

# Auf die Charta, fertig, los!

Bei ihrer Arbeit an Standards für die Wissenschaftskommunikation könnten Forscher und Manager auf den Kommunikationskodex des Deutschen Rats für Public Relations zurückgreifen. Das aber ist höchst unwahrscheinlich. Sie wünschen sich eine Wissenschaftskommunikation, frei von Interessen. Geht das?

von Christine Prußky

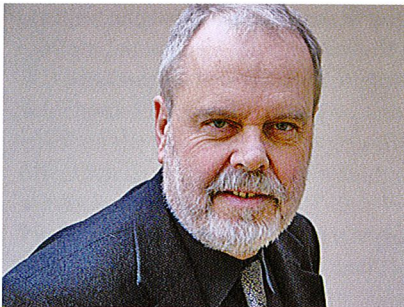


Foto: privat

Prof. Dr. Günter Bentele, Jahrgang 1948, lehrt und forscht seit zwei Jahrzehnten an der Universität Leipzig. Von 1995 bis 1998 war er Erster Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DG-PuK) sowie mehrere Jahre Vorstandsmitglied und 2004 Präsident der europäischen Gesellschaft für PR-Wissenschaft. Derzeit ist Bentele Vorsitzender des Deutschen Rats für Public Relations, der als nationales Gremium der freiwilligen Selbstkontrolle firmiert.

#### Internet

[www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de)

Es wäre eine Volte. Überraschend für Theoretiker der Wissenschaftskommunikation genauso wie für Praktiker. Denn es ist schlicht nicht damit zu rechnen, dass sich rund 60 geladene Wissenschaftsmanager, Forscher und Öffentlichkeitsarbeiter aus Hochschulen und Forschungsinstituten beim Workshop „Image statt Inhalt? – Warum wir eine bessere Wissenschaftskommunikation brauchen“ Ende Juni/Anfang Juli im Schloss Herrenhausen einfach zum Deutschen Kommunikationskodex bekennen. Mit ihm existiert seit Ende 2012 zwar ein verbindlicher Verhaltensrahmen für die tägliche Arbeit von Kommunikationsfachleuten, doch ist er unter der Regie des Deutschen Rats für Public Relations (DRPR) entstanden.

#### Informieren sie oder werben sie?

Public Relations, das ist Werbung. Werbung betreibt die Wirtschaft für ihre Produkte, nicht aber die Wissenschaft für ihre Leistung. Wenn Forscher der Öffentlichkeit ihre Erkenntnisse erklären, ist das keine Werbung und keine PR – dann ist das Wissenschaftskommunikation. Richtig? Falsch: „Sobald sich Wissenschaftler öffentlich äußern, informieren sie nicht einfach nur. Ihre Botschaft färbt ab, wirkt sich auf ihre individuelle Reputation aus und auf die ihrer jeweiligen Organisation“, erklärt Professor Dr. Günter Bentele. Bentele ist Vorsitzender des Deutschen Rats für Public Relations und Deutschlands Forschungsguru auf dem Gebiet Öffentlichkeitsarbeit und PR. Seit 1994 lehrt er an der Universität Leipzig; er publizierte bis heute 45 Bücher, mehr als 230 Fachaufsätze, über 25 Forschungsberichte und jede Menge Lexikonartikel. Über die Wissenschaft der Public Relations wohlbermerkt.

Genau deshalb fand der Leipziger Professor in den bisherigen Diskussionen zur Qualität der Wissenschaftskommunikation keinen Platz, wurde nicht gefragt. Weder von der Projektgruppe der Akademien Aca-tech, Leopoldina und der Union der Deutschen Akademien der Wissenschaften, die über zwei Jahre hinweg mit dem Soziologen Prof. Dr. Peter Weingart an der Spitze lan-

desweit Expertisen zur Wissenschaftskommunikation einholte. Noch vom Verband für Hochschulkommunikation und der Wissenschaft im Dialog gGmbH, die zusammen mit Journalisten in zwei mehrtägigen Klausurtagungen mit dem Siggener Aufruf Denkanstöße zur Wissenschaftskommunikation erarbeiteten. Auch bei der Volkswagenstiftung, die die bisherigen Überlegungen und Initiativen nun bei ihrem Workshop bündeln und möglichst in eine Charta für Wissenschaftskommunikation münden lassen möchte, steht Bentele nicht auf der Gästeliste. Ein Zeichen von Ignoranz ist das nicht. Es ist vielmehr Ausdruck des hehren Bemühens, die PR-Maschine in Hochschule und Wissenschaft zurückzufahren, zumindest aber die Vermittlung reiner Forschungsergebnisse von ihr abzukoppeln. Wissenschaftskommunikation, so die Idee, soll frei von Eigeninteressen sein.

