abhängigkeit des BIP-Wachstums je Bürger von den Bildungsleistungen. (5) Es besteht ein linearer Zusammenhang, bei dem Deutschland im Mittelfeld liegt und Singapur und Taiwan die Spitzenplätze belegen: Mehr Bildung führt zu mehr Wachstum. Zur Bildung kann auch die Wissenschaftskommunikation einen Beitrag leisten.

Über die Ziele und Mechanismen der Wissenschaftskommunikation lässt sich nicht sprechen, ohne zunächst darzulegen, welche Aspekte dieser Begriff in sich trägt. Es gibt keine allgemein akzeptierte Definition für „Wissenschaftskommunikation“ und es werden je nach Perspektive andere Facetten in den Vordergrund gestellt. Diese sind davon abhängig, wer Absender und wer Empfänger des Kommunikationsinhaltes ist und ob es sich dabei um einen gerichteten Vorgang handelt oder um eine wechselseitige Interaktion. Die Motivation für eine Kommunikation über Wissenschaft kann sehr unterschiedlich sein.

In dem komplexen Netzwerk der Wissenschaftskommunikation spielen insbesondere folgende Absender und Empfänger eine Rolle:

- die Politik (u.a. Ministerien, Parteien, einzelne Politiker, Bundesbehörden)
- Institutionen, die Forschungsmittel vergeben (z.B. DFG, ERC, Stiftungen)
- Forschungsgesellschaften (z.B. Max-Planck-Gesellschaft, Fraunhofer-Gesellschaft, Helmholtz-Gemeinschaft, Leibniz-Gemeinschaft)
- Supranationale Einrichtungen (z.B. ESA, WHO)
- Universitäten
- Fachhochschulen
- NGO (z.B. WWF, Greenpeace)
- Fachverbände (z.B. VDE, vfa)
- wissenschaftliche Berufsverbände (z.B. DPG, GdCh, VDI)
- Fachzeitschriften und deren Verlage (z.B. Nature, Science)
- Preise verleihende Stiftungen (z.B. Nobelpreis, Kavli-Preis, Robert-Koch-Preis)
- Medien (öffentlich-rechtlich, privatwirtschaftlich) mit ihren Journalisten (Print, Online, TV, Radio), einzelne Blogger
- einzelne Wissenschaftler
- Bürger (in der Regel nur als Empfänger)

Die Absender verfolgen jeweils eigene Interessen. Im Rahmen dieses Papiers können nicht alle Aspekte und Wechselwirkungen innerhalb des komplexen Systems der Wissenschaftskommunikation betrachtet werden. Wir beschränken uns hier auf die zentralen Felder Politik, Wissenschaft, Medien und Gesellschaft.

- Die Politik (Regierungen, Parteien) will und muss vor der Gesellschaft rechtfertigen, warum sie Steuermittel für die Forschung bereitstellt. Die Relevanz und der Nutzen für die Bürger sollen deutlich und die staatlich geförderte Wissenschaft auch als Teil der Daseinsvorsorge erkennbar werden.
- Die politische Motivation für Wissenschaftskommunikation gilt weitgehend auch für alle Forschungseinrichtungen, die ganz oder teilweise durch Steuermittel

Facetten der Wissen-
schaftskommunikation

Akteure, Ziele und
Aufgaben

finanziert werden. Darüber hinaus entspricht es der intrinsischen Logik von Forschungseinrichtungen, sich nach außen als möglichst erfolgreich oder gar exzellent zu präsentieren. Sowohl Universitäten als auch außeruniversitäre Institute mit einem besonders guten wissenschaftlichen Ruf sind Magnete für Studierende und exzellente Forscher. Auch beim Einwerben von begehrten Drittmitteln gilt: „Forsche gut und rede darüber“. Denn die Konkurrenz zwischen den Forschungseinrichtungen hat sich in den vergangenen Jahren deutlich verstärkt.

- Die Medien sind Dienstleister für ihre Leser, Hörer, Zuschauer und Nutzer. Je nach Zielgruppe des jeweiligen Mediums müssen/sollen die spezifischen Erwartungen und Ansprüche der Rezipienten befriedigt werden. Beiträge über wissenschaftliche Themen werden nicht deshalb von den privatwirtschaftlichen Medien produziert, weil sie damit einen bildungspolitischen Auftrag ausführen wollen, sondern weil die Leser und Nutzer diese Themen stark nachfragen. Das große Interesse an Wissenschaftsthemen lässt sich im Printbereich mit sogenannten Readerscan-Analysen (6) und noch viel detaillierter bei Online-Produkten durch die Auswertung von Klickzahlen und Lesedauern nachweisen. Neben der Berichterstattung über relevante wissenschaftliche Erkenntnisse („Gatekeeping“) kommt den Medien auch die Rolle der „vierten Gewalt“ zu. Die gesellschaftlichen Konsequenzen von Forschung, mögliche Nebenwirkungen oder Verstöße gegen die „gute wissenschaftliche Praxis“ werden thematisiert, politische Hintergründe erläutert und wo nötig Kommentare geschrieben, die eine (subjektive) Einordnung anbieten.
- Das Interesse der Menschen an konkreten wissenschaftlichen Themen ist individuell verschieden und abhängig von persönlichen Vorlieben und Zugängen. In Deutschland stehen ihnen zahlreiche Informationsquellen zur Verfügung. Das Spektrum reicht von monatlich erscheinenden Wissenschaftsmagazinen über Wochenzeitungen mit großem Wissenschaftsteil und Tageszeitungen mit täglicher Wissenschaftsseite bis hin zu Wissenschaftssendungen im Radio und Fernsehen sowie zahlreichen Online-Angeboten. Bei der Vielfalt wissenschaftsjournalistischer Angebote nimmt Deutschland weltweit eine Spitzenposition ein. Dies gilt auch insgesamt für die journalistische Vielfalt.

