



Wissenschaftskommunikation von der Öko-Forschung hin zur Praxis – Überblick & Handlungsempfehlungen

Mit diesem Arbeitspapier bereitet Theresa Dühn, Autorin der Masterarbeit „Erkenntnisse aus der Öko-Forschung - Wie es gelingt, sie im ostdeutschen Raum an die Praxis zu kommunizieren“ (12/2020), ihre Resultate speziell für die praktische Anwendung auf – so wie sie es generell allen empfiehlt, die möchten, dass ihre Forschung in die Praxis kommt. Dieses Dokument enthält einen Überblick über die Ergebnisse (Kapitel 2) und geht noch weiter: Ein Katalog mit konkreten Handlungsempfehlungen soll es den Akteur*innen der Wissenschaftskommunikation erleichtern, Bio-Bäuer*innen und -Beratende künftig noch besser zu erreichen (Kapitel 3).

Inhalt:

1.	Forschungsdesign	2
2.	Grundlagen für erfolgreiche Öko-Wissenschaftskommunikation	2
2.1.	Begrifflichkeiten	3
2.2.	Makroebene (außerhalb der Einrichtung)	6
2.3.	Mikroebene (innerhalb der Einrichtungen)	10
2.4.	Methoden	11
2.5.	Formate	12
2.6.	Besonderheiten in Ostdeutschland	16
3.	Implementieren der Wissenschaftskommunikation	17
3.1.	Empfehlungen für die Einrichtungsleitung	18
3.2.	Empfehlungen für Wissenschaftler*innen	22
3.3.	Empfehlungen für Öffentlichkeitsarbeiter*innen	25
	Literaturverzeichnis	27

Kontakt: Theresa Dühn, theresa.duehn@gmx.de, +49 176 56883129.

1. Forschungsdesign

Der erste Teil der Masterarbeit war eine Literatur- und Online-Recherche – zur Wissenschaftskommunikation im Allgemeinen und in Bezug auf den Ökolandbau, zu den Einflüssen unter denen sie steht und auch zu den teils historisch gewachsenen Strukturen der Agrarforschung und Praxis im Osten Deutschlands. Aufbauend darauf wurden im zweiten Teil Fokusgruppen-Interviews mit jeweils fünf Kommunikationsexpert*innen und Wissenschaftler*innen ausgesuchter öffentlich, finanzierter Einrichtungen geführt, die sich im ostdeutschen Vergleich besonders in der Öko-Forschung engagieren (Tabelle 1).

Tabelle 1: Teilnehmende der Fokusgruppen (FG)

Name der Einrichtung	FG Forschung	FG Öffentlichkeitsarbeit
Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden (HTWDD)	x	x
Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE)	x	- (schriftliches Feedback erhalten)
Julius Kühn-Institut (JKI)	x	x
Leibniz-Zentrum für Agrarlandschafts-forschung (ZALF)	x	xx (zwei Vertreter*innen)
Sächsisches Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie (LfULG)	- (technische Schwierigkeiten)	x
Landesforschungsanstalt für Landwirtschaft und Fischerei Mecklenburg-Vorpommern (LFA)	x	- (keine Stelle vorhanden)

2. Grundlagen für erfolgreiche Öko-Wissenschaftskommunikation

Welche Rahmenbedingungen braucht Wissenschaftskommunikation in- und außerhalb der Forschungshäuser? Mit welchen Methoden und Formaten kann die Zielgruppe der Öko-Praxis besonders gut erreicht werden? Diese Fragen beantworten die folgenden Unterkapitel.

Doch bevor der Blick vertieft wird, soll das nachfolgende Schema (Abbildung 1) bereits die Zusammenhänge und Akteur*innen in der Wissenschaftskommunikation verdeutlichen. In Kapitel 2.2. und 2.3. wird darauf näher eingegangen.



Abbildung 1: Einflüsse und Akteur*innen der Wissenschaftskommunikation zur Öko-Praxis (Dühn, 2021)

2.1. Begrifflichkeiten

Damit beim Lesen ein gemeinsames Verständnis der verwendeten Begriffe zugrunde liegt, beschreibt die Autorin folgend die Hauptbegriffe der Masterthesis:

Öko-Praxis

Dies meint Bio-Bäuer*innen und -Berater*innen, da beiden Gruppen der Umgang mit Forschungsergebnissen erleichtert werden würde, wenn sie für die praktische Anwendung aufbereitet wären.

Öko-Forschung

Darunter werden in der Thesis öffentlich basisfinanzierte Forschungshäuser verstanden, die Projekte oder ein Versuchswesen zum Ökolandbau im Osten Deutschlands betreiben. Die Autorin recherchierte all diese Einrichtungen untergliedert nach Bundesländern (Dühn, 2020, S. 60 ff; Abbildung 2). Folgende

fünf Einrichtungs-Sparten wurden im ostdeutschen Raum mit Öko-Forschung gefunden, in Klammern ist die Häufigkeit angegeben:

- Landwirtschaftliche Ressortforschung der Bundesländer inkl. der Lehr- und Versuchsbetriebe (7)
- Leibniz-Institute (3)
- Landwirtschaftliche Ressortforschung des Bundes (3)
- Hochschulen (3)
- Universitäten (2)

Öffentlich finanzierte Forschungshäuser erhalten eine Basisfinanzierung seitens Bund oder Ländern oder beiden. Es wurde angenommen, dass daher die Wissenschaftskommunikation besser gesichert werden kann, als bei rein projektfinanzierter Öko-Forschung. Dazu in Kapitel 2.2. mehr.



Abbildung 2: Öffentlich finanzierte Einrichtungen mit Öko-Forschung im Osten Deutschlands (Dühn, 2021)

Wissenschaftskommunikation

Die Autorin leitet in ihrer Arbeit her, dass die Wissenschaftskommunikation eine Facette des Wissenstransfers darstellt (Dühn, 2020, S. 20). Wissenstransfer

wiederum ist einer der sechs Bausteine des Wissensmanagements (Probst et al., 2012, S. 28-30; Thiel, 2002, S. 29).

Wissenschaftskommunikation lässt sich in zwei Sparten unterscheiden: intern und extern (Schäfer, 2017; Bonfadelli et al., 2016; Schäfer et al., 2015; Hagenhoff et al., 2007). Unter interner Wissenschaftskommunikation wird verstanden, wenn die Resultate der Wissenschaftler*innen innerhalb der wissenschaftlichen Gemeinschaft verbreitet werden – zu anderen Wissenschaftler*innen oder zu Studierenden, z.B. über Beiträge in wissenschaftlich anerkannten Zeitschriften. Externe Wissenschaftskommunikation richtet sich an Akteur*innen, die sich außerhalb dieser wissenschaftlichen Kreise befinden. Darunter fällt sowohl die breite Öffentlichkeit, als auch Stakeholder aus Politik oder Wirtschaft. Die Autorin stuft die Öko-Praxis als Wirtschaftsakteur ein, siehe auch Abbildung 3.

Wissenschaftskommunikation findet hauptsächlich von der Forschung in Richtung Öko-Praxis statt, kann aber auch Rückkopplung und Austausch ermöglichen, z.B. auf Feldtagen oder in den Sozialen Medien.



Abbildung 3: Einordnung und Arten der Wissenschaftskommunikation (© Dühn, 2021 nach Schäfer, 2017 und Hagenhoff et al, 2007)

2.2. Makroebene (außerhalb der Einrichtung)

In der Makroebene versammeln sich all jene Einflüsse, die von außen auf die Forschungshäuser wirken, wenn es um Wissenschaftskommunikation geht.

Die Autorin identifizierte drei Makro-Bereiche: die Politikziele, die Wissenschaftsevaluation und das Interesse der Praxis (Dühn, 2020, S. 46 ff). Die Evaluation von Forschung war später auch mehrfach in den Interviews Thema (ebd., S. 139 ff). Im Folgenden wird auf die Ergebnisse näher eingegangen.

Politikziele

Durch seine positive Wirkung u.a. auf Artenvielfalt, Bodengesundheit Klimaanpassung und Klimaschutz (Sanders & Heß, 2019) ist der Ausbau des Ökolandbaus Ziel europäischer und deutscher Strategien: Die Resultate der Öko-Forschung seien ein Hebel, um **politische Nachhaltigkeitsziele** zu erreichen, so die Europäische Kommission. Sie proklamierte kürzlich in ihrer **Farm to Fork-Strategie** das Ziel von 25 Prozent ökologisch bewirtschafteter, landwirtschaftlicher Nutzfläche bis 2030 (European Commission, 2020, S. 11). Deutschland setzt in der **Nachhaltigkeitsstrategie** als Marke 20 Prozent Bio bis 2030 (Bundesregierung, 2018, S. 32). Aktuell sind es rund 10 Prozent Öko-Fläche (BLE, 2020). In der nächsten Dekade wäre demnach eine immense Steigerung nötig, die von **mehr Öko-Forschung** flankiert werden müsse (BÖLW, 2020).

