

ZWISCHENBERICHT HANDLUNGSFELD
WISSENSCHAFT UND ÖFFENTLICHKEIT

GRUNDLAGEN	Interne Evaluation; Klärung der Stiftungspolitik
INHALT	<ol style="list-style-type: none">1. Übersicht2. Thematik: Worum geht es?3. Wichtigste Aktivitäten der Gebert RUF Stiftung im Handlungsfeld4. Bisherige Ergebnisse, Wirksamkeit5. Learning Points: Folgerungen und Forderungen

1 ÜBERSICHT

Im Zentrum des Handlungsfeldes «Wissenschaft und Öffentlichkeit» steht für die Gebert RUF Stiftung die Förderung von Verständigungs-, Umsetzungs- und Austauschprozessen zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit.

Wissen ist die unerschöpfliche, kumulierbare und teilbare Ressource der Zukunft. Die Schweiz als rohstoffarmes Hochpreisland kann die erforderliche Produktivitätssteigerung im Industrie- und Dienstleistungssektor nur durch komplexe, wertschöpfungsintensive Produkte erzielen. Hier spielt die Ressource «Wissen» eine entscheidende Rolle. Deswegen muss die Schweiz ihre Stellung als qualitativ hoch entwickelter Bildungs-, Forschungs- und Innovationsplatz ausbauen. Nur wenn die Schweiz die Bereitschaft hat, in die Entwicklung zur «wissensbasierten Gesellschaft» zu investieren, kann sie auch in Zukunft mithalten, d. h. kann sie ihr hohes Lohnniveau rechtfertigen.

Die wissenschaftliche Lehre und Forschung wird in hohem Mass mit Steuergeldern finanziert. Heute nimmt in der Öffentlichkeit der Legitimationsdruck zu. Der Bürger versteht angesichts der komplexen Forschungsvorhaben oft nicht mehr, was da geforscht wird und wozu das gut sein soll. Zudem werden staatliche Mittel insgesamt knapper, und damit verstärkt sich der Verteilungskampf um öffentliche Mittel. Der Wissenschaftsbereich steht in Konkurrenz zu anderen Kostenverursachern: Gesundheitswesen, Sozialbereich, Infrastrukturprojekte und Kultur.

In diesem Kontext bekommt Kommunikation mit dem Bürger für die Wissenschaft existenzielle Bedeutung: Sie muss ihm klar machen, was die Wissenschaft leistet und was die Gesellschaft von der Forschung erwarten darf. Die Gesellschaft muss von den Forschenden als entscheidende Zielgruppe ernst genommen und in die Zukunftsgestaltung des Wissenschaftsstandortes Schweiz einbezogen werden. Nur dann wird sie die Notwendigkeit grosser Investitionen einsehen und befürworten.

2 THEMATIK: WURUM GEHT ES?

Der Bildungs-, Forschungs- und Innovationsplatz Schweiz steht vor grossen Herausforderungen. Weltweit ist ein Paradigmenwechsel auf dem Weg zur globalisierten Wissensgesellschaft und –ökonomie im Gang. Denn Wissen ist die unerschöpfliche, kumulierbare und teilbare Ressource der Zukunft. Sie ist Grundlage für das Verstehen grundlegender Vorgänge. Wissen bildet auch die Basis für eine stark wertschöpfende wirtschaftliche Produktion und die bestmögliche Organisation des gesellschaftlichen Zusammenlebens. Allein durch Wissen schliesslich können Lösungen für die grossen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts gefunden werden: Klimawandel, Hunger, Wasser, Energie usw.

Auf diese Herausforderungen im globalen Kontext kann die Schweiz mit drei Strategien antworten: Erstens mit Protektionismus und Abschottung, zweitens mit Wettbewerb um Löhne

und Steuervorteile und drittens mit Wettbewerb um Innovation und Qualität. Die Strategie, die im Rahmen der bestehenden Potenziale für die Schweiz allein nachhaltigen Erfolg verspricht, besteht darin, im Wettbewerb um Innovation und Qualität an vorderster Stelle dabei zu sein.

Der Bildungs-, Forschungs- und Innovationsplatz Schweiz ist heute bereits sehr leistungsstark. In den vergangenen Jahrzehnten ist hier viel investiert worden. Sein Qualitätsniveau ist erfreulich hoch. So steht die Schweiz z.B. in der Weltrangliste hinsichtlich der Nobelpreisträger und der wissenschaftlichen Publikationen ganz vorne. Doch im Bereich der Umsetzung von wissenschaftlicher Erkenntnis in gesellschaftlichem und wirtschaftlichem Nutzen liegt sie weit zurück. Hier sind die USA führend. Und Brasilien – ein Schwellenland – weist die grösste Wachstumsrate auf. Das darf der Schweizer Forschungspolitik nicht gleichgültig sein: Der Wissensstandort Schweiz steht eindeutig unter grossem Handlungsdruck.