Die Entwicklung des Wissenschaftsjournalismus

Der Medienwissenschaftler Professor Walter Hömberg (Emeritus der Universität Eichstätt) prägte mit Blick auf den Wissenschaftsjournalismus den Begriff vom „verspäteten Ressort“. Die klassischen Ressorts Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport waren längst selbstverständlicher Teil jeder Tageszeitung, als sich der Wissenschaftsjournalismus in den 1970er und 1980er Jahren langsam etablierte. Allerdings gab es bereits zuvor populärwissenschaftliche Magazine wie „Bild der Wissenschaft“.

Die gesellschaftliche Bedeutung von Wissenschaft wurde sichtbarer und die mit ihr verbundenen Chancen und Risiken den Menschen immer stärker bewusst: Atombomben, Kernkraftwerke, Gentechnik, Chemieunfälle, Interkontinentalraketen, Computertechnik, neue Medikamente. Die Bürger hatten bei mehr und mehr wissenschaftsbezogenen Themen das Bedürfnis, gut informiert zu werden – und zwar verständlich, kompetent, glaubwürdig und hinreichend schnell.

Die Nachfrage nach Wissenschaftsjournalismus wurde also größer. Das Unglück von Tschernobyl im Jahr 1986 sehen manche als Initialzündung für den hierzulande einsetzenden Boom des Wissenschaftsjournalismus. Tatsächlich gab es schon zuvor

Verspätetes Ressort

Informations-
bedürfnisse

Wachsendes
Interesse

Weichenstellungen für einen Ausbau. Einige Medien hatten die Berichterstattung über Wissenschaft bereits intensiviert, die Robert-Bosch-Stiftung startete ein Förderprogramm zur Ausbildung von Wissenschaftsjournalisten, das Bundesforschungsministerium lobte einen Preis für wissenschaftsjournalistische Beiträge aus, und die Journalisten gründeten 1986 die „Wissenschaftspressekonferenz e.V.“ (WPK), um aus dieser Nische heraus den Wissenschaftsjournalismus zu fördern.

Es folgte eine Phase des starken Wachstums, die bis zur Jahrtausendwende anhielt. Viele Medien bauten in diesem Zeitraum ihre Berichterstattung über Wissenschaft deutlich aus. Zudem erhielt Wissenschaft erstmals das Prädikat, einer täglichen Berichterstattung wert zu sein. Der Deutschlandfunk und die Tageszeitung „Die Welt“ läuteten mit einem täglichen Sendepplatz beziehungsweise einer täglichen Seite für Wissenschaft eine neue Ära ein. Heute, im Online-Zeitalter, ist eine tägliche, ja kontinuierliche Berichterstattung über Wissenschaft eine Selbstverständlichkeit. Insgesamt stieg die Zahl der Wissenschaftsjournalisten in den vergangenen 25 Jahren deutlich, das stärkste Wachstum gab es jedoch in den 1990er Jahren. (7)

Hochphase in den
1990ern

Krise der Printmedien und Wissenschaftsjournalismus

Die sogenannte Medienkrise ist kein Phänomen, das für den Wissenschaftsjournalismus spezifisch ist. Seit Jahren gehen bei den Tageszeitungen die Auflagen kontinuierlich zurück. Zusammen mit schrumpfenden Erlösen im Anzeigengeschäft und steigenden Kosten ist damit das Geschäftsmodell des Print-Journalismus gefährdet. Junge Menschen lesen praktisch keine Zeitungen mehr, sie informieren sich online. Im Bereich des Online-Journalismus hat sich jedoch eine „Gratis-Kultur“ etabliert, mit der sich Qualitätsjournalismus auf Dauer nicht finanzieren lässt. Erst seit wenigen Jahren reagieren die Verlage mit sogenannten Bezahlschranken („paywall“) und Abo-Modellen bei ihren Online-Angeboten. „Die Welt“ war im Dezember 2012 die erste überregionale Qualitätszeitung, die ihr Online-Angebot teilweise kostenpflichtig machte. Derzeit gibt es in Deutschland 113 Zeitungen mit Online-Bezahlschranken. (8) Es gibt dabei verschiedene Modelle. Beim sogenannten Metering-Modell bleibt eine bestimmte Anzahl von Artikeln pro Monat kostenfrei – erst danach muss bezahlt werden. Beim sogenannten Freemium-Modell bleiben alle Beiträge kostenfrei – bis auf eine bestimmte Auswahl besonders attraktiver Beiträge, die hinter der Bezahlschranke verschwinden. Eine alternative oder komplementäre Strategie kann darin bestehen, Einnahmen über Werbeerlöse zu erzielen. Dafür sind besonders hohe „Klickzahlen“ erstrebenswert, die man nicht erzielt, wenn das Angebot kostenpflichtig ist. Die entscheidende Frage lautet, ob sich insgesamt mit den Erlösen aus dem Online-Journalismus jene Einbrüche kompensieren lassen, die durch schrumpfende Gewinne im Print-Journalismus entstehen. Möglicherweise entstehen auch neue Kommunikationsformen, bei denen die bisherigen Player in veränderten Rollen sowie neue Akteure auftreten.