Nicht nur der Ökolandbau, auch das Instrument des Wissenstransfers erfährt politisch Rückenwind: Dass alle öffentlichen Forschungseinrichtungen nach mehr Wissenstransfer streben sollten, haben die europäischen Mitgliedsstaaten 2015 in einer **Roadmap zum Europäischen Forschungsraum** (EFR) unterstrichen (European Commission, o.J.). Folglich ist auch in der nationalen Strategie Deutschlands zum EFR der Wissenstransfer konkret adressiert. Eine der Maßnahmen in der deutschen Strategie lautet: „Intensivierung der Vernetzung und Verbesserung des Austauschs zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft“ (vgl. BMBF, 2018, S. 24). Der Begriff „Wirtschaft“ inkludiert Landwirtschaft.

Noch konkreter wird ein aktuelles **Grundsatzpapier des Bundesministeriums für Forschung und Bildung** (BMBF), in dem es heißt, dass das Ministerium Wissenschaftskommunikation zum integralen Bestandteil seiner Förderungen machen will (2019, S. 3). Dies gelte insbesondere für Forschungsbereiche mit

hoher gesellschaftlicher Relevanz, was auf die wissenschaftliche Untersuchung der Fragen im Ökolandbau aus genannten Gründen zutrifft.

Den hauptsächlichen Forschungsfördertopf für den Ökolandbau in Deutschland stellt jedoch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL): Das **Bundesprogramm ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN)**. Der Wissenstransfer erfährt im BÖLN einen hohen Stellenwert, was dazu führt, dass auch Wissenschaftskommunikation hierüber honoriert werden kann (Dühn, 2020, S. 36 ff).

Dazu kommt, dass an Hochschulen und Universitäten die **Third Mission** in aller Munde ist. Sie thematisiert neben den internen Kernkompetenzen – die Lehre und die Forschung – nun auch die Öffnung ins externe, regionale Umfeld (Henke et al., 2016, S. 13 ff). Dieses dritte Aufgabenfeld umfasst auch den Wissenstransfer (ebd., S. 20). Die Politik hat die Transferkomponente der Third Mission im bundesweiten Hochschulrahmengesetz festgehalten. Dort heißt es, dass der Wissens- und Technologietransfer von den Bildungseinrichtungen gefördert wird (§ 2, Abs. 7). Die jeweiligen **Hochschulgesetze** der ostdeutschen Bundesländer untermauern dies und adressieren ebenfalls den Wissens- und Technologietransfer. Sachsen und Sachsen-Anhalt führen in ihren Gesetzen auf, dass eigene Transferstellen eingerichtet werden können (HSG LSA § 3, Abs. 10, Satz 5; SHG § 132). In Sachsen wird sogar konkret der Umweltschutz als Transferthema gesetzt. Ebenso stellt das vertikale Recht mittlerweile Weichen: Die **Lehrverpflichtungsverordnungen** der Bundesländer bieten die Grundlage dafür, dass der Anteil des Lehrdeputats zugunsten des Wissenstransfers verringert werden kann.

Als einziges ostdeutsches Bundesland weist **Brandenburg eine ressortübergreifende Transferstrategie** auf (MWFK, 2019 a). Damit gibt die Landesregierung eine konkrete Leitlinie für alle Forschungseinrichtungen vor und benennt eigene Maßnahmen sowie die Möglichkeiten, die die Einrichtungen selbst ergreifen können, um den Wissenstransfer und auch konkret die Wissenschaftskommunikation zu stärken. Im Vorfeld hat das Land seinen brandenburgischen Hochschulen und Universitäten ein Transfer-Audit und Transfer-Veranstaltungen finanziert – als Grundlage für deren eigene Transferstrategie.

Insgesamt wird demnach dem Wissenstransfer und somit auch der Wissenschaftskommunikation auf politischer Ebene eine zunehmend wichtigere Rolle zugesprochen – genau wie auch dem Sujet Ökolandbau.

Wissenschaftsevaluation

Wolf et al. (2010, S. 12) kamen zu dem Schluss, dass Forschungsleistungen hauptsächlich auf **Basis der Publikationsanzahl in anerkannten, englischsprachigen Wissenschafts-Journalen** und der Akquise von Drittmitteln bewertet werden. Mit Blick auf die in der Thesis relevanten Einrichtungen betrifft diese Praxis die Institute der Leibniz-Gemeinschaft, das Julius-Kühn-Institut (JKI) und teils auch Universitäten. Die interne Wissenschaftskommunikation (Abbildung 2) hat demnach einen hohen Stellenwert für die hier Forschenden.

An vielen Stellen werden derzeit **Bewertungskataloge für Transferarbeit** erarbeitet – z.B. in der Leibniz-Gemeinschaft, die sich das im Pakt für Forschung und Innovation vorgenommen hat (2019, S.6). Im Interview wurde auch erwähnt, dass die HNEE daran arbeitet. Und auch das Projekt SynSICRIS, das bis 2023 läuft, arbeitet daran, wie Transferleistungen und Forschung im Sinne der Nachhaltigkeit besser honoriert werden können (Universität Kassel, 2019). Gerade die Öko-Forschenden könnten davon profitieren. Denn ihre wissenschaftliche Arbeit, die am besten partizipativ mit Praxisakteur*innen abläuft (s. Kapitel 2.3.), enthält viele Wissenstransfer-Elemente. Wenn z.B. wissenschaftliche Techniken vermittelt werden oder Feldtage stattfinden. Diese Erweiterung der wissenschaftlichen Bewertungspraxis könnte möglicherweise auch daraufhin ausstrahlen, dass praxisnahe oder kooperative Forschungsansätze leichter in den Wissenschaftsjournalen publiziert werden können. Aktuell sei dies eher schwierig, wurde im Interview berichtet. Und nicht zuletzt würde mit einem solchen Transfer-Bewertungskatalog auch die Wissenschaftskommunikation angerechnet werden können.

Für die Hochschulen und Universitäten entfaltet immer stärker die bereits erwähnte **Third Mission** Relevanz. Sie kann bis in die **Zielvereinbarungen** hineinwirken, die mit dem zuständigen Landesbildungsministerium getroffen werden. Nicht zuletzt werden besondere Wissenstransferleistungen auch über die **Hochschulleistungsbezügeverordnungen** der Bundesländer honoriert.

Allerdings wird in Thüringen der Begriff Wissenstransfer auf Erfindungen und Patente eingeeignet (ThürHLeistBVO § 4, Abs. 2, Satz 1d).

Zur Bewertung der wissenschaftlichen Arbeit in der **landwirtschaftlichen Ressortforschung auf Länderebene** (Landesanstalten und -ämter) gibt es keine öffentlichen Dokumente. Jedoch wären die gängigen Praktiken, Artikel in hochrangigen Zeitschriften zu veröffentlichen oder möglichst viele Drittmittel zu akquirieren, aufgrund des sehr regionalen Auftrags, für die Landwirtschaft im Bundesland zu forschen, nicht zielführend. Zudem sind die Landeseinrichtungen so nah an die Ministerien angegliedert, dass sie eher als **direktes Ausführungsorgan** verstanden werden können. In den Interviews wurde dies bekräftigt (Dühn, 2020, S. 120). Die Fachaufsicht läge beim Ministerium – Ziele würden ggf. mit den Fachabteilungen vereinbart.

Fazit: Für all jene Forschenden, die traditionell über die Leistungen der internen Wissenschaftskommunikation evaluiert werden, lohnt sich Kommunikation in Richtung Öko-Praxis bisher wenig. Doch die davon betroffenen Wissenschaftler*innen äußerten sich im Interview optimistisch, dass sich dies mit Blick auf die Entwicklung in der Politik bald ändern werde.

Hochschulen und Landeseinrichtungen haben durch ihre angewandte wissenschaftliche Ausrichtung aktuell die besten Voraussetzungen, ihre Forschungstätigkeiten auf die Öko-Praxis auszurichten und auch Wissenstransfermaßnahmen wie die Wissenschaftskommunikation zu implementieren.

Praxisinteresse

Gerade die Weiterentwicklung des Ökolandbaus als **wissensbasierte Wirtschaftsweise** (Freyer, 2016, S. 679) ist an wissenschaftliche Untersuchungen geknüpft. Bio-Bäuer*innen, die ihren Hof fit für Zukunft machen wollen, sind daher **an Forschungsergebnissen interessiert** – laut einer nicht-repräsentativen Umfrage des Forschungsinstituts biologischer Landbau (FiBL) sind es 75 Prozent (Liebl et al., 2018, S. 78). Die nachgefragten Themen können dabei unterschiedlich sein: von der **Ökonomie** über **gesellschaftlich stark Diskutiertes** wie Arten-, Wasser- und Klimaschutz bis hin zum **Erhalt der natürlichen Ressourcen** und die **Klimaanpassung**, damit der Betrieb noch weitere Generationen geführt

werden kann. All das, was einen Bio-Hof umtreibt, wird auch bei Berater*innen nachgefragt und entspricht demnach auch ihrem Interesse an der Wissenschaft.

2.3. Mikroebene (innerhalb der Einrichtungen)

Die Vermittlung der wissenschaftlichen Erkenntnisse an außer-wissenschaftliche Zielgruppen wird ein immer wichtigeres Thema, wie im vorigen Kapitel beschrieben.