Die nötigen Weichenstellungen im hoch kompetitiven globalen Umfeld erfordern vom Gesetzgeber grundlegende wissenschaftspolitische Entscheidungen. In einer direkten Demokratie aber heisst das: Nur wenn die politisch aktive Bevölkerung eine grundlegende forschungsfreundlichkeit entwickelt und dabei realistische Erwartungen an Wissenschaft und Forschung stellt, wird sie die wissenschaftspolitisch nötigen Weichenstellungen befürworten und mittragen.

In einer «Wissengesellschaft» kommt der Lehre und Forschung an den Hochschulen besondere Bedeutung zu. An den Universitäten wird die Grundlage zur Schöpfung des Produktes «Wissen» gelegt.

Schweizer Hochschulen und ihre Forschungsprojekte sind weitgehend durch die öffentliche Hand finanziert. Gleichzeitig trifft das spezialisierte Wissen aber zunehmend auf öffentliches Misstrauen oder löst Verunsicherung aus. Eine zunehmende Entfremdung von Wissenschaft und Öffentlichkeit aber hätte fatale Folgen für die Entwicklung des Bildungs-, Forschungs- und Innovationsplatzes Schweiz. Deshalb erlangt die Kommunikation zwischen Wissenschaft und Bevölkerung grösste Bedeutung. Wissenschaft und Forschung kann sich nicht abgehoben von der Gesellschaft, ohne Rücksicht auf deren Interesse und ohne deren Verständnis, entwickeln. Die Verantwortlichen im Wissenschaftssystem müssen durch eine zielgruppenspezifische Kommunikation den Bürger in die Lage versetzen, zu verstehen, um was es geht. Sie müssen ihm aufzeigen, welche grosse Chancen für eine hohe volkswirtschaftliche Wertschöpfung in der Zukunft durch eine grundsätzliche Investitionsbereitschaft in den Wissens- und Forschungsplatz Schweiz eröffnet werden. Nur wenn die politische Öffentlichkeit begreifen lernt, um was es geht, wird sie ihre Verantwortung erkennen und die nötigen hohen Mittel freigeben. Dem Transfer wissenschaftlicher bzw. wissenschaftspolitischer Themen in die Gesellschaft kommt deswegen eine immer wichtigere Rolle zu.

Kommunikation wird zu einer Kernaufgabe jedes einzelnen Forschungsprojekts beziehungsweise jeder Wissenschaftsinstitution. Kommunikation meint nun aber nicht bloss das möglicherweise widerwillige Abgeben von Informationen. Sie sucht den Dialog mit der Öffentlichkeit, hört zu, macht Zusammenhänge begreiflich, erläutert Optionen und lädt zur Partizipation ein. Falsche elitäre Konzepte über die Freiheit der Wissenschaft sind fehl am Platz. Wo es Freiheit braucht, muss auch der Sinn dieser Freiheit kommuniziert werden. Der Bürger wird sie dann gewähren, wenn er Vertrauen hat und die Vorteile dieses Grundwertes einsieht. Sein Informationsbedürfnis bzw. seine Forderung nach Rechenschaftsablage für die Nutzung eines immer grösseren Teiles des Sozialproduktes für die Entwicklung des Wissenschaftsstandortes Schweiz kann Wissenschaft nicht mit dem Verweis auf ihre Freiheit ablehnen. Zwar hätte die Gesellschaft langfristig den Schaden zu tragen, doch zuerst wäre eine qualitativ hoch stehende Forschung in der Schweiz das Opfer.

3 WICHTIGSTE AKTIVITÄTEN DER GEBERT RÜF STIFTUNG IM HANDLUNGSFELD

Die Gebert RUF Stiftung engagiert sich aus diesem Grund für eine vermehrte Kommunikation der Wissenschaft mit der Öffentlichkeit. Dabei zieht sie die Vorgehensweise «von unten nach oben» vor – eine Kommunikation also, die integriert in die Tätigkeit wissenschaftlicher Institutionen sowie verbunden mit den Forschungsprojekten erfolgt. Die Kommunikationsaufgabe kann nicht dadurch gelöst werden, dass man die öffentliche Meinung alle paar Jahre mit effektvoller Grosskampagnen zu gewinnen versuchen. Deren Wirkung lässt rasch nach, so lässt sich keine Nachhaltigkeit erzielen. Die Gebert RUF Stiftung tritt in ihrer Tätigkeit dafür ein, dass Kommunikation unabdingbar ist und die Wissenschaft sich diese auch etwas kosten lassen muss. Sie verfolgt deshalb eine dreifache Strategie:

Mit einer klaren Stiftungspolitik in der Öffentlichkeit Verständnis für den Innovationscharakter von Wissenschaft aufbauen: Als private Stiftung mit begrenzten Mitteln ist die Gebert RUF Stiftung ein Nischen-Player. Gerade deshalb muss sie ein eigenes klares Profil aufbauen. Sie positioniert sich in der Forschungs- und Wissenschaftslandschaft als Bindeglied zwischen Grundlagenforschung einerseits und unmittelbar angewandter Forschung andererseits. Auf der Basis von Grundlagenwissen, aber vor der gezielten Anwendung von Wissen fördert sie Projekte junger Forscher. Sie ermöglicht so eine experimentierfreudige, innovative, von wirtschaftlichen Zwängen freie, ergebnisoffene Forschung. Durch ihre klar auf Transfer von Wissen ausgerichtete Förderungspolitik und ihre Bereitschaft, hier ein Risiko zu tragen, leistet die Stiftung ihren Beitrag zur Entwicklung des Wissens-, Forschungs- und Innovationsstandorts Schweiz.

Kommunikation als Kernaufgabe jedes geförderten Wissenschaftsprojektes einfordern: Die von der Gebert RUF Stiftung geförderten Projekte zeigen durch ihre klare Transferorientierung der Gesellschaft nachvollziehbar auf, wie die Forschung potentiell nützliche Ziele verfolgt. Diese sind öffentlich kommunizierbar. Gerade auch sehr innovative, experimentelle und interdisziplinäre Projekte sollten – bei allem Eigenwert der Forschung – in der Lage sein, mögliche Ergebnisse und Wirkungen zu antizipieren, solche aufzuzeigen und anschaulich zu vermitteln. Diese Vermittlung zwischen der Eigenlogik von Wissenschaft und dem Informations- und Verständnisbedürfnis der Öffentlichkeit zu ermöglichen und – auch durch entsprechendes Training der Projektmitarbeitenden – zu unterstützen, gehört zu den Zielen und Aufgaben, welche die Gebert RUF Stiftung von jedem ihrer Projekte einfordert. Bei grösseren Projekten mit speziellem Kommunikationspotenzial stellt sie gar ein spezielles Budget zur Entwicklung einer konzeptionellen Kommunikation zur Verfügung.

Forschungsprojekte mit expliziter Zielsetzung in der Kommunikation zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit fördern: Im Handlungsfeld «Wissenschaft und Öffentlichkeit» fördert die Gebert RUF Stiftung auch Projekte mit fokussierter Kommunikationszielsetzung. Diese entsprechen einem der folgenden Kriterien:

Zur dieser Kategorie zählen Projekte, die an Neugierde bzw. an ein Interesse der Öffentlichkeit für ein bestimmtes Wissensgebiet anknüpfen. Sie nutzen den Interessesog der Öffentlichkeit an einem bestimmten Thema und machen ihr daran beispielhaft klar, welche Perspektiven Wissenschaft und Forschung eröffnen. Die Strategie besteht hier darin, ein starkes öffentliches Interesse zu nutzen, auf dieses Interesse durch Bereitstellen von anschaulichen Informationen zu antworten und so den Wert von Wissenschaft für die künftige Entwicklung deutlich zu machen.

- ADA (GRS-008/02): der intelligente Raum (Grossprojekt, spielerische Umsetzung von Erkenntnissen aus der Hirnforschung und der Computertechnologie an der expo.02).
- NOVA - 3D-Display als Hochschulblickfang (GRS-043/05)

Zu dieser Gruppe gehören Projekte, die der Öffentlichkeit deutlich machen, wie bei einem Thema von allgemeinem Interesse durch zur Verfügung stellen von wissenschaftlicher Expertise die (politische) Meinungsbildung in ihrer Qualität eklatant verbessert wird. Dadurch wird das Transferpotenzial von Wissenschaft für gesellschaftliche Entwicklung deutlich; solche Projekte kommunizieren direkt den Wert von Wissenschaft für die Gesellschaft. Die Strategie bei diesen Projekten besteht darin, einen Meinungsgegenstand von hohem öffentlichem bzw. politischem Interesse bei bestimmten Zielgruppen der Öffentlichkeit aufzugreifen, und an diesem zu zeigen, wie wissenschaftliche Expertise die Auseinandersetzung um ein wichtiges Thema qualitativ zu verbessern vermag.