„Gratiskultur“ im
Internet

Die Großwetterlage im Journalismus hat selbstverständlich auch Auswirkungen auf den Wissenschaftsjournalismus. In den vergangenen zehn Jahren wurden in Deutschland nur noch wenige Redakteure in diesem Bereich eingestellt, und parallel wurden die Etats für den Einkauf von Beiträgen bei freien Journalisten zurückgefahren. Gerade die Freien spielen aber eine wichtige, oft unterschätzte Rolle für die Qualität von Medien. Seit den 1990er Jahren werden an mehreren deutschen Hochschulen Wissenschaftsjournalisten ausgebildet, die aber nur noch in Ausnahmefällen auf eine Tätigkeit in den klassischen Medien hoffen dürfen. Viele von ihnen finden

Weniger Redakteure,
mehr Freie

Anstellung in den Abteilungen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Forschungseinrichtungen. Auch etliche Wissenschaftsredakteure und sogar Ressortleiter sind in Pressestellen gewechselt. „Der PR-Sektor wächst, der Journalismus schrumpft“, bringt Medienforscher Stephan Ruß-Mohl die Entwicklung auf den Punkt. (9)

Der Boom der Wissenschaftskommunikation hat sich aus den Medien also in die Forschungsinstitute verlagert. Jede Universität und jedes außeruniversitäre Forschungsinstitut verfügt heute über eine Pressestelle, die große Informationsmengen bereitstellt. Diese zielen dabei längst nicht mehr nur auf Journalisten und Medien, die das Material verwenden und weiterverbreiten sollen, sondern übernehmen zunehmend selbst die Rolle von Massenmedien. Dutzende, meist hochwertige Wissenschaftsmagazine verbreiten die Forschungsinstitute selbst und geben sie in der Regel gratis an Interessenten ab. Zudem ermöglichen das Internet und soziale Netzwerke wie Facebook oder der Kurznachrichtendienst Twitter eine direkte Verbreitung von Wissenschaftsnachrichten – ohne Umweg über klassische Medien. Im Internetzeitalter öffnen sich der Wissenschaftskommunikation neue Wege – mit Chancen und Risiken. Professor Ruß-Mohl betrachtet die Entwicklung mit großer Sorge: „Sieht man, wie schwierig es ist, als Aufklärer in sozialen Netzwerken gegen Desinformation, wilde Gerüchte oder Verschwörungstheorien anzukämpfen, dann wird man illusionslos.“ (9) Und Eckart von Hirschhausen hat sicher recht, wenn er in diesem Zusammenhang schreibt: „Jede absurde These ist interessanter als ihre mühsame Widerlegung.“ (10)

Auf die Wissenschaftsberichterstattung in großen, überregionalen Qualitätsmedien wirkt sich diese Entwicklung bislang noch nicht oder nur wenig aus. Desaströs ist die Lage jedoch in vielen Regionalmedien. Dort gibt es oft keine Wissenschaftsredakteure mehr, wenn es sie denn jemals gab. Mitarbeiter von Presseabteilungen berichten stolz, dass ihre Mitteilungen bisweilen gänzlich unverändert den Weg in regionale Medienprodukte finden. Die Zahl der erzielten „Abdrucke“ ist dabei eine Art Score. Ein wenig beleidigt zeigt man sich nur, wenn ein Journalist über die redaktionell gar nicht bearbeitete Pressemitteilung seinen eigenen Namen schreibt. Doch das ist nur Koketterie. Auch ein solches Verhalten wird von den Absendern letztlich gern akzeptiert; Hauptsache die Botschaft erreicht möglichst viele Menschen und der Chef ist zufrieden. Auch das ist Wissenschaftskommunikation.

Neue Formate der Wissenschaftskommunikation

Ein anderes Phänomen ist die Entwicklung, dass medienaffine Forscher selbst zu Präsentatoren von Wissenschaft in der Öffentlichkeit werden. Aus Sicht der Wissenschaft ist dies begrüßenswert und Forschern, die ihr Kommunikationstalent auf dem TV-Bildschirm, in Zeitungsbeiträgen, Vorträgen und Büchern erfolgreich ausleben, winken attraktive Auszeichnungen, wie der mit 50.000 Euro dotierte Communicator-Preis der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) und des Stifterverbandes.

Parallel haben sich neue Formate wie die sogenannten Science Slams entwickelt. Dabei vermitteln meist junge Forscher Wissenschaft auf eine erfrischend andere, sehr unterhaltsame und einfach zu konsumierende Weise. Der Unterhaltungswert steht im Vordergrund, wenn Wissenschaftskabarettisten wie der Physiker Vince Ebert, der Mediziner Eckart von Hirschhausen oder die Science Busters ihrem Publikum zwischen den Pointen auch Wissen vermitteln. Die „Physikanten“ stellen effektvolle Experimente in den Vordergrund, „Science on stage“ holt Wissenschaft für Schüler auf die Bühne, das „Haus der kleinen Forscher“ ist eine Initiative, die Wissenschaft bereits Kindern im Vorschulalter nahe bringen möchte, und das Schiff „MS Wissen-