„Diese Wir-sind-die-Größten-und-Tollsten-Meldungen machen unglaublich unwürdig und lenken ab von den zentralen Botschaften der Wissenschaft“, erklärt Dr. Elisabeth Hoffmann, Vorsitzende des Verbands für Hochschulkommunikation. „Wir sind als Öffentlichkeitsarbeiter nicht authentisch, wir sprechen für unsere Institutionen und sind daher nicht glaubwürdig. Anders ist das bei Wissenschaftlern, sie verfügen über das Wissen und können es glaubwürdig kommunizieren“, sagt Hoffmann.

#### Die Schwäche des Journalismus

Studien und Befragungen belegen, dass dem tatsächlich so ist. Viele Bürger glauben das, was Wissenschaftler sagen. Aber auch viele Journalisten tun das. „Bis heute kommen nicht alle Journalisten auf die Idee, dass Verlautbarungen aus Universitäten Public Relations sind“, sagt Bentele. Entsprechend unkritisch würden die Informationen übernommen und verbreitet. Ein Problem. Denn, wie der Züricher Professor für Wissenschaftskommunikation Dr. Mike S. Schäfer meint, führt eben jene unkritische mediale Verbreitung von Aussagen aus der Wissenschaft zu Verwirrung. „Es entstehen Irritationen auf dem Markt der Deutung“,

sagt Schäfer. Auch sei längst nicht immer für alle klar, wer sich mit welchem Motiv und welcher Zielsetzung in Debatten einschalte. „Wir brauchen eine Stärkung des Wissenschaftsjournalismus als Korrektiv, Transparenz und Leitlinien“, sagt Schäfer.

Eben solche Qualitätsstandards für die Wissenschaftskommunikation sind nun also in Arbeit. Das Bemerkenswerte dabei: Die Wissenschaft wird neben dem Journalismus zum „unverzichtbaren Eckpfeiler einer demokratischen Gesellschaft“ erklärt. Die Wissenschaft, so heißt es im Positionspapier der Akademien weiter, sei „in modernen Gesellschaften als Institution idealiter Garant der Sachgerechtigkeit politischer Entscheidungen“.

### Wettbewerb der Welterklärer

Manche mögen dahinter Hybris vermuten, andere einen Hinweis auf beginnende Verzweiflung im Kampf um die Deutungshoheit. Dass im Wettbewerb der Welterklärer diejenigen als Sieger hervorgehen, die die größte Glaubwürdigkeit auf sich vereinen, scheint für die Akademien jedenfalls ausgemacht. So mahnen sie in ihrem Papier zu einer „verantwortungsbewussten, wahrhaftigen und uneigennützig Kommunikation wissenschaftlicher Erkenntnisse“.

Ein Ideal, das zu erreichen Experten jedoch für unmöglich halten: „Es gibt natürlich immer Interessen, Wissenschaftler haben immer mehrere Hüte auf, sie sind keine politischen Eunuchen“, erklärt Mike S. Schäfer. Das Akademien-Plädoyer zu einer „uneigennützig Kommunikation wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Öffentlichkeit“ müsste demnach zwangsläufig ins Leere laufen.

Professor Günter Bentele nimmt derlei Überlegungen mit der gleichen Gelassenheit zur Kenntnis wie das gesamte Bemühen um eine Charta. „Über Qualität in der Wissenschaftskommunikation wird seit Jahrzehnten immer wieder mal diskutiert“, erklärt er und ruft etwa eine Empfehlung der Hochschulrektorenkonferenz vom 3. Juli 1995 in Erinnerung.