- Evaluation Schulprojekt 21 (GRS-038/99)
- Zweisprachigkeit, Module Biel/Bienne (GRS-093/99) und Fribourg/Freiburg (GRS-033/02)
- CASS – Stipendien für wissenschaftliche Politikberatung der Parlamentskommissionen (GRS-068/00, GRS-073/03)
- Schweiz – ein städtebauliches Portrait (mit Umsetzung) (GRS-085/99)
- Allgemeinwissenschaft und Gesellschaft, Enzyklopädien als Indikatoren für die Veränderung der gesellschaftlichen Bedeutung von Wissen, Bildung und Information (GRS-023/02)
- Treffpunkt Kunst (neue Ansätze der Kunstvermittlung am KKL Luzern) (GRS-067/01)
- Virtuelle Patientenbehandlung: Entwicklung eines Fort-, Weiter- und Ausbildungscurriculums (GRS-087/03)
- Bollywood/Switzerland: Das indische Kino in der Schweiz (GRS-070/00)

In dieser Gruppe befassen sich die Projekte direkt mit der zunehmend wichtigen Kommunikationsaufgabe der Wissenschaft bzw. der öffentlichkeitswirksamen Aufbereitung wissenschaftlicher Erkenntnisse für die Gesellschaft. Die Strategie besteht bei diesen Projekten darin, der Wissenschaft Einsichten und Erfahrungen im Hinblick auf eine wirksame Kommunikation der Wissenschaft mit der Öffentlichkeit zu vermitteln. Hierzu gehören einerseits Projekte, die das Metawissen über die Kommunikation der Wissenschaft mit der Öffentlichkeit vermehren. Andererseits geht es hier auch um das Sammeln von Erfahrungen mit neuen Informationskonzepten, neuen Medien beziehungsweise neuen Weisen der Wissensaufbereitung:

- Aktion Kommunikation von Wissenschaft im Raum Zürich (GRS-011/01)
- Welche Anreize müssen geschaffen werden, damit sich mehr Forscherinnen und Forscher in der Öffentlichkeit engagieren (Handlungskonzept) (GRS-055/00)
- Konferenz Public Understanding of Science (GRS-049/02)
- BIBEL + ORIENT-Museum (ein Museum mit neuen Wegen der Wissensvermittlung, interaktiver Internetauftritt) (GRS-027/01)
- Hugo, Higgs und Habermas, ein Forschungsmagazin für die Schweiz (Entwicklung der Nullnummer als Grundlage, um Interesse von Verlagen zu wecken) (GRS-012/01)
- Mittelbeschaffung für Forschungsprojekte (Handlungsempfehlungen für das Vorgehen) (GRS-030/02)

Zur letzten Gruppe gehören Foren, Kongresse, Manifeste und Preise, die aktuelle Themen der Wissenschaftsentwicklung bzw. der Wissenschaftspolitik explizit für die öffentliche Wahrnehmung aufbereiten. Die Strategie besteht hier darin, durch öffentliche Foren oder durch Ermöglichen von Ereignissen mit Meinungsbildungspotenzial wichtige Themen der Wissenschafts- und Forschungspolitik bzw. den Beitrag der Wissenschaft zur Gesellschaftsentwicklung zuhanden der Öffentlichkeit deutlich zu machen. Der Einbezug der Medien in solche Anlässe ist entscheidend. Sie leisten durch ihre Berichterstattung einen Beitrag zur Kommunikation mit den von diesem Thema betroffenen Zielgruppen.

- Swiss Science Forum 2003, 2004, 2005 (GRS-008/03, GRS-036/04, GRS-016/05)
- Manifest für einen Denkplatz Schweiz (GRS-056/01)
- Swiss Transdisciplinary Award (GRS-060/99)
- International Young Physicist Tournament 2005 (GRS-037/04)

4 BISHERIGE ERGEBNISSE, WIRKSAMKEIT

Das Handlungsfeld «Wissenschaft und Öffentlichkeit» ist als solches nie abgeschlossen. Bisher hat die Gebert Rüt Stiftung durch erfolgreiche und zum Teil auch weniger wirksame Projekte viel an Erfahrung gesammelt. Diese wird in der Stiftungspolitik ständig reflektiert und zu Best-Practice-Modellen der Kommunikation von Wissenschaft und Forschung mit der Öffentlichkeit verarbeitet. (Siehe nachstehende Learning Points).