Institutionen
statt Medien
kommunizieren

Wissenschafts-
journalismus in
Regionalmedien

Medienaffine
Forscher statt
Journalisten

Wissenschaft als
Unterhaltung

schaft“ läuft Sommer für Sommer Städte an deutschen Flüssen an, um die Menschen unmittelbar mit aktuellen Themen der Wissenschaft in Kontakt zu bringen. Eine Vielzahl von Wissenschaftsmuseen – allen voran das Deutsche Museum in München – und Science Center – wie das „Universum“ in Bremen, „Phaeno“ in Wolfsburg oder das „Odysseum“ in Köln – leisten ebenfalls wichtige Beiträge zur Wissenschaftskommunikation. Wolfgang Heckl, der Generaldirektor des Deutschen Museum, ist zugleich Professor an einem Lehrstuhl für Wissenschaftskommunikation. (11) Überdies ruft das Bundesforschungsministerium seit 2000 Wissenschaftsjahre aus, bei denen es bundesweit Hunderte von öffentlichen Veranstaltungen zum jeweiligen Thema gibt.

Die Wissenschaftsjahre

- 2000 Jahr der Physik
- 2001 Jahr der Lebenswissenschaften
- 2002 Jahr der Geowissenschaften
- 2003 Jahr der Chemie
- 2004 Jahr der Technik
- 2005 Einstein-Jahr
- 2006 Jahr der Informatik
- 2007 Jahr der Geisteswissenschaften
- 2008 Jahr der Mathematik
- 2009 Forschungsexpedition Deutschland
- 2010 Die Zukunft der Energie
- 2011 Forschung für unsere Gesundheit
- 2012 Zukunftsprojekt Erde
- 2013 Die demografische Chance
- 2014 Die digitale Gesellschaft
- 2015 Die Stadt der Zukunft
- 2016 Meere und Ozeane

Die Wissenschaftskommunikation ist vielfältiger geworden, und interessierte Bürger können hierzulande ihre Neugier im Hinblick auf wissenschaftliche Themen auf vielerlei Weise befriedigen – und das meist kostenlos. Allerdings konzentrieren sich die Angebote auf große Städte und Ballungsräume. Der Konsum von Medien ist hingegen flächendeckend möglich. Wer sich über aktuelle Entwicklungen in Wissenschaft und Technik informieren möchte, dem steht ein breites Spektrum hochwertiger Quellen offen. An dieser Stelle sei angemerkt, dass Deutschland auch an dieser Stelle einen internationalen Spitzenplatz einnimmt. In keinem anderen Land gibt es nach Kenntnis des Autors so viele Medien mit Wissenschaftsressorts. Tägliche Wissenschaftsseiten sind global gesehen eine Rarität. Insgesamt ist Deutschland noch immer ein Paradies für Wissenschaftsjournalismus.

Wissenschaftsjournalismus in Gefahr

Doch es gibt die Sorge, dass sich das ändern könnte. Zum einen könnte eine Verschlechterung der finanziellen Lage dazu führen, dass gerade die „verspäteten“, vergleichsweise kleinen und damit oft nicht so etablierten Wissenschaftsressorts mit Einschnitten zu rechnen haben. Diese Gefahr erhöht sich angesichts der Entwicklung alternativer Kommunikationswege. Wenn es viele kostenlose Möglichkeiten gibt, sich über Wissenschaft zu informieren, werden dann an dieser Stelle die Medien überhaupt noch benötigt?

Die Antwort ist ein klares „Ja“. Die neuen Informationsangebote können zwar zur naturwissenschaftlichen Bildung beitragen. Doch die journalistische Bewertung, das

Breites Spektrum
hochwertiger Quellen

Unabhängigkeit ist
unabdingbar

Filtern von Nachrichten aus der gewaltigen Informationsflut anhand nachvollziehbarer Kriterien wie Relevanz, Richtigkeit oder Aktualität sowie das von Eigeninteressen freie Kommentieren von Forschungsergebnissen und neuen Technologien kann nur von unabhängigen und kompetenten Journalisten geleistet werden. Forschungsinstitute kommunizieren demgegenüber immer pro domo. Zumal dort die „einzelnen Akteure in verstärktem Maße in einem Wettbewerb um Reputation, Fördermittel und Einfluss stehen“, wie es 2013 der Siggener Kreis formulierte, der sich als „Denkwerkstatt für die Zukunft der Wissenschaftskommunikation“ versteht. (12) Eine moderne Wissensgesellschaft muss sich jedoch qualitativ hochwertig, neutral und unabhängig über Entwicklungen in und aus der Wissenschaft informieren können.

Journalismus und Glaubwürdigkeit

Glaubwürdigkeit

Wichtigstes Kapital des Journalismus, auch des Wissenschaftsjournalismus, wird in Zukunft noch stärker die Glaubwürdigkeit sein. Sie war auch bislang eine zentrale Voraussetzung für guten Journalismus und dessen Marketing. Doch in Zeiten, in denen die Menschen mit einer Flut ungefilterter Informationen aus den Weiten des Internets konfrontiert sind und viele von ihnen das Gefühl haben, dass manche Medien keine adäquate Darstellung der Realität zeichnen (bis hin zum unhaltbaren Vorwurf „Lügenpresse“) wird Glaubwürdigkeit zu einem entscheidenden Faktor. Für den Wissenschaftsjournalismus bedeutet dies, nach einem sinnvollen Kriterienkatalog (der von Medium zu Medium durchaus verschieden sein kann) eine für ihre Leser/ Nutzer relevante Auswahl und Einordnung von Themen vorzunehmen. Eine solche Funktion können Soziale Netze, wie wir sie heute kennen, nicht erbringen. Die Zahl falscher oder PR-getönter Informationen und absichtlicher Fakes ist dort sehr hoch.