Nun soll noch beleuchtet werden, welche Akteur*innen die Wissenschaftskommunikation innerhalb der Forschungseinrichtungen beeinflussen. Sie unterteilen sich hauptsächlich in drei Funktionsbereiche: die Leitungsebene, die Forschenden und die Öffentlichkeitsarbeiter*innen (Abbildung 2).

Leitungsebene

Dass die Hausleitung eine Rolle spielt, wurde in den Interviews und indirekt über strategische Empfehlungen aus der Literatur deutlich (Dühn, 2020, S. 28 f).

Von der Leitungsebene wird erwartet, dass sie sich **gegenüber der Politik** stark macht, damit die Aktivitäten im Wissenstransfer evaluiert und somit honoriert werden – demnach die Weichen übergeordnet stellt. Aber vor allem intern läge es in den Händen der Hausführung, die **Wertschätzung** für Transferleistungen zu steigern. Was sich gewünscht wird und wie dies angepackt werden kann, ist in Kapitel 3.1. nachlesbar.

Forschende

Dass die Wissenschaftler*innen die Hauptakteur*innen in der Wissenschaftskommunikation zur Öko-Praxis sind, wurde sowohl in der Literatur (Dühn, 2020, S. 23), als auch in beiden Fokusgruppen bestätigt (ebd., S. 125). In den Interviews konnten zusätzlich noch verschiedene Aspekte identifiziert werden, die von den Forschenden beeinflusst werden können und sich auf die Wissenschaftskommunikation zur Öko-Praxis auswirken. Welche das sind, wie die Forschenden sie positiv nutzen können, beschreibt das Kapitel 3.2.

Öffentlichkeitsarbeit

Auch Kommunikationsexpert*innen sind wesentlicher Teil der Wissenschaftskommunikation. Sie wirken als Unterstützer*innen, beschreibt

Könnecker (2017, S. 464). Diese Theorie wurde von der Fokusgruppe der Öffentlichkeitsarbeiter*innen bestätigt (Dühn, 2020, S. 106 f). Auch ein sogenannter Transferbeauftragter war Teil dieser Gruppe. Seine Position zeichnet sich dadurch aus, als dass er speziell für die Wissenschaftler*innen, die an der HTWDD zum Ökolandbau forschen, Transferveranstaltungen für die Öko-Praxis organisiert. An der HNEE existiert ebenfalls eine Transferstelle speziell für die Öko-Forschung. So wurde sie auch vom Forschenden als Unterstützung genannt. Hingegen scheinen die Verantwortlichen für die generelle Öffentlichkeitsarbeit für die Forschenden kaum Relevanz zu haben. Nur der Vertreter des JKI erwähnte, sehr eng mit der Pressestelle zusammenzuarbeiten. (Dühn, 2020, S. 126 f)

Welche Schlüsse daraus für die in der Öffentlichkeitsarbeit Tätigen gezogen werden können und wie sie die Wissenschaftskommunikation zur Öko-Praxis voranbringen können, wird in Kapitel 3.3. dargelegt.

2.4. Methoden

In den Interviews wurden zwei Kategorien, in die die Methoden unterschieden werden können, sichtbar: Jene, die der Wissenschaftskommunikation vorgelagert sind und jene, die sie direkt betreffen.

Praxisreife Forschungsergebnisse, die bei Öko-Projekten offensichtlich nicht zwangsläufig entstehen, sind die wichtigste Voraussetzung für die Wissenschaftskommunikation. Dies wurde bei den Wissenstransferveranstaltungen des BÖLN seitens der Organisator*innen als große Hürde rückgemeldet (Herrmann, 2019, S. 24). Zudem braucht es auch Forschungsfragen, die die Bio-Bäuer*innen und -Beratenden aktuell bewegen – dann würden Ergebnisse auch nachgefragt (ebd., S. 21). Damit diese **Praxisreife und -relevanz** in der Forschung gewährleistet werden, wurden folgende, **vorgelagerte Methoden** in den Interviews identifiziert. Sie bereiten den Boden für erfolgreiche Wissenschaftskommunikation:

- Versuchsstationen mit Öko-Flächen
- Versuche direkt auf den Betrieben
- Demonstrationsbetriebe
- partizipative Forschung gemeinsam mit den Bio-Bäuer*innen
- Anlässe für gemeinschaftlichen, fachlichen Austausch mit und unter Landwirt*innen
- (Forschungs-)Partnerschaften mit Bio-Anbau-Verbänden

Weiterhin gibt es mehrere Methoden, die **direkt** in der Umsetzung der Wissenschaftskommunikation Richtung Öko-Praxis angewandt werden sollten:

- Transferangebote an den Fragestellungen der Praxis ausrichten
- praxisfreundliche Gestaltung der Medien (visuelle Aufbereitung und kurze Texte)
- Sprache der Öko-Praxis nutzen
- Bio-Bäuer*innen oder -Beratende, wenn möglich, in die Formatentwicklung einbeziehen
- bei Veranstaltungen: Wahl der Jahres- und Tageszeit beachten

Alle Methoden sind in der Thesis in Kapitel 2.2.1., 7.3.1. und 8.2.1. ausformuliert (Dühn, 2020, S. 31 ff, S. 107 ff, S. 127 ff).

2.5. Formate

Dem Thema der besten Formate, um Öko-Forschungsergebnisse zu vermitteln, seien zunächst Theorien vorangestellt, die helfen, das **geeignete Wissensvermittlungs-Format zu wählen**:

Thomas et al. stellen fest, dass „der mündliche Erfahrungsaustausch mit Kollegen oder die Hilfe der Beratung einen wesentlich höheren Stellenwert als schriftliche Informationen von Herstellern oder Wissenschaftlern“ hat (vgl. 1999, S. 406). Dies entspricht den Theorien von Thiel (2002, S. 36) und Polanyi (1958, S. 88) zum impliziten Wissen und ihrer Empfehlung, dies eher mündlich zu vermitteln. Wie bereits beschrieben, macht sich vor allem der Ökolandbau die komplexen Zusammenhänge im Ökosystem zunutze. Daraus kann abgeleitet werden, dass der Grad des impliziten Wissens in der Öko-Forschung vergleichsweise höher ist, als in der konventionellen. Für die Wissenschaftskommunikation kann daher gelten, dass je umfassender das Forschungsdesign und -resultat ist, desto eher könnten implizite Erfahrungen vorliegen. Sie könnten am besten über den direkten Austausch vermittelt werden – demnach ein synchrones, dialogisches Transferformat. Ist das Wissen mittelmäßig komplex, könnte es nach Thiel auch gut über asynchrone, kodifizierte Medien kommuniziert werden. Auch hier wären aber theoretisch mündliche Formate wie Videos oder Podcasts besser zur Erklärung geeignet als ein Flyer, wenn es zum Beispiel um den wenig standardisierbaren Anbau von Populationsgetreidesorten geht.

North (2016, S. 266) empfiehlt überdies die **Kopplung von Bring- und Hol-Prinzipien** bei der Wissensvermittlung. So sollte nach seiner Erfahrung in der Bring-Aktion erstmal lediglich Information enthalten sein – typisches Beispiel hierfür wäre ein Newsletter, der Themen überblicksartig anreißt. Die Texte sollen möglichst motivierend auf die Empfänger*innen wirken oder neugierig machen, damit diese dann aktiv das dahinterstehende Wissen nachfragen – sie also auf einen Link zu einer Webseite klicken, auf der ein tiefergehendes Einlesen ins Thema möglich wird oder auch weitere Materialien wie Videos oder PDFs angeboten werden können. Dieser Mix verhindert, dass die Empfänger*innen zu oft Einzelnachrichten erhalten, die sie nicht interessieren oder sie in ihrer Intensität überfordern und gar Widerstände entstehen (Dühn, 2020, S. 27). Allein darauf zu vertrauen, dass sich die Öko-Praktiker*innen das Wissen, das sie brauchen, auf der Einrichtungsseite selbst recherchieren (Hol-Prinzip), ist ebenso wenig zielführend. Denn die Zielgruppe muss zunächst wissen, dass sie das Nachgefragte auf der Website eines Forschungshauses und dann auch mit wenigen Klicks findet. Beides ist nicht immer gegeben.

Laut Wissenschaftsrat (2016, S. 22 f) sollte bei der Ausgestaltung der Formate nicht vernachlässigt werden, **vorzustellen, wie die wissenschaftlichen Ergebnisse zustande kamen**. Dies unterstütze die Wertschätzung für Wissenschaft. Gleichzeitig kann so nachvollzogen werden, wie die Versuche ablaufen, was den Praktiker*innen hilft, die Forschungsergebnisse für sich einzuordnen.

Die in den beiden Fokusgruppen besprochenen Formate flossen in eine standardisierte Umfrage ein, die in Echtzeit während der Interviews erstellt und freigeschaltet wurde. Unabhängig voneinander antworteten die Expert*innen mit ähnlichen Tendenzen (Abbildung 4). Um die Daten einzuordnen, ruft die Autorin in Erinnerung, dass sich die Stichprobe aus zehn Personen von insgesamt sechs Forschungshäusern zusammensetzt (Tabelle 1). Unter den Wissenschaftler*innen wurden zwei zusätzliche Positionen – Fachbücher und Social Media – besprochen.