Davon profitiert zuerst einmal auch die stiftungseigene Kommunikation. Die Gebert Rüt Stiftung hat in den vergangenen Jahren zum Zweck der besseren Kommunikation ihrer forschungspolitischen Position, ihre eigene Identität durch eine klar formulierte Stiftungsstrategie (im Sinne des Stiftungszwecks) geklärt. Dadurch wird ein immer klareres und konsistenteres Handeln möglich, das aus sich heraus kommunikativ wirkt. Das Image der Stiftung nähert sich damit immer mehr der definierten Identität. Das zeigt sich z.B. daran, dass immer mehr Unterstützungsgesuche genau in dem Bereich liegen, in dem die Stiftung ihre Fördertätigkeit positioniert. Zunehmend bringen sich nun neben einzelnen Forschenden auch wissenschaftliche Institutionen immer mehr als Partner ein und legen Projekte vor, die präzise dem Stiftungsziel entsprechen. Parallel zur Identitätsklärung hat die Gebert Rüt Stiftung ihr eigenes Kommunikationssystem aufgebaut. Die visuelle Identität der Stiftung sowie ihre Kommunikationsmassnahmen und deren Entwicklung unterstützen die Imageentwicklung aufs Beste. Hier erlebt die Stiftung am Eigenbeispiel, dass konzeptionelle Kommunikation eine grosse Hebelwirkung hat.

Die Erfahrungen, welche die Gebert Rüt Stiftung in den ersten Jahren in diesem Handlungsfeld gemacht hat, haben dazu geführt, dass sie ihre Kriterien und Handlungsziele immer besser fassen konnte. Durch Reflexion ihrer Erfahrungen im Handlungsfeld wurde die Gebert Rüt Stiftung zur «lernenden Organisation». Eine klare Kriteriensetzung (siehe Punkt 3) gibt ihr nun die Möglichkeit, im Handlungsfeld «Wissenschaft und Öffentlichkeit» gezielt Projekte zu initiieren oder zu akquirieren, die bisherigen Erfahrungen und Erkenntnisse zu vertiefen.

5 LEARNING POINTS: FOLGERUNGEN UND FORDERUNGEN

Kommunikation wird zunehmend zur Existenz sichernden Kernaufgabe der Wissenschaft

Bis vor wenigen Jahrzehnten wurde der Wert von Wissenschaft und Forschung für die Entwicklung der Gesellschaft allseitig bejaht. Die Freiheit der Wissenschaft als Voraussetzung für ihr Funktionieren war ein gesellschaftlich anerkannter Grundwert. Das hat sich grundlegend geändert. Aber immer noch tut die Wissenschaft so, als ob dieser Wert nicht hinterfragt würde. Doch heute sind Wissenschaft und Forschung in der Öffentlichkeit zu einem «unbekannten Bereich» geworden. Forschungsvorhaben haben eine so starke Spezialisierung und eine so hohe Komplexität erreicht, dass es oft schwer fällt, der Öffentlichkeit ihren Sinn und Wert deutlich zu machen. Eine gleichgültige Öffentlichkeit aber wäre für die Zukunft der Wissensgesellschaft der Schweiz fatal. Denn hier entscheidet ja der Gesetzgeber – und damit der Stimmbürger – darüber, ob er die Investitionen in die Weiterentwicklung der Wissensgesellschaft tätigen will. Wissenschaft muss deshalb auf allen Ebenen Kommunikation als Kernaufgabe begreifen. Sie ist nicht etwas, das ausserhalb des Kerngeschäfts liegt, das man zusätzlich und mit der linken Hand tun kann. Wo die Öffentlichkeit eine solche Haltung spürt, nimmt sie dies als Signal für Arroganz und bricht ihrerseits die Kommunikation ab. In den vergangenen Jahren haben die Kommunikationsstellen an Hochschulen und bei Forschungsprojekten zugenommen. Ihre Auf-

