

---

Book review

## **Falkenberg, Viola (2021) *Wissenschaftskommunikation: Vom Hörsaal ins Rampenlicht. Mit Übungen und Checklisten*. Tübingen: Narr Francke Attempto.**

Received March, 2023; accepted May, 2024;  
published online June, 2024

Der hier besprochene Band versteht in seiner Einleitung (S. 7) Wissenschaftskommunikation „als Herausforderung“. Dies lässt sich so verstehen, dass die Autorin Viola Falkenberg mit ihrer Publikation zur (besseren) Vermittlung von wissenschaftlichen Erkenntnissen mittels Wissenschaftskommunikation anregen und gleichzeitig anleiten möchte. Explizit erfährt man als Rezipient:in eingangs noch nicht, wie dies konkret geschehen soll. So wird, könnte man sagen, Spannung aufgebaut, um weiterzulesen.

Kommen wir zum Inhalt und dem, was es zu tun gilt, wenn Wissenskommunikation erfolgreich durchgeführt werden soll. Der Band gliedert sich in fünf Hauptkapitel: Zunächst wird unter dem Titel „Bühne vorbereiten“ (Kap. 1, S. 14–51) ausgeführt, wie ein Konzept für die angestrebte Wissenskommunikation erstellt werden soll, die Zielgruppenerreichung wird thematisiert, es wird auf das Entwickeln relevanter Geschichten eingegangen, ebenso geht es um die Einholung und Sicherung von Rechten sowie die Bereitstellung von notwendigen Medien wie Fotos und Musik.

Das zweite Hauptkapitel (S. 52–99), „Leser gewinnen“, widmet sich den folgenden Aspekten: Zunächst wird über das Schreiben für Andere (2.1) reflektiert, indem Schreiben als Prozess angesehen wird. Dazu wird angeregt, „[f]rische Formulierungen“ (S. 52) zu finden und die Entwürfe geeignet zu überarbeiten, um dabei gegebenenfalls auch Schreibprobleme zu lösen. Der darauffolgende Abschnitt 2.2 ist „Netzwerk online pflegen“ betitelt und nimmt die Profilerstellung und -pflege bei Twitter, LinkedIn, Facebook und ResearchGate in den Blick. Neben diesen wesentlichen Netzwerken werden andere, weitere relevante Social Networks angesprochen. Nach meiner Meinung hätte hierbei academia.edu auch zu der Gruppe der größeren, gesondert besprochenen Netzwerke gehören können. In Abschnitt 2.3 wird dazu angeregt, mittels Blogs größere Sichtbarkeit zu erlangen. Der Abschnitt 2.4 fokussiert auf Online-Visitenkarten, eigene Homepages und Wikipedia-Einträge. In 2.5 geht es um den Prozess von Buchveröffentlichungen, vom Exposé bis zur Freigabe. Dieser Abschnitt wirkt mindestens aus der Perspektive von promovierten Geisteswissenschaftler:innen, die hauptsächlich eine zumeist auch publizierte Monographie zur Erlangung ihres Doktorgrades vorgelegt haben, zum Teil deplatziert. Gewisse Aspekte vermögen hier aber zu interessieren, nämlich der Fokus auf Publikationen, die sich speziell an ein breites Publikum richten, und wie man konkret auch strategisch sein Projekt für Verlage interessant macht, inklusive der Fragen auszuhandelnder Honorare bzw. anzustrebender Sachbuchpreise (mit Liste existierender einschlägiger Auszeichnungen).

**Corresponding author:** Michael Szurawitzki, E-mail: michael.szurawitzki@germanistik.uni-halle.de

**Copyright:** © 2024 Author. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially, provided the original work is properly cited and states its license.