Relevanz und Seriosität

Ein glaubwürdiger (Wissenschafts-)Journalismus darf nicht der Versuchung erliegen, den in Sozialen Medien entstehenden Trends zu sehr nachzugeben. Wenn die Kriterien der Relevanz und der Seriosität das Primat behalten, können Soziale Medien ein weiterer Stichwortgeber unter anderen sein. Ein Thema nur deshalb zu behandeln, weil es „gut klicken“ wird, sorgt zwar für kurzfristige Aufmerksamkeit, die sich daraus ergebende Verzerrung kann aber langfristig Glaubwürdigkeit beschädigen und damit die Möglichkeiten der Monetarisierung einschränken. Der Wissenschaftsjournalismus unterliege zunehmend den Gesetzen einer Aufmerksamkeitsökonomie, stellt Ruß-Mohl fest. Möglicherweise befinde er sich sogar „bereits auf dem Weg [...] zu einer Desinformationsökonomie.“ (9) Die Experten der Akademien-Studie betonen, dass „auch aus ökonomischer Perspektive journalistische Qualität ein zentraler Faktor für die Zukunftssicherung der Massenmedien“ sei. (3) Internet und Soziale Medien üben eine Verstärkerfunktion aus, die das Mainstreaming von Themen fördert. Medien sollten ihre Kompetenz in Sachen intelligente Filterung herausstellen und durch entsprechendes Agieren Glaubwürdigkeit generieren.

Fachwissen

Das Online-Zeitalter hat den Journalismus schneller gemacht. Damit wird die Fachkompetenz der Journalisten noch wichtiger. Fehlendes Hintergrundwissen kann und muss ein Journalist durch Recherchen ausgleichen. Beim Wissenschaftsjournalismus öffnet sich eine gefährliche Schere. Die Zahl der Berufsanfänger mit ressortspezifischem Fachstudium ist seit Jahren rückläufig. Den Absolventen in MINT-Fächern eröffnen sich viele berufliche Perspektiven in der Industrie und Forschungseinrichtungen. Das inzwischen stark verschulte Studium erschwert überdies das Sammeln jener journalistischen Erfahrungen, die in aller Regel Voraussetzung für ein Volontariat sind. Die Kombination aus schnellerem Journalismus und einem tendenziellen Rückgang des schnell verfügbaren Fachwissens erhöht die Wahrscheinlichkeit von Fehlern. Fehler aller Art zahlen jedoch negativ auf das Konto der Glaubwürdigkeit ein. „Gerade

in den allgemeinen Redaktionen vieler Medien besteht [...] insgesamt ein Defizit an wissenschaftlich, insbesondere an naturwissenschaftlich vorgebildeten Redakteuren“, heißt es im Akademien-Papier. (3)

Gefährlicher Schwund bei freien Journalisten

Für eine hohe Qualität wissenschaftsjournalistischer Produkte sorgen nicht zuletzt auch die freien Journalisten, die sich auf bestimmte Themenbereiche spezialisiert haben und dort auf Augenhöhe mit den betreffenden Forschern, ja Nobelpreisträgern kommunizieren können. Keine Redaktion kann für alle relevanten Themen angestellte Mitarbeiter mit einer so hohen Fachtiefe vorhalten. Gerade die Situation der freien Journalisten hat sich aber angesichts schrumpfender Etats und der Nutzung gemeinsamer ContentPools von zuvor unabhängigen Medien deutlich verschlechtert. Es gibt viele Beispiele von freien Wissenschaftsjournalisten, die angesichts dieser Entwicklungen lieber in eine Pressestelle gewechselt oder in einen erlernten Beruf zurückgekehrt sind (etwa Lehrer oder Psychologe). Die heute frei arbeitenden Wissenschaftsjournalisten haben in aller Regel noch weitere Einkunftsquellen, damit sie ihren Lebensunterhalt bestreiten können. „Fast jeder zweite Freiberufler übt eine Nebentätigkeit aus, um seinen Lebensunterhalt bestreiten zu können. Hauptarbeitsgebiete sind dabei PR und Werbung“, stellte das Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München bereits 2008 fest. (13) Eine anonyme Befragung der WPK von 99 Wissenschaftsjournalisten ergab, dass ein noch größerer Anteil von ihnen PR-Texte für Forschungsinstitute, Verbände und Industrieunternehmen schreibt. Daraus ergibt sich ein Glaubwürdigkeitsproblem. Ein stillschweigend akzeptierter und weitgehend eingehaltener Ehrencodex besagt, dass man als freier Journalist nur über solche Themen schreibt, für die man keine PR macht. Wer ganz ohne PR-Arbeit auskommt, hat beispielsweise eine feste halbe Stelle in einem unproblematischen „Brotberuf“ oder verdient für die Familie nur ein kleines Zubrot, weil der Ehepartner der Hauptverdiener ist. Es gibt auch seltene Fälle von finanziell unabhängigen Menschen, die Wissenschaftsjournalismus gleichsam als Hobby betreiben. Insgesamt muss man aber die Lage der Freien als problematisch bezeichnen. Eine Studie des Deutschen Journalistenverbandes (DJV) aus dem Jahr 2014 stellt fest, dass das durchschnittliche Brutto-Monatseinkommen der Freien 2440 Euro (Männer) und 1895 Euro (Frauen) beträgt. (14)