gabe besteht aber nicht darin, «günstigen Wind» zu machen, damit die Wissenschaft weiter unbehelligt forschen darf. Diese Kommunikationsstellen müssen vielmehr als wissenschaftsinterne Vertreter der Öffentlichkeit sein. Sie müssen als Advokaten der Öffentlichkeit die Fragen und Bedürfnisse der Öffentlichkeit ins Wissenschaftssystem hineinragen. Wissenschaftler haben ihre Kommunikationsaufgabe als willkommene Chance für eine ihre Existenz sichernde Plattform mit der Öffentlichkeit, nicht als Störung des Eigentlichen zu begreifen. Das aber erfordert die Bereitschaft, einen wesentlichen Teil der Mittel für Kommunikationsaufgaben freizustellen. Forschende müssen ein ebenso starkes Engagement für Kommunikation wie für ihr Forschen zeigen. Hier ist der erforderliche Kulturwandel noch längst nicht vollzogen. Beim innovationsgetriebenen und transferorientierten Mittelbau, den die Gebert RUF Stiftung prioritär fördert, sind solche neuen Kulturwerte der Kommunikationsgesellschaft bereits vorhanden. Gerade deshalb fördert die Stiftung die Kommunikation ihrer Projekte und stellt dafür gar Budgets zur Verfügung. So geraten die Forschenden nicht ins Dilemma, zwischen Kerngeschäft (Forschung) und Kommunikation entscheiden zu müssen.

Fazit: Die finanziellen Mittel eines Forschungsprojektes, die nicht für Forschung, sondern für Kommunikation dieser Forschung ausgegeben werden, sind als ein Hebel zu verstehen. Sie verdoppeln und verdreifachen den Wert der für Forschung aufgewendeten Mittel. Der Forscher, der sich aus dem Blickwinkel der Öffentlichkeit befragt, verliert nicht Zeit, sondern gewinnt neue Einsichten und ein besseres Verhältnis zum Stellenwert und den Resultaten seiner Forschung.

Scientotainment – ist nicht unter der Würde von Wissenschaft und Forschung

Edutainment – eine Mischung aus erlebnisorientierter «Edukation» und Informationsvermittlung – wird unter «seriösen» Wissenschaftlern oft als billiger Kniefall vor der Masse abgelehnt, manchmal nur als notwendiges Übel akzeptiert. Die Sachbezogenheit von Wissenschaft bzw. das nüchterne Argumentieren der Forschung scheut sich vor dem Griff in die erlebnisorientierte Trickkiste. Doch unsere Gesellschaft muss als «Erlebnisgesellschaft» verstanden werden. Deren Individuen suchen Lebenssinn und Werte des Lebens in «Erlebnissen». Sie erhalten diese durch gesellschaftliche Institutionen des von ihnen gewählten Lifestyles bzw. dessen Medien vermittelt. Zunehmend reagieren die Erlebnis suchenden Individuen nicht mehr auf autoritäre Gesellschaftsvorgaben. Sie beanspruchen, selber die Fragen zu stellen, ihre individuelle Meinung zu äussern, wollen sich nicht belehren lassen, sondern im Prozess der Kommunikation ihre Auffassung entwickeln. Dem können sich Wissenschaft und Forschung nicht entziehen. Wissenschaftliche Kommunikation hat deshalb bei ihrer Kommunikation das Prinzip der «Elementarisierung» und der «Zielgruppenorientierung» anzuwenden. Elementarisierung bedeutet die Bereitschaft, seine komplexen Inhalte so aufzuteilen, dass man damit an die elementaren Voraussetzungen anknüpfen kann, die das Gegenüber mitbringt. Zielgruppenorientierung meint, dass man vom Interesse und den Bedürfnissen und der Sprache – und das ist mehr als die Wortwahl! – der Zielgruppe ausgeht.

Die Gebert RUF Stiftung hat deshalb – sozusagen als starkes Beispiel und als Lernfeld – ein kostspieliges Projekt gefördert: An der expo.02 wurde «ADA – der intelligente Raum» aufgebaut. Hier wurden Erkenntnisse der Hirnforschung und kybernetischer Lernprozesse auf einen «intelligenten Raum» angewendet. Sehr erlebnisorientiert, durch Lichter, durch eigene sinnliche Äusserungen (Schreien, Springen) konnten die Besucher im Kollektiv mit den anderen dem Raum in einem Lernprozess etwas «einprägen», sodass er aus diesem «neu erlernten Zustand» heraus agierte und damit dabei das Verhalten der Besucher beeinflusste. Das Projekt bot als Basis bestes «Edutainment». Es unterzog sich dem Prinzip der Elementarisierung: Wer sich mit wenigen Voraussetzungen dem Erlebnis in diesem Raum stellte, konnte ihn danach befriedigt verlassen. Er hatte «erlebt», wie ein Raum lernt, mit der Gruppe zu interagieren, auch wenn er nicht begriffen hat wie. Wer mehr wusste, sich deshalb vor dem Erlebnis oder danach der Lektüre unterzog, gewann vertiefte Erkenntnisse. So war das Raumerlebnis «ADA» für ganz verschiedene Interessen aufbereitet. Fachkundige und am Thema interessierte Publiken konnten sich durch Lektüre oder Führungen intensiver mit der Materie auseinandersetzen, das Raum-

erlebnis war hinsichtlich der Vertiefung für jede Interessengruppe möglich, bis hin zum wissenschaftlichen Fachpublikum.

