

Wissenschaftliche Öffentlichkeitsarbeit

Themengebiet:	Wissenschaftskommunikation
Format:	Online oder in-house Workshop
Arbeitsaufwand	4 Webinare zu je 2-2.5 h = 2 Workshoptage
Trainer:	Karin Bodewits oder Philipp Gramlich
Zielgruppe:	WissenschaftsmanagerInnen und KoordinatorInnen



Die Öffentlichkeitsarbeit in der Wissenschaft wird in vielen Drittmittelprogrammen zur Voraussetzung. Forschungsförderer legen zunehmend Wert auf die Notwendigkeit, wissenschaftliche Ergebnisse einer breiteren Öffentlichkeit zu vermitteln und sicherzustellen, dass die Ergebnisse der Forschung auch jenseits der akademischen Welt hinaus zugänglich sind.

Dieser Workshop richtet sich speziell an WissenschaftsmanagerInnen von Forschungsclustern, die eine entscheidende Rolle bei der Überbrückung der Kluft zwischen Wissenschaft und der Gesellschaft spielen. Die Teilnehmenden erlernen wirksame Strategien für die Einbindung der Öffentlichkeit, von der Ausarbeitung überzeugender Narrative bis hin zur Nutzung vielfältiger Kommunikationsplattformen.

Sie können diesen Workshop nutzen, um an einem konkreten Ergebnis zu arbeiten, das für Ihre Arbeit nützlich ist, z. B. eine Outreach-Veranstaltung, die Sie für Ihren Forschungscluster

organisieren. Eine Liste mit Beispielen für erfolgreiche Wissenschaftskommunikation finden Sie auf dieser [Website der DFG](#).

Der Workshop befasst sich mit folgenden Themen:

- Die Erwartungen der Drittmittelgeber an Ihre Wissenschaftskommunikation verstehen.
- Die Öffentlichkeit über die Arbeit des Clusters informieren, z. B. im Rahmen von Outreach-Veranstaltungen wie einem Tag der offenen Tür, meet the scientist speed dating oder interaktiven Postern.
- Die Arbeit des Clusters gegenüber akademischen Gremien, Fördereinrichtungen und Partnern vertreten.
- Die Interessen Ihres Publikums, Ihres Forschungsclusters und die produktiven Überschneidungen zwischen beiden analysieren.
- Herausfinden, welche Kommunikationskanäle am besten zum Umfeld passen und es Ihnen ermöglichen, ein vielfältiges Publikum zu erreichen: Traditionelle Medien (Zeitungen, Fernsehen, Radio), soziale Medien, Websites, Präsentationen und Pitches.
- Komplexe Forschung in ansprechende, zugängliche Geschichten übersetzen.
- Gemeinsame Outreach-Initiativen aufbauen: Partnerschaften zwischen Forschenden, PädagogInnen und KommunikatorInnen fördern.

Wir können individuelle Coaching-Sitzungen vereinbaren, wenn Sie der Meinung sind, dass die Kommunikationsherausforderungen, an denen Sie arbeiten möchten, zu einzigartig für einen Gruppenworkshop sind.