PR versus
Journalismus

Wissenschaftskommunikation auf der politischen Agenda

Die Herausforderungen im Bereich Wissenschaftskommunikation und Medien sind von der Politik erkannt worden und werden im Koalitionsvertrag von 2013 angesprochen. Dort heißt es: „Unabhängige und vielfältige Medien sind Grundpfeiler einer funktionierenden Demokratie.“ Und: „Wir wollen neue Formen [...] der Wissenschaftskommunikation entwickeln und in einem Gesamtkonzept zusammenführen.“ (15) Im Deutschen Bundestag gab es dazu am 14. Oktober 2015 eine Anhörung. Im Raum steht die Frage, welche Stellschrauben die Politik hat, um Wissenschaftskommunikation und -journalismus zu unterstützen.

Koalitionsvertrag

An dieser Stelle ist eine Unterscheidung von öffentlich-rechtlichen und privaten Medien sinnvoll. Die öffentlich-rechtlichen Medien sind in Deutschland bewusst staatsfern organisiert. Gleichwohl gibt es Möglichkeiten, die Berichterstattung über Wissenschaft in Fernsehen oder Radio zu stärken, wenn es dafür einen politischen Willen gibt. Jedenfalls wird in der Akademien-Studie (3) in Richtung Politik empfohlen: „Die Rundfunkräte der öffentlich-rechtlichen Sender sollten im Hinblick

Öffentlich-rechtliche
Medien

auf den Programmauftrag ein intensiveres Augenmerk auf eine stärkere Gewichtung der Ausgaben für Information, Bildung und Wissen im Vergleich zu unterhaltenden Inhalten legen. Vertreter der Wissenschaft sollten ein stärkeres Gewicht in den Rundfunkräten erhalten.“

In der Praxis ist eine solche Entwicklung aber nicht zu beobachten – eher im Gegenteil. Angesichts der Sparpläne des WDR, die Einschnitte bei der Wissenschaftsberichterstattung befürchten lassen, organisierte die WPK im Juli 2015 eine Unterschriftenaktion. (16) In dem Offenen Brief an WDR-Intendant Tom Buhrow beklagten die Unterzeichner, darunter der frühere WDR-Wissenschaftschef Jean Pütz, „dass nicht zu erkennen ist, wie der WDR künftig eine gehaltvolle Wissenschaftsberichterstattung sicherstellen möchte.“

Stiftungsfinanzierter Wissenschaftsjournalismus

Bei den privaten Medien sind direkte staatliche Hilfen zur Stützung des Wissenschaftsjournalismus nicht vorstellbar. Hier stehen eine Reihe von Marktteilnehmern im Wettbewerb. Eingriffe von außen könnten gar nicht so fein austariert werden, als dass nicht Wettbewerbsverzerrungen auftreten würden. Auch die Frage, was förderungswürdig ist und was nicht, lässt sich nicht sauber beantworten. Wer „Qualitätsjournalismus“ fördern möchte, wird schwerlich eine praktikable Definition dafür vorlegen können, wo Qualität anfängt und aufhört. Denkbar sind allenfalls pauschale Lösungsansätze, die dann aber an Zielgenauigkeit verlieren. Vielleicht sind steuerliche Entlastungen möglich, zum Beispiel ein Wegfall der Mehrwertsteuer für wissenschaftsjournalistische Produkte. Zu prüfen wäre auch, ob es eine Möglichkeit gibt, gezielt freie Wissenschaftsjournalisten zu fördern – vielleicht mit einem Steuerfreibetrag?

Ein großes Schlagwort in der Diskussion um die Zukunft des Wissenschaftsjournalismus ist die „Stiftungsförderung“. Die in den USA bereits umgesetzte Idee besteht darin, dass Stiftungen die Recherche und Umsetzung (wissenschafts-)journalistischer Themen finanzieren, so dass die auf diese Weise bereits honorierten Freien ihre Beiträge preiswerter oder sogar kostenlos den Medien anbieten können. Auch dieses Modell wirft zahlreiche Fragen auf. Zum einen muss dabei sichergestellt sein, dass der Förderer keinen Einfluss auf die Tendenz des Beitrags nimmt oder bereits durch die Auswahl der zu fördernden Arbeiten eine verzerrende Perspektive vorgegeben wird. Zum anderen stellt sich die Frage, ob alle Medien in gleicher Weise von solchen Angeboten profitieren würden oder das Anbieten kostenloser Beiträge den Wettbewerb beeinträchtigen könnte. Solange stiftungsfinanzierte Beiträge Einzelfälle sind, ist das sicher unproblematisch. Auch heute werden ja von diversen Institutionen bereits Recherche-Stipendien für bestimmte Themen/Länder vergeben oder Preisgelder für Beiträge in eng vorgegebenen Themenbereichen ausgelobt. Wenn jedoch das Gros des Wissenschaftsjournalismus von Stiftungen finanziert würde, wären Fragen zu Unabhängigkeit und fairem Wettbewerb zentral. Sollte das Modell eines stiftungsfinanzierten Journalismus hierzulande Fuß fassen, wäre die Politik gefragt, sinnvolle Rahmenbedingungen zu setzen. Medienhäuser sollten sich überlegen, wie sie zu einer solchen Entwicklung stehen und damit umgehen wollen. Bislang betrachten sie stiftungsfinanzierten Journalismus eher skeptisch.