Fazit: Das Ansinnen, jedem Individuum Wissenschaft und Forschung zu erklären, macht Spass und führt auch für Wissenschaftler zu neuen Formen der Begegnung mit ihren Theorien und Einsichten.

Auch neue Medien für die Kommunikation der Wissenschaft nutzen

Gewisse Projekte dieses Handlungsfeldes ermöglichten das Erkunden neuer Konzepte für Wissenschaftsvermittlung. Die Nullnummer des Forschungsmagazins «Hugo, Higgs und Habermas», wollte erreichen, dass die Projektverantwortlichen bei Verlagen und interessierten Trägerschaften für ein neuartiges Medienprodukt Interesse wecken konnten. Dieses sollte bei einer wissenschaftlich interessierten und qualifizierten Leserschaft einen Markt haben. In diesen Bereich gehört auch das Engagement der Gebert Rüt Stiftung für das BIBEL + ORIENT-Museum in Fribourg. Hier wird die traditionelle Institution des Museums durch Einbindung neuer Medien sowie hierdurch erschlossene interaktive Vermittlungsformen weiter entwickelt.

Fazit: Mut zum verantworteten Risiko, keine falsche Angst um Reputationsverlust als Wissenschaftler.

Grossaktionen allein sind wenig nachhaltig – andauernde Kommunikation ist geboten

Im Handlungsfeld hat sich die Gebert Rüt Stiftung an der landesweiten Grosskampagne von «Science et Cité» beteiligt (Unterstützung des Programms in Zürich). Solche Kampagnen von oben nach unten mögen als punktuelle Ereignisse ihre Berechtigung haben. Sie schaffen Bewusstsein auf nationaler Ebene. Die Gebert Rüt Stiftung hat die Erfahrung gemacht, dass Strategien, die von unten nach oben gehen, bei der Meinungsbildung nachhaltiger wirken. Wo wissenschaftliche Institutionen und Forschungsprojekte ihre Kommunikationsaufgabe stetig wahrnehmen und ihre tägliche Arbeit bzw. deren Ergebnisse unter dem Aspekt sehen lernen, wie man diese in die Öffentlichkeit kommunizieren könnte, wird Nachhaltigkeit erzielt. So wird das Interesse von Zielgruppen aus der Öffentlichkeit auf Dauer gebunden, hier entstehen Beziehungen und aus diesen Vertrauen sowie realistische Erwartungen an die Wissenschaft. Die Gebert Rüt Stiftung hat deshalb ein paar ihrer grossen Projekte (SCIL, CASS, Schweizerisches Literaturinstitut usw.) explizit die Möglichkeit geboten, ein Kommunikationskonzept zu entwickeln. Solche Unterstützung und das Coaching von Wissenschaftlern ist sehr wichtig. Denn dabei verändern auch diese ihr Bild von der Öffentlichkeit. Sie entdecken die Chancen, die sich in einer kontinuierlichen Kommunikation mit den für sie wichtigen Zielgruppen der Öffentlichkeit auftun. Sie verlieren die Scheu zur Kommunikation mit nicht fachkundigen Zielgruppen und spüren auch, wie gut es tut, von dort Interesse an der Forschungsarbeit und dadurch Unterstützung zu bekommen. Kampagnenhafte Kommunikationsevents haben dann ihre Berechtigung, wenn sie die Höhepunkte bilden, und sich auf tragfähige Beziehungen zur Öffentlichkeit abstützen. Diese werde bloss durch kontinuierliche Kommunikationstätigkeit aufgebaut und gefestigt. Kommunikative Grossprojekte wie ADA oder «Science et Cité» haben also ihre Berechtigung nur auf dem Hintergrund einer Wissenschaft, die Kommunikation als ständige Aufgabe versteht.

Fazit: Am Wichtigsten ist es, Wissenschaftler und Forscher zur konzeptionell gestützten Kommunikation zu befähigen, die Scheu zum Dialog mit der Öffentlichkeit abzubauen, bei Forschenden realistische Erwartungen an die Kommunikation mit der Öffentlichkeit aufzubauen und ihnen zu zeigen, wie lohnend eine kontinuierliche Kommunikation mit der Öffentlichkeit ist. Dadurch bildet sich ein Geflecht von Beziehungen zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit. Wo dieses Geflecht tragfähig ist, sind kommunikative Grossevents und Imagekampagnen für Wissenschaft und Forschung erst richtig sinnvoll.