Diese Ergebnisse wurden mit den beiden Umfragen abgeglichen, die 2018 unter hauptsächlich Öko-Praktiker*innen stattfanden (Liebl et al., 2018, S. 75 ff; Herrmann, 2019, S. 17 f). Die ausführliche Diskussion aller Formate findet sich in der Thesis im Kapitel 8.2.2. (Dühn, 2020, S. 131 ff). Die Ergebnisse für die vier bestbewerteten Formate werden auf den nächsten Seiten dargelegt.

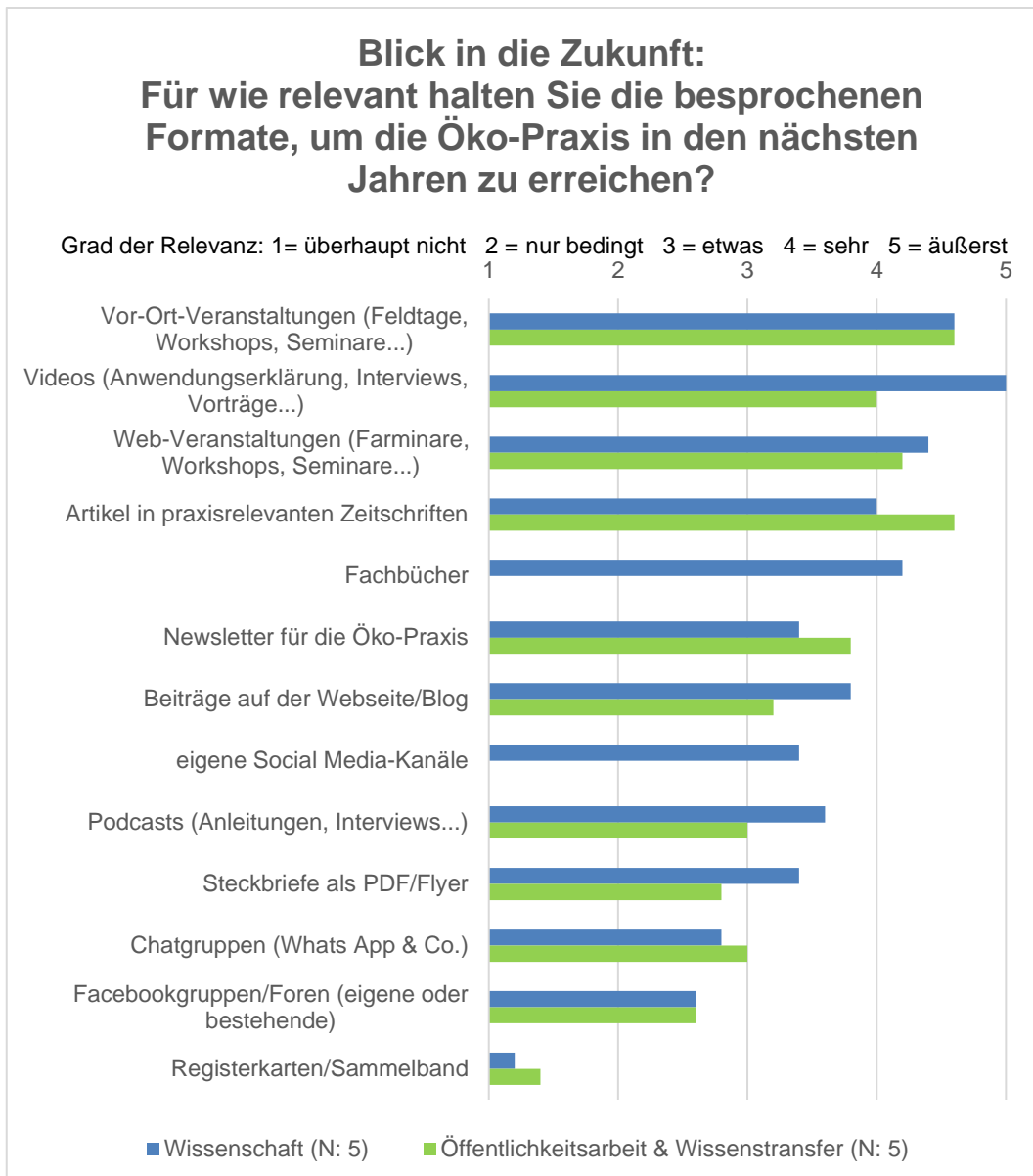


Abbildung 4: Künftige Relevanz verschiedener Formate für die Öko-Praxis (Dühn, 2020)

Die Wichtigkeit von **Vor-Ort-Veranstaltungen** für die Praktiker*innen, wie Workshops, Seminare oder Feldtage, ist auch der Wissenschaft bewusst. Forschende nutzen dieses Format häufig, um ihre Erkenntnisse weiterzugeben. Auch für die Zukunft werden solche Angebote weiterhin als wichtig eingestuft. Dass sich Forschende entlastet fühlen, wenn sie die Organisation abgeben können, ist ein Indiz dafür, dass eine arbeitsteilende Struktur in der Wissenschaftskommunikation durchaus sinnvoll wäre.

Was bei den Umfragen in der Praxis von 2018 noch wenig Relevanz hatte, schätzen die die Kommunikationsexpert*innen und die Wissenschaftler*innen nun als ein Format der Zukunft ein: **Videos**. Erste Erfahrungen machte vor allem das

LfULG mit seinen Erklärfilmen zum Striegeln, die zehntausende Klicks bekamen. Als Vorreiter für dieses Format kann das Forschungsinstitut biologischer Landbau (FiBL) gezählt werden, das Projekte schon lange mit kurzen Videos flankiert. Vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie, die die Menschen mit den digitalen Medien vertrauter werden lässt, gehört dieses Format sicherlich zu den Gewinnern. Die Produktion von Filmen stellt für Wissenschaftler*innen vermutlich Neuland dar und gehört auch nicht zu ihren Kernaufgaben. Die Kompetenz für dieses Format läge in der Öffentlichkeitsarbeit.

In 2020 wurden wegen Corona-bedingten Kontaktbeschränkungen physische Treffen nicht mehr möglich und stattdessen vielfach **Web-Veranstaltungen** angeboten, die auch unter Öko-Praktiker*innen sehr gut angenommen wurden. Vorteil sei, unter Umständen mehr Öko-Landwirt*innen und -Berater*innen zu erreichen als bei einer Vor-Ort-Veranstaltung. Aus eigener Erfahrung kann die Autorin einschätzen, dass hier sicherlich auch eine technische und pädagogische Unterstützung für die Wissenschaftler*innen nötig ist, denn Vorträge müssen an diese Art der Wissensvermittlung angepasst werden. Dieser Service könnte von Öffentlichkeitsarbeiter*innen oder der Transferbeauftragten angeboten werden – wurde in den Fokusgruppen aber nicht thematisiert. Eventuell werden die Forschenden, je häufiger sie dieses Format nutzen, weniger Hilfe benötigen. Jedoch gibt es auch hier ständig neue (technische) Entwicklungen und die Lernkurve ist noch nicht zuende. Feldtage online zu veranstalten könnte nach Seminaren oder Workshops, ein nächster Schritt zur Professionalisierung der digitalen Wissensvermittlung sein. Vermutlich wird also die Expertise der Öffentlichkeitsarbeitenden oder Transferbeauftragten gerade bei Online-Angeboten noch länger oder auch konstant gefragt sein. Beide Fokusgruppen sehen diese Art der Wissenschaftskommunikation als sehr zukunftssträftig an.

Artikel in praxisrelevanten Zeitschriften sind hingegen ein Feld, das durch Wissenschaftler*innen eigenständig bedient werden kann, auch wenn hier am Ende ratsam wäre, jemand würde nochmals die Verständlichkeit des Geschriebenen prüfen. Dieses Format wurde auf Platz vier gewählt und geht mit den Angaben der Öko-Praxis aus den genannten Umfragen einher. Sie werden über landwirtschaftliche Fachzeitschriften offenbar gut erreicht. Da nicht alle Forschungseinrichtungen einen Email-Verteiler für Zielgruppe der Praktiker*innen besitzen, kann dies ein passendes Format, um dennoch größere Reichweite zu erzielen.

Die Auswertung zu den im Ranking nachfolgenden Formaten – Fachbücher, Newsletter, Beiträge auf der Website bzw. im Blog, Social Media-Kanälen, Podcasts, Steckbriefe oder Flyer, Chatgruppen, Foren und Registerkarten – kann in der Thesis im Kapitel 7.2.2. und 8.2.2. nachgelesen werden.

Auffällig ist, dass der Steckbrief und der Newsletter, die beide von der Öko-Praxis als Kommunikationsformat favorisiert werden (Liebl et al., 2018, S. 75; Herrmann, 2019, S. 17 f), in der Umfrage der Thesis nicht unter den vorderen Plätzen rangieren.

