



Berlin, den 11.07.2022

**Eine Woche Zeit für die Zukunft der Wissenschaftskommunikation -
Call for papers zu "Siggen 2022"**

Liebe Kolleg*innen, sehr geehrte Damen und Herren,

auch in 2022 dürfen wir auf Einladung der Alfred Toepfer Stiftung über die Zukunft der Wissenschaftskommunikation* nachdenken. Von Sonntag, 27. November bis Donnerstag, 1. Dezember 2022 ist Gut Siggen wieder für uns reserviert. Wir hoffen, dass ein Treffen vor Ort dann möglich sein wird.

Das mit den Mitgliedern des Siggener Kreises abgestimmte Thema für die diesjährige Tagung lautet:

Hinter der Wissenschaftskommunikation

Wisskomm, PR, Marketing oder gar politische Entscheidungshilfe? Wie lautet der Auftrag von Wissenschaftlichen Einrichtungen? Welche Motive und Ziele stecken hinter der Kommunikation? Gemäß dem Auftrag der Hochschulen und Forschungseinrichtungen, der zum Beispiel in den Hochschulgesetzen verankert ist, sind Bildung oder der Transfer von Wissen in die Gesellschaft zentrale und primäre Aufgaben der wissenschaftlichen Einrichtungen. Zwar ist wohl weitgehend unbestritten, dass Hochschulen und Forschungseinrichtungen die Öffentlichkeit über ihre Arbeit unterrichten sollen, aber in welchem Ausmaß Marketingmaßnahmen und damit die Pflege des eigenen Images dazugehören, ist Gegenstand einer anhaltenden Debatte in Fachkreisen. Welches Selbstverständnis und welche Ansprüche haben die Akteure? Was auf den ersten Blick aussieht, wie eine große, einige Wisskomm-Community, entpuppt sich schnell als konkurrierend, sobald es konkreter wird und damit auch immer um begrenzte Ressourcen und Eigeninteressen geht.

Auch auf der individuellen Ebene unterscheiden sich die Motive der Akteure - der Forschenden, der Leitungen, der Förderorganisationen ebenso wie der Kommunikationsverantwortlichen. Ist das Ziel eine bessere Welt mit aufgeklärten Bürger*innen, die informierte Entscheidungen treffen? Geht es um einen partizipativen Austausch zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeiten und die viel beschworene Transformation, um Verhaltensänderung und wenn ja, in welche Richtung? Oder geht es eher um die Wirkung für die eigene Institution, das Fach oder "die" Wissenschaft?

Welchen Auftrag hat eigentlich die Wissenschaftskommunikation seitens der Politik und aus Sicht "der" Gesellschaft? Und unterscheidet er sich vom Auftrag der eigenen Organisation oder Leitungen? Sind die vielfältigen Aufträge miteinander vereinbar?

Werden manche Aufträge etwa nur gut erfunden, um bestehende WissKomm zu rechtfertigen? Was genau bedeutet vor diesem Hintergrund jeweils "strategische Kommunikation"?

In den aktuellen Diskussionen wird zu wenig darüber gesprochen (oder es ist den Beteiligten selbst nicht klar), welche Interessen mit den verschiedenen Maßnahmen der Wissenschaftskommunikation verfolgt werden sollen. Dadurch werden Analysen oft unscharf. Dies steht wiederum der Entwicklung und Evaluation von geeigneten Strategien im Wege, um die Wissenschaftskommunikation qualitativ weiterzuentwickeln.

Auch in der journalistischen Berichterstattung über Wissenschaft fehlen in vielen Fällen kritische Betrachtungen von Ansprüchen und Maßnahmen der Kommunikation aus der Wissenschaft. Selbst wenn einzelne Berichte das Thema aufgreifen, finden diese leider kaum eine interessierte Leser*innenschaft und erzeugen kaum kritische Effekte.