Im dritten Hauptkapitel (S. 100–143) geht es unter der Überschrift „Publikum ansprechen“ dann um unterschiedliche Kommunikationsformate, beginnend beim Vortrag. Hier werden auch für Laien verständlich die Grundlagen von Vortragskonzeption und -ausarbeitung vermittelt, die nicht unbedingt nur für Wissenskommunikation, sondern für Vorträge aller Art nützlich sind (Schreiben fürs Hören, S. 105–106), gerade dann, wenn die Vortragenden noch wenig oder gar keine Erfahrungswerte mitbringen. Zur eigentlichen ‚Performance‘, dem Halten des Vortrages, werden auch nützliche Tipps gegeben, und dies für Präsenz- wie Onlinevorträge. Während die meisten Kolleg:innen im universitären Bereich mit Vorträgen sehr vertraut sein dürften, könnte die Lektüre des sich anschließenden Unterkapitels zu Screen- und Podcasts (ab S. 110) für viele von ihnen wirklich Neues bieten. Der nächste logische Schritt ist die Betrachtung zur Produktion für ein breites Spektrum von Videos (ab S. 116), von sehr kurzen, wie auf *TikTok*, bis hin zu solchen mit (Spiel-)Filmlänge. Von der Produktion verschiedener Medienformate wird dann zur Konzeption und Durchführung einschlägiger Veranstaltungen, bei denen die Wissenskommunikation im Vordergrund steht (unter Einbeziehung relevanter Orte), übergegangen, also etwa Open Campus- oder Science Slam-Veranstaltungen. Hierbei erfolgen interessante Perspektivierungen speziell auch in Richtung der Popularisierung von Wissenschaft für Kinder sowie hinsichtlich Formaten für wissenschaftlichen Nachwuchs, wonach ein genereller Abschnitt zur Eventorganisation folgt. Dieser allgemeiner gehaltene Abschnitt hätte m.E. durchaus vor dem spezielleren zu Science Slams etc. stehen können.

Das vierte Hauptkapitel (S. 144–179; „Journalisten erreichen“) von Falkenbergs Band enthält Vorschläge dazu, wie Wissenschaftler:innen Medien erreichen und Interesse weckend ansprechen können. Hierzu werden Fragen der herauszustreichenden medialen Relevanz der bearbeiteten wissenschaftlichen Fragestellungen aufgeworfen. Wie die geeignet aufbereiteten Inhalte dann den Weg in die Medien über eigene Presseportale, -verteiler, Datenbanken oder Kontakte Verbreitung finden, wird im Anschluss erläutert. Hiernach steht ein Abschnitt zum Verfassen von Pressemitteilungen, bei dem sich – analog wie in der Struktur zu 3. (vgl. oben) – gefragt werden könnte, ob dieser nicht vorher hätte eingebracht werden können. Dies gilt ebenfalls für einen gewiss für viele Kolleg:innen nützlichen Abschnitt, der anregt, auf journalistische Besonderheiten bei der Autorierung von Texten für ein breiteres Publikum Acht zu geben.

Es schließt sich ein Abschnitt an, der auf das ohne Zweifel schwierige Feld der Pressegespräche Bezug nimmt. Es wird in der Überschrift m. E. nicht zu Unrecht davon gesprochen, diese Gespräche zu „bestehen“. Die Strategien dazu werden geliefert: Es geht darum, Interviews abzusprechen, Frage-Antwort-Kataloge vorzubereiten, Pressekonferenzen zu planen und auch in Talkshows seine Themen und Anliegen geeignet zu präsentieren. Sollte bei den genannten Tätigkeiten etwas nicht wie gewünscht funktionieren, so schafft der nachstehende Abschnitt Abhilfe: Hier geht es um Bewältigung von Krisen, seien es Trolle, Shitstorms oder Hate Speech.

Das fünfte Kapitel (S. 180–207; „Wissenschaftskommunikation trainieren“) in Viola Falkenbergs Buch steht im Zeichen zweier Aspekte, Geld einzuwerben, einerseits der Gewinnung von Fördermitteln, um die notwendigen Ressourcen für Wissenschaftskommunikation zur Verfügung zu haben (Quellen könnten Fonds, Forschungsgemeinschaften, Stiftungen oder auch Crowdfunding sein), andererseits könnten auch die vielfältigen angesprochenen Wettbewerbe (insgesamt achtzehn) für unterschiedliche Medienformate zu Auszeichnungen, damit verbundener gesteigerter Reputation und mehr finanziellen Mitteln führen. Weitere dreizehn Wettbewerbe werden angeführt, einmal neun nach geographischen Gesichtspunkten, dann noch einmal vier nach thematischen Aspekten. Der Abschnitt 5.3 „Checklisten im Überblick“ (S. 198–206) gibt Interessierten einen Schnellüberblick über das im Band Gesagte und

fungiert gewissermaßen als stichwortartiger Crashkurs zur schnellen Lektüre, der Abschnitt 5.4 (S. 207) gibt als tabellarische Übersicht übliche Kombinationen von Inhalten und dazu verwendeten Medien.