Keine Eingriffe in
den Wettbewerb

Stiftungsmodelle

Mehr Kommunikatoren, weniger Journalisten

Eine der auffälligsten Schräglagen im Kommunikationssystem Wissenschaft ist das immer größere gewordene Verhältnis der Zahl von Wissenschaftskommunikatoren in den Presseabteilungen der Forschung zur Zahl der Wissenschaftsredakteure in den Medien. Da werden auf der einen Seite Berge von Informationen produziert, von denen nur ein Bruchteil überhaupt medial umgesetzt wird, ja werden kann. Das muss an sich nicht schlecht sein, denn eine große Auswahl an potenziellen Themen stärkt die Position des Journalisten. Zum anderen werden die in den Presseabteilungen zusammengetragenen Informationen ja auch für die interne Kommunikation, für Broschüren, Internetauftritte oder die Kommunikation mit der Politik, benötigt.

Gleichwohl wäre eine Analyse der Kommunikationssituation für beide Seiten – Forschungsinstitutionen und Medien – sinnvoll, um möglicherweise eine gemeinsame Win-Win-Strategie zu finden. Produzieren die öffentlich finanzierten Kommunikatoren vielleicht doch ein Überangebot und wäre es für Wissenschaft wie Gesellschaft nicht dienlicher, hier nach einer neuen Balance zu suchen? Gibt es Strategien, die eine Umverteilung in der Wissenschaftskommunikation ermöglichen, so dass die Zahl der Wissenschaftsjournalisten relativ zur Zahl der PR- und Pressearbeiter steigt? Daran müssten beide Seiten ein Interesse haben, denn Medien beliefernde Pressestellenmitarbeiter wären überflüssig, wenn es auf der anderen Seite keine Abnehmer mehr für ihre Angebote gäbe. Ein „Denkanstoß“ des Siggener Kreises (12) spricht die Gefahr an: „Insbesondere der Qualitäts-Wissenschaftsjournalismus droht im digitalen Strukturwandel der klassischen Medien marginalisiert zu werden.“

Es gibt auch Vorschläge, die in die umgekehrte Richtung weisen. Angesichts der schwächer werdenden Medien sollte die Kommunikationskompetenz der Wissenschaft weiter gestärkt werden, so dass sie gleichsam ohne Medien auskommen könnte. Hier steht insbesondere die Frage im politischen Raum, ob die Vergabe von Fördermitteln an eine das Forschungsprojekt begleitende professionelle Kommunikationsarbeit gekoppelt werden sollte. Eine Umsetzung dieser Idee würde jedoch die Unwucht im System erhöhen und den Journalismus weiter schwächen. So wichtig Wissenschaftskommunikation auch sein mag – eine Entscheidung darüber, ob ein Forschungsprojekt gefördert wird oder nicht, sollte allein nach wissenschaftlichen Kriterien erfolgen und nicht davon abhängen, ob der Wissenschaftler und sein Arbeitsgebiet medienkompatibel sind.

Was könnte ein Science Media Center leisten?

In verschiedenen Ländern gibt es sogenannte Science Media Center (SMC), die den über Wissenschaft berichtenden Journalisten Hilfestellungen geben. Die Konzepte variieren. Finanziert werden die SMC von Wissenschaftsorganisationen, Stiftungen und/oder Firmen. Science Media Center arbeiten im Idealfall unabhängig und vermitteln bei aktuellem Bedarf Ansprechpartner und Experten aus der Wissenschaft. Auch in Deutschland wird es ab Frühjahr 2016 auf Initiative der WPK ein SMC in Köln geben, das maßgeblich von der Klaus-Tschira-Stiftung finanziert wird. Im Vordergrund sollen die Vermittlung von Experten sowie Stellungnahmen zu aktuellen Wissenschaftsthemen stehen.

Grundsätzlich könnte ein SMC aber auch eine unabhängige Plattform sein, die wissenschaftsjournalistische Produkte mit hoher Qualität anfertigt und damit insbesondere für regionale Medien eine Dienstleistung erbringt, die sie aus eigener Kraft nicht oder nicht mehr leisten. Auch eine Kooperation mit einer Nachrichtenagentur wie dpa wäre denkbar.

Informationsflut aus
der Wissenschaft

Neue Balance
zwischen Journalis-
mus und PR?

Hilfsstellung für
Journalisten

Dienstleistung für
regionale Medien

Weitere Szenarien sind vorstellbar: Geeignete „Journalisten“ könnten aus den Forschungseinrichtungen in ein SMC entsandt werden – virtuell oder physisch. Ihre Arbeitsplätze würden im Rahmen eines geeigneten Modells direkt oder indirekt (weiterhin öffentlich, via Stiftungen und/oder Spenden) finanziert. Die journalistische Unabhängigkeit ließe sich garantieren, weil das SMC von der WPK geführt würde und die Geldgeber keinen Einfluss nehmen. Medien könnten wettbewerbsneutral von den Angeboten/Dienstleistungen eines solchen von Journalisten getragenen SMC profitieren. Es könnte auch Beiträge von Freien einkaufen, was wiederum deren Position verbessern würde. Und jeder, der den Wissenschaftsjournalismus stärken will, könnte das SMC finanziell unterstützen.

Was könnte die Politik tun?