Gerade vor dem Hintergrund einer verstärkten Aus- und Weiterbildung von Wissenschaftler*innen in der Wissenschaftskommunikation sowie einer stärkeren Förderung dieser scheint es essentiell, welches Verständnis von Wissenschaftskommunikation der Förderung und der Ausbildung jeweils zugrunde liegt.

Wie immer im Siggener Kreis suchen wir motivierte Teilnehmer*innen aus Wissenschaft, Journalismus, Politik, Wirtschaft und Kommunikation.

Teilnahmevoraussetzung ist auch in diesem Jahr ein Impulspapier (ca. eine bis maximal zwei Seiten, einzureichen bitte **bis zum 15. August 2022**).

Mögliche Fragestellungen:

- Welche Akteure bestimmen darüber, was Auftrag und Ziel von Wissenschaftskommunikation ist? Und wie werden diese verhandelt?
- Welche Rollenbilder und Qualitätsvorstellungen gibt es in der Wissenschaftskommunikation?
- Aus welchen Interessen, Ansprüchen und Strukturen leitet sich der Auftrag/das Selbstverständnis von Wissenschaftskommunikation ab?
- Welche Entwicklungen national und international befördern eine bestimmte Zielsetzung von Wisskomm?
- Gibt es kontraproduktive bzw. dysfunktionale Entwicklungen?
- Welche Entwicklungen können wir schon kommen sehen?
- Wie schädlich ist die Reputationskommunikation wirklich?
- Was passiert, wenn sich widersprechende Aufträge ergehen?
- Wenn Kommunizierende als Interessenvertretung einer gesellschaftlichen Gruppe auftreten, inwiefern vergewissern sie sich der Interessen ihrer vermeintlichen Basis?
- Sind sich Kommunizierende ihrer jeweiligen Rollen und den Folgen ihrer Kommunikation selbst bewusst?

Wir gehen davon aus, dass es auch in diesem Jahr mehr Bewerbungen als Plätze geben wird. Bei der Auswahl unterstützt uns eine Jury aus vier bisherigen „Siggenern“.

Um vor Ort zeitlich flexibel zu sein, wollen wir die ausgewählten Impulse vorab allen Teilnehmenden bereits schriftlich zukommen lassen und ggfs. nur einen Teil davon als Vortrag in die Tagung einbinden. Die Ergebnisse der Tagung sollen in Form einer Dokumentation online zugänglich gemacht werden.

Tagungskosten: Zusätzlich zu den An-/Abreisekosten fallen für die Tagung 300 Euro Übernachtungs- und Verpflegungskosten (Tagungsgebühr) an. Auf Antrag kann in Ausnahmefällen die Gebühr reduziert werden, z. B. für freie Journalistinnen und Journalisten.

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungs-Impulse per E-Mail gleichzeitig an e.hoffmann@tu-braunschweig.de und markus.weisskopf@w-i-d.de .

Wir freuen uns auf Ihre Zuschriften.

Herzliche Grüße

Markus Weißkopf und Elisabeth Hoffmann

* Immer wenn wir von Wissenschaftskommunikation sprechen, meinen wir hier die Kommunikation innerhalb, aus bzw. über Wissenschaft, also explizit sowohl Wissenschafts-PR als auch Wissenschaftsjournalismus.

Hintergrund: Seit 2013 organisieren der **Bundesverband Hochschulkommunikation** und **Wissenschaft im Dialog** gemeinsam die Siggener Denktage „Eine Woche Zeit für die Zukunft der Wissenschaftskommunikation“. Das Besondere an der Siggener Tagung ist neben der Dauer und dem schönen Ambiente, das ein konzentriertes, strukturiertes Arbeiten besonders fördert, die Mischung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Wissenschafts- bzw. Hochschulkommunikatori*nnen aus den unterschiedlichsten Einrichtungen, Agenturen, und Unternehmen treffen hier auf Wissenschaftsjournalist*innen und Wissenschaftler*innen und nehmen sich Zeit für ausführliche Diskussionen und vertiefende Gespräche.

Die Siggener Tagung wird gefördert von der **Alfred Toepfer Stiftung** und dem **ZEIT Verlag**.