Beschlossen wird der Band schließlich von einem Übungskapitel (6; S. 208–222) mit Lösungen (7; S. 223–237), anhand dessen ausgewählte Aspekte aus den ersten vier Hauptkapiteln erprobt werden können (1.1 Konzept erstellen, 1.2 Zielgruppe erreichen, 1.3 Geschichte entwickeln, 2.1 Schreiben für andere, 2.2 Netzwerk online pflegen, 2.3 Mit Blogs bekannt werden, 2.4 Wikis und Webseiten nutzen, 3.1 Vortrag vorbereiten, 3.4 Veranstaltungsorte und -formate, 4.1 Anlässe und Verteiler, 4.2 Journalistisch schreiben, 4.3 Pressemitteilung aufbauen, 4.5 Krisen bewältigen).

Am hier besprochenen Band kann m.E. auch Kritik geübt werden: Überraschend und unvermittelt werden zu Anfang Defizite aufgezählt, die Wissenschaftler:innen bei der Vermittlung ihrer Forschungsergebnisse haben. Solche Pauschalurteile sind immer gefährlich. Problematisch ist aus fachwissenschaftlicher Sicht heraus weiter, dass ebenfalls implizit davon ausgegangen wird, Wissenschaft per se habe einerseits den Drang oder gar die Verpflichtung, sich nach außen – also jenseits der einschlägigen Publikationsforen – an eine (immer auch) interessierte Öffentlichkeit wenden zu wollen oder gar zu müssen. Hierzu kann man m.E. auch anderer Meinung sein. Daher ist der erste Leseindruck eher verwirrend.

Dass eine interessierte Öffentlichkeit im Prinzip Interesse an ganz unterschiedlichen Erkenntnissen aus dem breiten Spektrum aller denkbaren Wissenschaftsdisziplinen und -zweige hat, ist auf der anderen Seite sicher unstrittig. Ganz zu Anfang von Falkenbergs Buch erfolgt eine, nicht unproblematische, Zuspitzung darauf, dass es „bei vielen deutschen Professorinnen und Professoren [an der Fähigkeit fehle], ernsthaft und belastbar für das zu stehen, was sie sind und was sie können“ (S. 8). Wie man aus der zugehörigen Fußnote dann entnehmen kann, geht es um den Kontext der Corona-Pandemie; der Titel des hier besprochenen Buches beschränkt sich jedoch nicht auf die Pandemie, sondern hat einen breiteren Anspruch. Dies kann durchaus als provokativ verstanden werden, in dem (scheinbar) verallgemeinernden Kontext sorgt diese Position für Irritation. Dass daran anschließend Standpunkte referiert werden, dass Wissenskommunikation dafür stehen soll, Sachinformation mit Emotion anzureichern sowie Sachverhalte ‚einzuordnen‘, trägt nicht gerade zur Klarheit der Argumentation bei. Man stelle sich Sachinformation angereichert mit Emotion etwa im Kontext des Ukraine- oder jedes anderen Krieges vor – wären wir dann nicht in einem vollkommen anderen Feld als der Wissenskommunikation, eher bei Propaganda oder gar Agitation? Wie aus diesen Bemerkungen deutlich werden soll, genügt eine Aneinanderreihung pauschaler, potenziell kaum zusammenpassender Punkte m.E. nicht, um eine (wohl angedacht als) lehrreiche didaktische Auseinandersetzung mit dem Bereich Wissenskommunikation sachgerecht zu motivieren.

Abgesehen von den für Konfusion sorgenden Bemerkungen in der Einleitung kann der Band Interessierten durchaus empfohlen werden. Insgesamt stellt er eine solide Einführung in den Bereich der Wissenskommunikation da und ist über weite Strecken auch ohne jegliche Vorkenntnisse lesbar. Einige Einschränkungen ergeben sich bei der Empfehlung beziehungsweise der Nutzbarkeit, was die Struktur anbetrifft. Dies kann aber insgesamt als nachrangig eingestuft werden.

*Michael Szurawitzki*