Grund dafür kann sein, dass **Steckbriefe** aus Sicht der Forschenden der Komplexität des wissenschaftlichen Prozesses und der Ergebnisse nicht gerecht werden. Zudem schrieben die Wissenschaftler*innen dem schriftlichen Format teils geringe Wirkung zu, wenn das Ziel ist, dass die Ergebnisse in der Praxis angewandt werden – Ausnahme waren in der Diskussion Fachbücher, die sich zu Standardwerken entwickeln könnten. Auch die Verantwortlichen für Öffentlichkeitsarbeit und Wissenstransfer sahen im kurzen Steckbriefformat weniger Potenzial als in Fachbüchern. Hierzu gab es jedoch wenig Austausch, so dass keine Gründe genannt werden können.

Dass dem **Newsletter** in den Fokusgruppen eher ein mittlerer Relevanzgrad zugesprochen wurde, kann Ausdruck dafür sein, dass er ein nachgelagertes Format ist, das nicht unbedingt direkt im Haus realisiert werden muss. Wenn eine Einrichtung ihre Produkte, wie Veranstaltungen oder Fachlektüre, über Partner*innen mit Praxisnähe (z.B. Öko-Anbauverbände) an die Zielgruppe verteilt, braucht sie selbst keinen eigenen Datensatz mit Mailadressen von Landwirt*innen oder Beratenden anlegen und pflegen – zumal sie dann auch die Hürde des Datenschutzes nicht meistern muss. Der Newsletter-Service sollte dennoch nicht außer Acht gelassen werden, da er – wie zu Beginn dieses Kapitels beschrieben – als optimaler Mix des Bring- und Hol-Prinzips gilt und somit ideal ist, um Wissen weiterzugeben.

2.6. Besonderheiten in Ostdeutschland

Die aus der DDR resultierenden und für Ostdeutschland teils bis heute spezifischen Strukturen in der Landwirtschaft, der Beratung und dem Forschungssystem sind in der Thesis im Kapitel 4.2. (Dühn, 2020, S. 54) nachlesbar.

Aufgrund des **Beratungsdefizits**, das seit der Wiedervereinigung besteht, planen Forschende entweder Berater*innen in ihre Projekte mit ein oder, wie im Fall der Landeseinrichtungen, stellen sie Services zur Verfügung, die im Westen Deutschlands die Officialberatungen übernehmen. Darunter Veranstaltungen, Info-Flyer, Newsletter und in Einzelfällen sogar Videos – nur die einzelbetriebliche Beratung wird über die Landeseinrichtungen nicht angeboten.

Die Wissenschaftler*innen vermuten, dass **Web-Wissensvermittlung** gut geeignet für die großflächigeren, ostdeutschen Agrarstrukturen wären – wenn denn eine ausreichende Netzanbindung besteht.

3. Implementieren der Wissenschaftskommunikation

Damit das Potenzial der Wissenschaftskommunikation hin zur Öko-Praxis oder anderen externen Zielgruppen genutzt werden kann, ist zu empfehlen, gewisse Rahmenbedingungen zu schaffen. Abbildung 5 zeigt einen Weg auf, wie dies realisiert werden kann.



Abbildung 5: Rahmenbedingungen für Wissenschaftskommunikation (Dühn, 2021)

Zu den hier skizzierten Strategien bzw. dem Konzept finden sich nachfolgend Erklärungen – jeweils im Kapitel der Akteursgruppe, die initiiert. Überlegenswert wäre zudem, neben den drei hausinternen Akteursgruppen der Wissenschaftskommunikation (Abbildung 1) auch Vertretende der externen Zielgruppen (Abbildung 2) zu involvieren, so dies realisierbar ist. Dies würde sich vor allem für den operativen Part – das Kommunikationskonzept – anbieten.

Die Autorin gibt die nachfolgenden Empfehlungen speziell für den Fall der Wissenschaftskommunikation zur Öko-Praxis. Das Schema aus Abbildung 5 kann indes auch als Vorlage für andere Zielgruppen dienen.

3.1. Empfehlungen für die Einrichtungsleitung

Um Wissenschaftskommunikation in einer Forschungseinrichtung zu etablieren oder existierendes Engagement in diesem Feld weiterzuentwickeln, braucht es eine motivierende Arbeitsatmosphäre. Dass der Wissenstransfer in die Institutionsziele aufgenommen und strukturell angelegt wird, wäre Grundlage dafür. Damit dies gelingt, ist zu empfehlen, dass die Hausleitung eine Transferstrategie initiiert – die möglichst partizipativ mit Vertreter*innen aller Akteurs- und Fachbereiche entwickelt wird, damit vorhandenes Wissen genutzt und die mit den Arbeitsrealitäten synchronisiert werden können (Abbildung 5).

Transferstrategie

Eine Transferstrategie haben einige Hochschulen und Universitäten bereits erarbeitet (Dühn, 2020, S. 62 ff). Ein hilfreiches Beispiel, das den Wissenstransfer zur landwirtschaftlichen Praxis inkludiert, statt nur rein auf Technologie oder Patente fokussiert zu sein, ist die Transferstrategie der HNEE (2016). Aus der allgemeinen Strategieentwicklungs-Theorie und dem Papier der HNEE können folgende Inhalte für eine kohärente Transferstrategie abgeleitet werden:

1. Transferbegriff definieren
2. Ziele und Zielgruppen formulieren
3. Status quo analysieren: Stärken, Schwächen (intern), Chancen und Risiken (extern)
4. Handlungsfelder identifizieren
5. Maßnahmen ableiten und mit Zeitplan und Zuständigkeiten versehen
6. Evaluation und Weiterentwicklung einplanen

Dass für den Prozess der Strategieentwicklung Ressourcen bei den aktiv Mitwirkenden freigemacht werden müssen, ist Voraussetzung.

In der Phase, den **Status quo** zu analysieren, befindet sich z.B. gerade das ZALF. Hier wurde eine halbe Stelle geschaffen, die seit August 2020 dabei ist, eine Kartierung der Wissenstransfer-Aktivitäten anzulegen. Brandenburg hatte vor einigen Jahren seinen Universitäten und Hochschulen ein Transfer-Audit finanziert – eine Status quo-Analyse. Sie wurde in den Einrichtungen durch den Stifterverband und ein von den Hochschulen zusammengestelltes Projektteam realisiert. Zwei Schriften des Verbands (2020 a, 2020 b), die die Erfahrungen der Arbeit in Brandenburg und mittlerweile auch anderen Bundesländern dokumentieren, können interessant für alle Forschungshäuser sein. Gerade wenn sie an dem Punkt stehen, eine Transferstrategie zu entwickeln.

Ebenfalls sollte ein **Potenzialmapping** in der Analyse des Status quo angelegt sein. Es zeigt auf, wer die Akteur*innen im Feld des Transfers sind (noch hausindividueller und kleinteiliger als in Abbildung 1) und was sie bieten können. Für den Part der Chancen und Risiken wäre eine **Analyse des Agricultural Knowledge and Innovation Systems (AKIS) des Bundeslands** eine perfekte Grundlage (Dühn, 2020, S. 140). Dies sollte aus Sicht der Autorin übergeordnet vom zuständigen Ministerium initiiert werden. Für keines der ostdeutschen Bundesländer liegt eine solche Analyse vor.

Im Bereich der **Handlungsfelder**, die in der Transferstrategie definiert werden, können die Wissenschaftskommunikation, die Integration in Forschung (und Lehre) oder auch externe Kooperationen wichtige Themen sein. Prioritär sollte auch eine Bewertung des Wissenstransfers erarbeitet werden, damit Anreize gesetzt werden können. Vor allem für die Öko-Forschung kann hierbei interessant sein, die Ergebnisse des Projekts SynSICRIS zu verfolgen. Es hat zum Ziel, bis 2023 zu erarbeiten, wie Transferleistungen und Forschung, die sich der Nachhaltigkeit widmen, bewertet werden können (Universität Kassel, 2019). Die Ergebnisse der Interviews ergaben: Aktuell werden der Wissenstransfer und mit ihm die Wissenschaftskommunikation noch wenig honoriert. So liegt es eher an der intrinsischen Motivation der Forschenden, wenn Methoden und Formate bedient werden, die die Öko-Praxis erreichen.

Als eine **Maßnahme** für das Handlungsfeld der Wissenschaftskommunikation, wäre empfehlenswert, eine Kommunikationsstrategie zu erarbeiten – federführend von der Öffentlichkeitsarbeit. Dazu daher mehr im Kapitel 3.3. Eine solche Strategie gäbe aktuellen und auch künftigen Mitarbeiter*innen einen klaren

Rahmen, würde die Prozesse der Wissenschaftskommunikation bündeln und der Zusammenarbeit der Involvierten mehr Struktur und Effizienz verleihen.

Neue personelle Ressourcen

Wissenstransfer wird für die meisten Einrichtungen ein zusätzliches, neues Aufgabengebiet darstellen. So wird es auch erforderlich sein, hierfür **neue Kapazitäten** zu schaffen. In der Brandenburger Transferstrategie heißt es dazu: „Sofern nicht bereits erfolgt, sollten den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern noch stärker umfassende Beratungs- und Betreuungsangebote zur professionellen Wissenschaftskommunikation mit dem dazugehörigen Personal zur Verfügung gestellt werden. Die Beratung soll bereits den Forschungsprozess begleiten und bei der Entscheidungsfindung helfen, welche Zielgruppen mit den jeweiligen Forschungsergebnissen angesprochen werden könnten, um mit diesen nach Möglichkeit in einen Dialog zu treten“ (MWFK, 2019, S. 26). Damit die Wissenschaftler*innen so gut es geht entlastet werden, sollen **spezielle Stellen geschaffen werden**, die bei der Planung und Durchführung der kommunikativen Aktivitäten unterstützen, heißt es weiter (ebd., S. 26 f).