Metawissen über Kommunikation der Wissenschaft erweitern

Auch Kommunikation im Wissenschafts- und Forschungsbereich funktioniert nach den üblichen Regeln des Kommunikationsmanagements. Diese Disziplin wird bei den Wirtschaftswissenschaften im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre abgehandelt (Management, Marketing). Im Bereich der Sozial- und Geisteswissenschaften befassen sich die Publizistik und Medienwissenschaften usw. mit Fragen des Kommunikationsmanagements. In Deutschland und den USA ist Public Relations ein Fachbereich, der an Universitäten gelehrt wird. In der Schweiz bietet die Universität in Lugano hier einen Masterlehrgang an. Der Einbezug der Kommunikation in die Wissenschaft ist die Reaktion auf eine grundlegende gesellschaftliche Entwicklung: Die Entwicklung zu einem komplexen, funktionsteiligen Gesellschaftssystem hat die Evolution professioneller Kommunikationssysteme mit eigenen Prozeduren und Standards hervorgebracht. Diese lassen sich nun wissenschaftlich untersuchen. In den vergangenen Jahren hat sich auch eine professionelle Kommunikation für Wissenschaft und Forschung entwickelt. Hier entsteht zunehmend Metawissen: Was sind die spezifischen Ziele, Aufgaben und Vorgehensweisen der Wissenschaftskommunikation? Wie schlagen sich die Spezifika des Wissenschaftssystems in seiner Kommunikationsfunktion nieder? Projekte der Gebert RUF Stiftung haben hier versucht, einen Beitrag zu leisten. Als Beispiel kann etwa ein Projekt dienen, das der Frage nachging, wie man die Motivation von Wissenschaftlern erhöhen könnte, sich vermehrt in der Öffentlichkeit zu äussern (Rahmenbedingungen, Anreizsysteme, Best Practice-Modelle). Auch die Klärung der Frage nach der Verbesserung der Kommunikation von Wissenschaftlern mit potenziellen Finanzgebern gehört dazu. Dadurch kann sich die Forschung professionell neue Drittmittel erschliessen.

Fazit: Auch Kommunikation für Wissenschaft und wissenschaftliches Fund Raising kann, erforscht mit wissenschaftlicher Methodik, noch stark verbessert werden.

Foren, Tagungen, Manifeste im Bereich Wissenschaft sind wichtig – aber mit Öffentlichkeitsarbeit

Die Beteiligung der Gebert RUF Stiftung an Forumsveranstaltungen wie dem Swiss Science Forum bleibt wichtig. Die Schweizer Wissenschafts- und Forschungslandschaft ist stark von der öffentlichen Hand abhängig. Diese Verwaltungssysteme tendieren von ihrer Natur her dazu, alles prozesshaft weiter zu entwickeln. Der gesetzliche Auftrag – der auf Mehrheiten basiert – läuft darauf hinaus, enthält keinen Auftrag zur Innovation. Mutige Innovationen und risikohafte Ideen haben in diesen Prozessen wenige Chancen auf Verwirklichung. Deshalb braucht es externe Player wie die Gebert RUF Stiftung. Sie sind ein wichtiger und nötiger Stachel im Fleisch der staatlichen Wissenschaftsverwaltung. Ohne die Tätigkeit der Wissenschaftsverwaltung damit zu disqualifizieren, nimmt die Gebert RUF Stiftung ihre Rolle aktiv wahr, innovative Ideen und ungewohnte Themen auf die Traktandenliste zu setzen. Durch ihr Engagement bei SwissFoundations trägt sie schliesslich dazu bei, dass die privaten Akteure – Stiftungen und andere – die ihnen zukommende Rolle bei der Innovation und in Ergänzung zum Staat bewusster und gezielter wahrnehmen. Dazu sind Plattformen und Foren nötig, auf denen die externen Innovationsakteure und staatliche Verwaltung miteinander Forschungspolitik entwickeln.

Fazit: Nichtstaatliche Player und Stiftungen haben eine wichtige Rolle bei der Entwicklung von Wissenschaft und Forschung in der Schweiz. Sie ergänzen den Staat und die öffentlichen Wissenschaftsinstitutionen da, wo diese durch die Bindung an politische Prozesse ihre Schwäche haben. Dieses innovative Handeln muss auch öffentlich gemacht werden. Forumsveranstaltungen, Awards und das Fördern von pointierten Stellungnahmen und Manifesten sind dazu geeignete Instrumente.