Medienforschung fördern

Da die Freiheit des Journalismus und der Wissenschaften in der Verfassung verankert sind, gibt es hier keine einfache Antwort. Direkte staatliche Eingriffe in die Medien verbieten sich überdies auch aus wettbewerbsrechtlichen Gründen. Die Veränderung im gekoppelten System Wissenschaft und Medien verlaufen derzeit so dynamisch, dass es überdies nicht vorhergesehene Nebenwirkungen geben könnte. Sinnvoll ist medienwissenschaftliche Forschung, die Machbarkeit und mögliche Folgen angedachter Instrumente abschätzt. Mögliche Themen: Stiftungsmodelle, die Effizienz des öffentlich finanzierten Systems der Wissenschaftskommunikation, Science Media Center sowie Modelle zur steuerlichen Entlastung.

Naturwissenschaftliche Kompetenz

Die Notwendigkeit der Förderung naturwissenschaftlicher Kompetenz in der Gesellschaft insgesamt erscheint unstrittig. Die bestehenden Ansätze in den Bereichen Kita und Schule gilt es, zu validieren und gegebenenfalls weiter auszubauen. Die Weiterbildung von Journalisten zu fördern, ist zweifelsohne ein richtiger Ansatz. Die Leopoldina bietet seit 2012 „Tauchgänge in die Wissenschaft“ an, bei denen Journalisten zu wichtigen, latent aktuellen Themen mit solidem Hintergrundwissen ausgestattet werden. Einige Forschungsinstitute bieten Journalisten sogar an, mehrere Monate als „journalist in residence“ Wissenschaft hautnah zu erleben und sich vor Ort weiterzubilden.

Kommunikationskompetenz von Wissenschaftlern

Auf der anderen Seite ist die Verbesserung der Kommunikationskompetenz von Wissenschaftlern immer sinnvoll. Medienkompetenz sollte auch in naturwissenschaftlichen Studiengängen gefördert werden – nicht, um den späteren Wissenschaftler zum TV-Star zu machen, sondern um den Dialog mit den Medien zu verbessern. Davon profitieren beide Seiten.

Anmerkungen

- 1| *Beschluss der EU-Staats- und Regierungschefs 2002 in Barcelona*
- 2| *Bundesbericht Forschung und Innovation 2014, Seite 46*
- 3| *Stellungnahme von Leopoldina, Nationale Akademie der Wissenschaften, acatech, Deutsche Akademie der Technikwissenschaften und der Union der deutschen Akademien der Wissenschaften: „Zur Gestaltung der Kommunikation zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und den Medien“, Juni 2014*
- 4| *Stellungnahme der Bundesregierung vom 28.10.2013*
- 5| *Professor Ludger Wößmann vom Zentrum für Bildungsökonomik an der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität auf einer Veranstaltung der Konrad-Adenauer-Stiftung am 28.5.2015 sowie in seinem Buch „The Knowledge Capital of Nations – Education and the Economics of Growth“ (Co-Autor Eric A. Hanushek), 2015*
- 6| *Carlo Imboden: „Was wollen Leser von Wissenschaftsseiten. Ergebnisse und Konsequenzen von Reader-Scan-Analysen“. Tagungsvortrag auf der „Wissenswert“ in Bremen, 2007*
- 7| *Erhebung des Holtzbrinck-Verlags bei führenden deutschen Wissenschaftsredaktionen, 2015*
- 8| *Liste des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverlage (BDVZ) zu Angeboten mit Online-Bezahlschranke: www.bdvz.de*
- 9| *Professor Stephan Ruß-Mohl in Wissenschaft kommuniziert: „Wissenschaftsjournalismus auf dem Rückzug? Von der Aufmerksamkeits- zur Desinformationsökonomie“, April 2015*
- 10| *Eckart von Hirschhausen in „dpa-Whitepaper“ Nr. 3, 2015*
- 11| *Wolfgang Heckl: „Wissenschaftskommunikation – Schlüsselideen, Akteure, Fallbeispiele“, 2016*
- 12| *„Denkanstoß“ des Siggener Kreises, 2013*
- 13| *Studie: „Freie Journalisten in Deutschland“. Professor Michael Meyen, Nina Springer, Senta Pfaff-Rüdiger, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München, 2008*
- 14| *DJV-Umfrage freie Journalisten, 2014*
- 15| *„Deutschlands Zukunft gestalten.“ Koalitionsvertrag von CDU, CSU und SPD, 2013*
- 16| *Offener Brief der WPK (www.wpk.org) an den Intendanten des WDR, Juli 2015*

Der Autor

Dr. Norbert Lossau

Wissenschaftsjournalist, Mitglied des Beirats der Wissenschaftspressekonferenz WPK

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

Ansprechpartner:

Dr. Norbert Arnold

Teamleiter Bildungs- und Wissenschaftspolitik

Hauptabteilung Politik und Beratung

Telefon: +49(0)30/26996-3504

E-Mail: norbert.arnold@kas.de

Postanschrift: Konrad-Adenauer-Stiftung, 10907 Berlin

Kontakt zum Thema Publikationen:

publikationen@kas.de

ISBN 978-3-95721-191-0



Der Text dieses Werkes ist lizenziert unter den Bedingungen von „Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland“, CC BY-SA 3.0 DE (abrufbar unter: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>)

*Bildvermerk Titelseite
© Giuseppe Porzani,
fotolia.com*

www.kas.de