Darüber hinaus erfordert auch die **Digitalisierung** mehr Personenkraft im Bereich der Wissenschaftskommunikation – es gibt eine Fülle neuer Kanäle, die heute betreut werden wollen (Wissenschaftsrat, 2016, S. 22 f; MWFK, 2019, S. 15 f). Dass es genügend Ressource für die Vermittlung der Forschungsinhalte in die Öko-Praxis braucht, finanziell und personell, wurde des Öfteren angemahnt, vor allem aus dem Berufsstand der Öffentlichkeitsarbeit und des Wissenstransfers (Dühn, 2020, S. 117, 120 f, S. 123).

In der Thesis wurde überdies deutlich, dass kommunikative Maßnahmen für die Zielgruppe Öko-Praxis überwiegend über Drittmittel-Projekte realisiert werden. Dies kann zu einer Themen-Disbalance und uneinheitlichen Darstellung in der Außenwirkung führen und damit die eigentliche Identität des Hauses, die an externe Stakeholder vermittelt werden soll, verfälschen. Um dem vorzubeugen, ist erforderlich, die **basisfinanzierten, projektunabhängigen Kapazitäten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit** aufzustocken – je mehr kommuniziert wird, desto mehr wird dies nötig sein.

Sollte die Einrichtung einen starken Fokus auf die Öko-Forschung haben, kann sich eventuell auch eine **Transferstelle** speziell für dieses Forschungsfeld bezahlt machen die als Schnittstelle zwischen Wissenschaftler*innen und Praktiker*innen

fungiert. Als Best Practice-Beispiel können die HTWDD oder HNEE herangezogen werden, die solche Transferstellen eingerichtet haben.

Fortbildung für Kommunikation

Dass der Wissenstransfer und seine Komponente Wissenschaftskommunikation nicht ohne Weiteres vom Stammpersonal umgesetzt werden können, sollte bei der Etablierung dieses Felds bedacht werden. Auch angesichts der fortschreitenden digitalen Kommunikationsmöglichkeiten wird es **Fortbildungen** brauchen – sowohl auf Ebene der Forschenden, als auch in der Öffentlichkeitsarbeit. Denn auch die Kommunikationsverantwortlichen können nicht sofort einen Podcast erstellen und die Wissenschaftler*innen nicht direkt einen Web-Vortrag halten. Es ist also ratsam, Mitarbeitenden Fortbildungen zu ermöglichen und dies als eine Maßnahme in der Transferstrategie zu verankern.

Wissenschaftskommunikation in der Lehre

Speziell für Hochschulen und Universitäten wäre ferner interessant, die **Methoden und Formate der Wissenschaftskommunikation** (Kapitel 2.4. und 2.5.) **in die akademische Lehre für Agrarwissenschaften einzuflechten**. In den Interviews wurde erwähnt, dass es stark an der bzw. dem Wissenschaftler*in liegt, ob z.B. Praxisfragestellungen wissenschaftlich untersucht, ein partizipatives Forschungsdesign gewählt oder Formate der Wissenschaftskommunikation im Forschungsprojekt angewandt werden. Wie sich Wissenschaftler*innen thematisch und methodisch ausrichten, kann auch von ihren Erfahrungen und Interessen beeinflusst sein. Ideal wäre demnach, wenn bereits im Studium Praxisfragen gemeinsam mit (Bio-)Betrieben wissenschaftlich untersucht und anschließend die Ergebnisse kommuniziert würden, z.B. als ein Video, ein Beitrag in Hochschul- oder Fachmedien, ein Vortrag im Unterricht oder auf einem Feldtag. Dies könnte ein eigenes Modul füllen, in dem auch Grundwissen z.B. über das Konzeptionieren, Texten, Rhetorik, Videoschnitt, Urheberrecht oder Gestaltung vermittelt werden. Es kann aber auch in das Curriculum bestehender Agrar-Module aufgenommen werden und die Anwendung partizipativer Forschung z.B. im Lehrgebiet des Pflanzenbaus oder der Tierhaltung stärken.

3.2. Empfehlungen für Wissenschaftler*innen

Damit die Ergebnisse der Öko-Forschung auf den Höfen und in der Beratung auf Interesse stoßen, braucht es **Forschung, die sich an den Fragen der Öko-Praxis ausrichtet**. Dass es einer unterstützenden und wertschätzenden Arbeitsumgebung für diese Herangehensweise bedarf, wurde im vorigen Kapitel thematisiert und liegt in den Händen der Hausleitung. In diesem Abschnitt werden die Aspekte benannt, die die Forschenden ihrerseits umsetzen könnten, um die Wissenschaftskommunikation hin zur Öko-Praxis zu verbessern.

Vernetzung in Kolleg- und Bauernschaft

Um ein Gespür für den Bedarf zu erlangen, ist zu empfehlen, den unmittelbaren **Kontakt zu den Bio-Praktiker*innen** zu suchen und zu pflegen – hier bieten sich die Öko-Anbauverbände als Ansprechpartner an. Auch der **Austausch mit Öko-Forschenden anderer Einrichtungen**, die mit Betrieben zusammenarbeiten, kann ein Mittel sein, um (länderübergreifend) den Forschungsbedarf einschätzen zu können und zu einer Forschungsfrage zu gelangen, die breite Praxisrelevanz hat. Ebenso würde dieses Netzwerk helfen, um voneinander zu lernen und mit den Erfahrungen anderer das Angebot und den Effekt der eigenen Transferleistungen zu verbessern.

Einrichtungen bzw. Wissenschaftler*innen haben sich oft einem speziellen Forschungsthema verschrieben. Grob etwa dann, wenn speziell der Pflanzenbau fokussiert wird, die Tierhaltung nicht – oder umgekehrt. Im direkten Austausch mit der Öko-Praxis können weitere Themen nachgefragt werden, die die bzw. der Forschende nicht abdeckt. Dies kann mit der Kenntnis der Öko-Forschungslandschaft aufgefangen werden. Das macht möglich den Öko-Praktiker*innen zu empfehlen, wo sie Antworten auf ihre Fragen finden könnten. Auch hier ist die **Pflege von Kooperationen und Netzwerken** beste Voraussetzung. Vorstellbar wäre dann auch, dass weiteres Wissen dazugeholt wird und z.B. auch externe Expert*innen auf seinem eigenen Feldtag zu Wort kommen zu lassen.

Methoden für Wissenschaftskommunikation

Um das Forschungsdesign so aufzubauen, dass die Ergebnisse von der Praxis nachgefragt und angewandt werden können – die sogenannte **Praxisrelevanz- und reife** – sollten die der Wissenschaftskommunikation vorgelagerten Methoden aus Kapitel 2.4. beachtet werden. So lohnt es sich, die **Landwirt*innen und**

Beratenden in den Forschungsprozess zu involvieren – sei es als Umsetzende von On-Farm-Versuchen, als Kommunikator*innen für bestimmte Forschungsfragen (z.B. Demonstrationsbetrieb für Klimaschutz) oder gar als aktive Projektpartner*innen, die partizipativ und auf Augenhöhe mitforschen. Sind die wissenschaftlichen Ergebnisse praxisreif, können sie besonders gut an weitere Betriebe vermittelt werden.

Kommunikationskonzept

Ein **Kommunikationskonzept**, wie die Öko-Praxis erreicht werden soll, bereits **bei der Planung eines Projekts** zu entwickeln, wird von Expert*innen aus Praxis, Wissenschaft und Politik empfohlen (Herrmann, 2019, S. 22; Eckert et al., 2012, S. 91, MWFK, 2019, S. 26).

Ein solches Konzept zu initiieren läge bei den Forschenden. Es zu erstellen, muss aus Sicht der Autorin nicht zwingend bei den Wissenschaftler*innen liegen. Der Plan sollte im engen Austausch mit den Kommunikationsexpert*innen im Haus erarbeitet werden und könnte gar von ihnen entworfen werden – je nach Absprache. Im Konzept werden anhand der Projektziele und je nach Komplexität des Forschungsdesigns ein Zeitplan erstellt, Formate definiert (Kapitel 2.5.), Zuständigkeiten abgeleitet und das nötige Budget kalkuliert. Dies fließt anschließend in die Antragstellung ein und stellt sicher, dass genügend Kommunikationsressourcen finanziell und personell bereitgestellt werden können.

Ideal wäre, auch **Stakeholder aus den externen Zielgruppen** (Gesellschaft, Landwirtschaft/Beratung oder Politik) hinzuzuziehen, damit deren Bedarf und Ansprüche berücksichtigt werden können – im Sinne der direkten Methoden für Öko-Wissenschaftskommunikation aus Kapitel 2.4.