Ganze Passagen des damals beschlossenen Papiers zur Öffentlichkeitsarbeit in Hochschulen lesen sich heute erstaunlich aktuell: „Effektive Kommunikation orientiert sich an den grundlegenden Kriterien der sachlichen Richtigkeit und der Wahrhaftigkeit und ist informativ, verständlich und zielgruppenadäquat. Sachlich richtige und wahrhaftige Kommunikation lässt es zum Beispiel nicht zu, um kurzfristiger Publizität willen falsche Hoffnungen zu wecken oder übertriebene Ängste zu beschwören, sondern bemüht sich darum, langfristig Vertrauen gegenüber der Institution und ih-

ren Aussagen aufzubauen. Dies setzt voraus, dass auch hochschulpolitische und hochschulinterne Probleme – gegebenenfalls zusammen mit den Lösungsbemühungen – beim Namen genannt werden“, heißt es in dem Papier.

Der Beschluss, gefasst vor fast zwei Jahrzehnten, steht – und ist bis heute unwiderrufen im Internet zu finden. Er trägt die Handschrift desselben Günter Bentele, der später den Deutschen Kommunikationskodex erarbeitete. In diesen Ende 2012 in Kraft getretenen Standards finden sich als zentrale Normen und Zielwerte Transparenz, Integrität, Fairness, Wahrhaftigkeit, Loyalität und Professionalität. Begriffe, die zum Akademien-Papier und dem Siggener Aufruf durchaus passen.

Adressiert ist der Kommunikationskodex explizit nicht nur an Firmen und deren PR-Abteilungen, sondern an alle Kommunikatoren. Trotzdem sagt Günter Bentele: „Es ist nicht zu erwarten, dass die Wissenschaft den Kodex einfach übernimmt. Das wäre auch vermessen. Aber ich wäre gern bereit, die Verbindung herzustellen und die Erfahrungen bei der Erstellung des Kodex einzubringen, wenn es wirklich darum geht, Regeln für die Wissenschaftskommunikation zu erstellen.“

### Ein Leitfaden? Viele Leitfäden!

Ob das Angebot angenommen wird oder die Wissenschaft das Rad doch lieber noch einmal erfindet, ist unklar. Im Moment sieht es eher nach Letzterem aus. Elisabeth Hoffmann vom Verband Hochschulkommunikation hält den Kodex zwar für „richtig und prima“. Doch fänden sich darin Passagen, die nicht eins zu eins aus der Unternehmens- und Agenturkommunikation auf die Wissenschaft anwendbar wären. Immerhin gab der Verband den Kodex schon einmal intern in den Verteiler an die Mitglieder und möchte ihn auf die Verbandshomepage stellen. Was Bentele freuen dürfte. Er geht wie Mike S. Schäfer ohnehin davon aus, dass es in der Wissenschaft mit einem einzigen Kodex nicht getan sein wird. „Natürlich werden sich nicht alle auf eine Fassung einigen. Es wird vielleicht sechs bis zehn schriftliche Kommunikationsrichtlinien geben, und das ist dann auch nicht weiter schlimm“, sagt Bentele.

Der eine große Wurf, an ihn glauben die Experten also nicht. Doch besteht die Funktion von Kodizes eben darin, die Handlungen von Akteuren nach außen zu legitimieren. Da ist es hilfreich, wenn die Zahl der Chartas überschaubar bleibt. ■

Christine Prußky  
ist leitende Redakteurin der duz.

## Weiterführende Informationen

Der Kommunikationskodex des Deutschen Rats für Public Relations

### Download

[www.kommunikationskodex.de/wp-content/uploads/Deutscher\\_Kommunikationskodex.pdf](http://www.kommunikationskodex.de/wp-content/uploads/Deutscher_Kommunikationskodex.pdf)

Positionspapier der Hochschulrektorenkonferenz zur Öffentlichkeitsarbeit an Hochschulen

### Internet

[www.hrk.de/positionen/gesamtliste-beschluesse/position/convention/zur-oeffentlichkeitsarbeit-der-hochschulen/](http://www.hrk.de/positionen/gesamtliste-beschluesse/position/convention/zur-oeffentlichkeitsarbeit-der-hochschulen/)

Vom Elfenbeinturm in die Gesellschaft – Wissenschaftskommunikation im Wandel  
Antrittsvorlesung des Züricher Professors für Wissenschaftskommunikation Dr. Mike S. Schäfer

### Internet

[www.ipmz.uzh.ch/Abteilungen/Wissenschaftskommunikation/News/antrittsvorlesung/Schaefer\\_Antrittsvorlesung.pdf](http://www.ipmz.uzh.ch/Abteilungen/Wissenschaftskommunikation/News/antrittsvorlesung/Schaefer_Antrittsvorlesung.pdf)