Mitarbeit Transfer- und Kommunikationsstrategie

Dem Kommunikationskonzept geht die Transferstrategie (Kapitel 3.1.) voraus, die den Wissenstransfer in der Forschungsarbeit verankert. Teil von ihr ist auch das Feld der Wissenschaftskommunikation, welches wiederum ein sehr umfangreiches ist. Eine separate Kommunikationsstrategie (Kapitel 3.3.) zu erarbeiten, wäre daher aller Mühe wert – auch um Klarheit in den Arbeitsabläufen zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Forschung zu schaffen.

Um in beiden Fällen zu Strategien zu kommen, die mit der wissenschaftlichen Arbeit Hand in Hand gehen, ist es unabdingbar, dass Wissenschaftler*innen bei ihrer Entstehung involviert sind.

Öffentlichkeitsarbeit als Partner

In den Interviews wurde deutlich, dass noch ungenutztes Potenzial existiert: Wissenschaftler*innen greifen wenig bis gar nicht auf die Expertise der Verantwortlichen für Öffentlichkeitsarbeit zurück (Dühn, 2020, S. 126). Dies kann schlicht daran liegen, dass die Forschenden traditionell die Wissenschaftskommunikation eigenständig bestritten haben und sie eventuell gar keine Kenntnis darüber haben, auf welche **Kompetenzen sie bei den Öffentlichkeitsarbeitenden** zurückgreifen könnten. Damit dies stärker wahrgenommen werden kann, wäre das Potenzialmapping, das Teil einer Transferstrategie sein kann, eine gute Grundlage (Kapitel 3.1.). Eine **Transferstrategie**, die auch die Wissenschaftskommunikation als Handlungsfeld adressiert, wäre zudem das positive Signal seitens der Hausleitung, dass Forschende auf die Ressourcen der Öffentlichkeitsarbeit zurückgreifen dürfen.

In der Thesis wurde deutlich, dass sich durch die zunehmenden digitalen Formate stärkere **Synergien zwischen den Wissenschaftler*innen und Zuständigen für die Öffentlichkeitsarbeit** ergeben werden (Dühn, 2020, S. 131 ff). Auch kann die Arbeitsteilung die Wissenschaftler*innen entlasten und gleichzeitig dazu beitragen, dass Formate für die zur Kommunikation zur Öko-Praxis proaktiv (weiter-)entwickelt werden können.

Erfahrung und Fortbildung

Um Erfahrung im Feld der Forschung mit der Öko-Praxis zu gewinnen, ist ideal sich als wissenschaftliche*r Mitarbeiter*in entweder **bestehenden partizipativen Forschungsprojekten anzuschließen, sich mit Öko-Forschenden anderer Einrichtungen auszutauschen** oder auch selbst diese Art von Projekten zu initiieren. (Dühn, 2020, S. 144)

Des Weiteren können **Fortbildungen** für Rhetorik, Präsentation, Videoaufnahmen, Texten oder ähnliches auch helfen, sicherer in der Wissenschaftskommunikation zu werden und den zu projektierenden Aufwand besser einschätzen zu können. Dies sollte einerseits von der Forschungseinrichtung ermöglicht und andererseits von der bzw. dem Wissenschaftler*in genutzt werden. (ebd., S. 143)

3.3. Empfehlungen für Öffentlichkeitsarbeiter*innen

Bisher werden die Verantwortlichen für Öffentlichkeitsarbeit noch wenig von den Forschenden in die Wissenschaftskommunikation involviert (Dühn, 2020, S. 126). Dies kann aus den gewachsenen **Strukturen** in der Wissenschaftskommunikation resultieren – denn die Forschenden konnten in der Vergangenheit die (interne) Wissenschaftskommunikation oft noch selbstständig bestreiten. Auch ist die Öffentlichkeitsarbeit ein Feld, das an den Einrichtungen mit den Jahren erst neu entstand, um die externe Wissenschaftskommunikation zu etablieren, so dass eine Zusammenarbeit noch Neuland ist. Mit den zunehmend digitalen Kommunikationswegen und der Erweiterung des Wissenstransfer-Begriffs werden sich aber automatisch mehr und mehr Schnittmengen ergeben.

Für den Fall, dass es bereits Transferstellen in der Einrichtung gibt, sollte es Anschluss an die Öffentlichkeitsarbeit geben – damit Parallelstrukturen vermieden und Synergien optimal genutzt werden können.

Kommunikationsstrategie

Damit sich Öffentlichkeitsarbeiter*innen proaktiv an der Wissenschaftskommunikation (zur Öko-Praxis) einbringen können, braucht es möglichst eine Transferstrategie, die dieses Aufgabenfeld benennt. Das würde das „neue“ Ziel des Wissenstransfers unterstreichen und gewissermaßen erlauben, dass Forschende und Verantwortliche der Öffentlichkeitsarbeit selbstverantwortlich und gemeinsam die Wissenschaftskommunikation (weiter-)entwickeln.

Gibt es eine solche Strategie, können die Kommunikationsexpert*innen darauf aufbauend eine speziellere Kommunikationsstrategie erarbeiten. Wichtig dabei ist, dies **zusammen mit den Forschenden** zu tun, denn sie sind bei der Vermittlung des Wissens weiterhin die Hauptakteur*innen (Dühn, 2020, S. 125 ff). Ein solcher Fahrplan kann den Rahmen für die interne und externe Wissenschaftskommunikation mit ihren verschiedenen Zielgruppen setzen (Abbildung 3) – konkreter, als es in der Transferstrategie möglich ist.

In der Kommunikationsstrategie werden die Ressourcen, Ziele, Abläufe, Netzwerke und auch die Regeln guter wissenschaftlicher Kommunikationspraxis festgehalten. Letztlich sollte die Strategie auch die Dokumentation der Kommunikationsleistung als ein Handlungsfeld thematisieren, weil sie früher oder später in der Bewertung der Transferarbeit eine Rolle spielen wird. (Dühn, 2020, S. 28 ff)

Im Kommunikationskonzept kann auch ein Vorgehen vereinbart werden, das sicherstellt, dass der Wissenstransfer und konkret die **Wissenschaftskommunikation immer mitgeplant** wird, wenn sich ein neues Projekt anbahnt.

Ebenfalls ist der Datenschutz ein wichtiges Detail, das bei der Umsetzung des Wissenstransfers eine große Rolle spielt. Der Umgang mit persönlichen Daten wird immer relevant, wenn an Personen außerhalb der Einrichtung kommuniziert wird. Insofern könnten die Regeln für die Wahrung des Datenschutzes in der Kommunikationsstrategie erarbeitet werden – unter Einbeziehung der/des Datenschutzbeauftragten und wenn nötig mit externer Beratung.

Die Kommunikationsstrategie sollte punktuell auch mit der **Hausleitung rückgekoppelt und abschließend validiert** werden.

Mitarbeit Transferstrategie und Kommunikationskonzept

Wissenstransfer beinhaltet viele Aspekte, die kommunikativer Natur sind. In der Erarbeitung der Transferstrategie (Kapitel 3.1.) sollte daher auch **mindestens eine Person aus der Öffentlichkeitsarbeit** mitwirken.

Kommen die Forschenden für ein projektbezogenes Kommunikationskonzept (Kapitel 3.2.) auf die Öffentlichkeitsarbeitenden zu, sollten diese Acht geben, dass Ressourcen für die Umsetzung der **direkten Methoden** eingeplant werden (Kapitel 2.4.). Ebenso läge bei ihnen, die **Formate** konkreter durchzuplanen, die für die Wissensvermittlung an die Öko-Praktiker*innen genutzt werden sollen (Kapitel 2.5.) und ihren **finanziellen Aufwand zu kalkulieren**.

Erfahrung und Fortbildung

Ähnlich wie auf Seiten der Wissenschaftler*innen, sieht die Autorin auch bei der Öffentlichkeitsarbeit starkes Potenzial darin, **sich mit den Kommunikationsexpert*innen anderer Einrichtungen zu vernetzen**. Dass dies inspirierend sein kann, hat bereits das Interview gezeigt.

Flankierend sollten bei Bedarf **Fortbildungen** wahrgenommen werden, um Kommunikationsformate professionell realisieren zu können – von der Newslettergestaltung über die Videodramaturgie bis hin zur Social Media-Implementierung gibt es viele Felder, die eventuell neu zu erlernen sind. Dies sollte einerseits von der Forschungseinrichtung ermöglicht und andererseits von der bzw. dem Öffentlichkeitsarbeiter*in genutzt werden. (Dühn, 2020, S. 143)

Literaturverzeichnis

BLE (2020): Zahlen zum Ökolandbau in Deutschland. Zuletzt online abgerufen am 05.11.2020: <https://www.oekolandbau.de/landwirtschaft/biomarkt/oekoflaeche-und-oekobetriebe-in-deutschland/>

BMBF (2019): Grundsatzpapier des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur Wissenschaftskommunikation. Zuletzt online abgerufen am 15.10.2020: https://www.bmbf.de/upload_filestore/pub/Grundsatzpapier_zur_Wissenschaftskommunikation.pdf

BMBF (o.J.): Die Prioritäten des EFR. Zuletzt online abgerufen am 10.09.2020: <https://www.eubuero.de/era-prioritaeten.htm>

BÖLW (12.02.2020): „Wer 20 % Öko will, muss in Öko-Forschung investieren“. Zuletzt online abgerufen am 07.10.2020: <https://www.boelw.de/themen/forschung-bildung/forschungspolitik/artikel/wer-20-oeko-will-muss-in-oeko-forschung-investieren/>

Bonfadelli, Heinz; Fähnrich, Birte; Lüthje, Corinna; Milde, Jutta; Rhomberg, Markus & Schäfer, Mike (2016): Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation, Springer Fachmedien Wiesbaden.

Bundesregierung (2018): Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie – Aktualisierung 2018. Zuletzt online abgerufen am 05.09.2020: <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975274/1546450/65089964ed4a2ab07ca8a4919e09e0af/2018-11-07-aktualisierung-dns-2018-data.pdf>

Dühn (2020): Erkenntnisse aus der Öko-Forschung - Wie es gelingt, sie im ostdeutschen Raum an die Praxis zu kommunizieren.

Eckert, Stefan; Döring, Thomas; Häring, Anna Maria; Lampkin, Nic; Murphy-Bokern, Donal; Otto, Kristin; Padel, Susanne & Vieweger, Anja (2012): Evaluation des Bereichs Forschung und Entwicklung im Bundesprogramm Ökologischer Landbau. Zuletzt online abgerufen am 17.10.2020: <https://orgprints.org/22369/1/22369-10OE027-ORE-ekert-2012-evaluation-BOEL.pdf>

European Commission (2020): Farm to Fork Strategy – For a fair, healthy and environmentally-friendly food system. Zuletzt online abgerufen am 10.09.2020: https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

European Commission (o.J.): European research area (ERA). Zuletzt online abgerufen am 06.10.2020: <http://ec.europa.eu/research/era>

Freyer, Bernhard (2016): Konturen der Forschung zum Ökologischen Landbau. In: Freyer, Bernhard (Hrsg.): Ökologische Landbau – Grundlagen, Wissensstand und Herausforderungen, UTB Verlag Bern, S. 652-693.

Hagenhoff, Svenja; Seidenfaden, Lutz; Ortelbach, Björn & Schumann, Matthias (2007): Neue Formen der Wissenschaftskommunikation - eine Fallstudienuntersuchung. In Hagenhoff, Svenja; Hogrefe, Dieter; Mittler, Elmar; Schumann, Matthias; Spindler, Gerald & Wittke, Volker (Hrsg.): Göttinger Schriften zur Internetforschung, Band 4, Universitätsverlag Göttingen. Zuletzt online abgerufen am 16.09.2020: https://www.univerlag.uni-goettingen.de/bitstream/handle/3/isbn-978-3-938616-75-8/fallstudien_wikom.pdf

Henke, Justus; Pasternack, Peer & Schmid, Sarah (2016): Third Mission bilanzieren: Die dritte Aufgabe der Hochschulen und ihre öffentliche Kommunikation, S. 13f. Institut für Hochschulforschung (Hrsg.): Beiheft zu „die hochschule“ 2016. Hrsg: Peer Pasternack, Institut für Hochschulforschung (HoF), Halle-Wittenberg. Zuletzt online abgerufen am 02.08.2020: <https://www.hof.uni-halle.de/web/dateien/pdf/HoF-Handreichungen8.pdf>

Herrmann, Farina (2019): Auf Augenhöhe: Wissenstransfer zwischen Forschung und Praxis der ökologischen und nachhaltigen Land-und Lebensmittelwirtschaft, Bundesweite Wissenstransferveranstaltungen, Schlussbericht, Teil 3. Zuletzt online abgerufen am 17.10.2020: https://www.boelw.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Forschung_und_Bildung/Witra/B%C3%96LW_Schlussbericht_Teil_3-14NA008.pdf

HNEE (2016): Transferstrategie – Ideen und Wissenstransfer für eine nachhaltige Entwicklung. Zuletzt online abgerufen am 08.09.2020: https://www.hnee.de/obj/9D079189-F057-4C11-BB44-9D3E80E82637/outline/Transferstrategie_der_HNEE.pdf

Könneker, Carsten (2017): Wissenschaftskommunikation in vernetzten Öffentlichkeiten. In Bonfadelli, Heinz; Fähnrich, Birte; Lüthje, Corinna; Milde, Jutta; Rhomberg, Markus & Schäfer, Michael S. (Hrsg.): Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation, Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 453-476.

Leibniz-Gemeinschaft (2019): Erklärung der Leibniz-Gemeinschaft im Pakt für Forschung und Innovation – Fortschreibung 2021-2030. Zuletzt online abgerufen am 29.11.2020: https://www.leibniz-gemeinschaft.de/fileadmin/user_upload/Bilder_und_Downloads/%C3%9Cber_uns/Strategie-und_Wissenschaftspolitik/Erkla%CC%88rung_der_Leibniz-Gemeinschaft_im_PFI_IV_2019_03_26.pdf

Liebl, Boris; Ahrens, Kerstin; Bruder, Vera; Greiner, Ramona; Henryson, Ann-Sofie; Hermanowski, Susanne; Knoll, Maximilian; Kasperczyk, Nadja; Kress, Isabell; Schäfer, Freya; Spiegel, Ann-Kathrin; Tennhardt, Lina; Varzic, Biljana; Veller, Carsten & Wilbois, Klaus-Peter (2018): Auf Augenhöhe: Wissenstransfer zwischen Forschung und Praxis der ökologischen und nachhaltigen Land-und Lebensmittelwirtschaft, Teilprojekt FiBL, Schlussbericht. Zuletzt online abgerufen am 05.10.2020: https://www.boelw.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Forschung_und_Bildung/Witra/33127-14NA023-fibl-liebl-2018-witra.pdf

MWFK (2019): Transferstrategie Brandenburg - Verbesserung der Zusammenarbeit von Wissenschaft mit Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft. Zuletzt online abgerufen am 29.11.2020: https://mwfk.brandenburg.de/sixcms/media.php/9/MWFK_Transferstrategie_DIN_A4_2019-12-13.pdf

North, Klaus (2016): Wissensorientierte Unternehmensführung – Wissensmanagement gestalten, 6. Auflage, Springer Fachmedien Wiesbaden.

Polanyi, Michael (1958): Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy. University of Chicago Press.

Probst, Gilbert; Raub, Steffen & Romhardt, Kai (2012): Wissen managen – Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, 7. Auflage, Springer Fachmedien Wiesbaden.

Sanders, Jörn; Heß, Jürgen (2019): Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft. Zuletzt online abgerufen am 10.11.2020: https://www.thuenen.de/media/publikationen/thuenen-report/Thuenen_Report_65.pdf

Schäfer Mike (2017): Wissenschaftskommunikation ist Wissenschaftsjournalismus, Wissenschafts-PR ... und mehr. Zuletzt online abgerufen am 05.10.2020: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/wissenschaftskommunikation-ist-wissenschaftsjournalismus-wissenschafts-pr-und-mehr-3337/>

Schäfer, Mike S.; Kristiansen, Silje & Bonfadelli, Heinz (2015): Wissenschaftskommunikation im Wandel: Relevanz, Entwicklung und Herausforderungen des Forschungsfeldes. In Schäfer, Mike S.; Kristiansen, Silje & Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): Wissenschaftskommunikation im Wandel, Herbert von Halem Verlag, S. 10-43.

Stifterverband (2020 a): Strategieentwicklung für Transfer und Kooperation. Zuletzt online abgerufen am 25.05.2021: <https://www.stifterverband.org/medien/strategieentwicklung-fuer-transfer-und-kooperation>

Stifterverband (2020 b): Konsequenzen des Transfer-Audits an Hochschulen. Zuletzt online abgerufen am 25.05.2021: https://www.stifterverband.org/medien/konsequenzen_des_transfer-audits_an_hochschulen

Thiel, Michael (2002): Wissenstransfer in komplexen Organisationen. Springer Fachmedien Wiesbaden.

Thomas, Angelika; Hoffmann, Volker & Gerber, Alexander (1999): Bildung, Beratung und Information. In: Frede, Hans G. & Dabbert, Stephan (Hrsg.): Handbuch zum Gewässerschutz in der Landwirtschaft. ecomed, Landsberg, S. 400-411.

Universität Kassel (2019): Leistungen der Forschung für Praxis und Gesellschaft erfassbar machen. Zuletzt online abgerufen am 10.08.2020: <https://www.uni-kassel.de/forschung/synsicris/startseite>

Wissenschaftsrat (2016): Wissens- und Technologietransfer als Gegenstand institutioneller Strategien, Positionspapier. Zuletzt online abgerufen am 30.11.2020: <https://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/5665-16.pdf>

Wolf, Birge; Lindenthal, Thomas; Szerencsits, Manfred & Heß, Jürgen (2010): Berücksichtigung der Leistungen für Praxis und Gesellschaft in der Forschungsevaluierung. Zuletzt online abgerufen am 15.09.2020: <https://orgprints.org/23004/1/23004-06OE307-uni-kassel-hess-2010-evaluierungsinstrumente-praxis-impact.pdf>