

# **Strategisches Konzept zur Wissenschaftskommunikation der Julius-Maximilians-Universität Würzburg**

Wissenschaft hilft uns, die Welt zu verstehen und zu verbessern: Sie erklärt komplexe Zusammenhänge, bietet Lösungen für drängende Probleme und dient der Suche nach Wahrheit. Heute, in Zeiten vielfältiger globaler Krisen und Umbrüche, schafft sie die Grundlage für faktenbasierte Entscheidungen. Als Treiber des Fortschritts ist sie für unsere Gesellschaft relevanter denn je. Forschende der Julius-Maximilians-Universität (JMU) leisten hierzu einen wesentlichen Beitrag.

*Wissenschaftskommunikation* wird an der JMU definiert als „*Kommunikation über Wissenschaft*“, das heißt: über Forschende, deren Fachgebiete, Methoden und Erkenntnisse sowie über das Wissenschaftssystem und die Grundprinzipien von Wissenschaft selbst. Unsere Kommunikation richtet sich an die Gesellschaft und Vertreterinnen und Vertreter von Politik, Wirtschaft, Medien sowie anderen Wissenschaftsorganisationen.

## **1 Ziele von Wissenschaftskommunikation an der JMU**

Wissenschaftskommunikation verstehen wir als wichtige gesellschaftliche Aufgabe: Wir möchten die Allgemeinheit an den Erkenntnissen unserer Forschenden teilhaben lassen und so das Vertrauen und die Begeisterung für Wissenschaft stärken. Zudem ist erfolgreiche Wissenschaftskommunikation entscheidend für die Reputation unserer Universität. Durch gezielte Maßnahmen wollen wir das öffentliche Bild der JMU stärken und national wie international Spitzenkräfte anziehen.

### **Ziel 1: Sichtbarkeit erhöhen**

Wir stehen im engen Kontakt mit den Medien und berichten regelmäßig über neue Forschungsergebnisse, Auszeichnungen und weitere aktuelle Anlässe. Zudem vermitteln wir unsere Forschenden als Expertinnen und Experten an die Presse und positionieren sie so gezielt in der Öffentlichkeit.

### **Ziel 2: Reputation stärken**

Die Universität Würzburg als exzellente und innovative Forschungs- und Lehreinrichtung soll verstärkt wahrgenommen werden. Das trägt dazu bei, ausgezeichnete Forschende, kompetente Mitarbeitende und talentierte Studierende anzuziehen sowie Drittmittelgeber und potenzielle Kooperationspartner auf uns aufmerksam machen – und so unseren Forschenden neue Vernetzungsmöglichkeiten zu eröffnen.

### **Ziel 3: Identifikation stärken, Vorbilder schaffen**

Wir möchten unseren Mitarbeitenden, und insbesondere jungen Menschen, inspirierende Vorbilder aus der Wissenschaft präsentieren. So wecken wir ihre Begeisterung für Forschung und stärken ihre Identifikation mit unserer Universität. Studierende und junge Talente wollen wir dazu motivieren, selbst eine Karriere in der Wissenschaft anzustreben.

#### **Ziel 4: Vertrauen in Wissenschaft erhöhen**

Wachsende Skepsis gegenüber wissenschaftlichen Erkenntnissen und die gezielte Verbreitung manipulativer Desinformationen gefährden die Stabilität demokratischer Gesellschaften. Wir sehen es als unsere Verantwortung, Fake News mit Fakten entgegenzutreten und Vertrauen in die Wissenschaft zu stärken. Dafür kommunizieren wir nicht nur die Ergebnisse und Erkenntnisse wissenschaftlicher Arbeiten, sondern erklären auch, wie und mit welchen Methoden Forschende arbeiten und wer diese Arbeit finanziert.

#### **Ziel 5: Teilhabe an Wissenschaft ermöglichen**

Wissenschaftliche Erkenntnisse sollen nicht in der Forschungsgemeinschaft bleiben. Mithilfe zielgerichteter Kommunikationsformate wollen wir den Dialog zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft fördern, für Inhalte begeistern und Wissenschaft zugänglicher machen. Wir ermutigen Bürgerinnen und Bürger zur aktiven Teilnahme an Forschungsprojekten und informieren verständlich über neue wissenschaftliche Erkenntnisse. So verdeutlichen wir den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Nutzen unserer Forschung.

### **2 Zielgruppen und Formate für Wissenschaftskommunikation**

Mit unseren Aktivitäten zur Wissenschaftskommunikation adressieren wir verschiedene externe und interne Zielgruppen. Dies sind die breite Öffentlichkeit, Medien, Schülerinnen, Schüler und Lehrkräfte, Politikerinnen und Politiker, Unternehmen und wirtschaftliche Akteurinnen und Akteure, Wissenschaftsorganisationen, Freundinnen, Freunde und Fördernde der JMU, Mitarbeitende, Studierende, Gremien sowie unsere Uni Wü Community.

Um den individuellen Kommunikationsbedürfnissen dieser verschiedenen Gruppen zu entsprechen, bereiten wir unsere Botschaften zielgruppengerecht auf und vermitteln sie über passende Plattformen und Kanäle.

Dieser zielgruppenspezifische Ansatz spiegelt sich wider in **zahlreichen Formaten der Wissenschaftskommunikation** an der JMU. Dazu gehören:

#### **Für die Medien**

- Pressemitteilungen und unser wöchentlicher Newsletter „einBLICK“,
- Vermittlung von Expertinnen und Experten der JMU, die aktuelle Themen erklären und einordnen können,
- Presstermine und Hintergrundgespräche sowie
- die Jahrespressekonferenz für regionale Medienvertreterinnen und -vertreter.

#### **Für die Öffentlichkeit**

- regelmäßige Beiträge auf verschiedenen Social-Media-Kanälen,
- Veranstaltungsreihen und Mitmachformate für Kinder, Schülerinnen & Schüler,
- Museen und zahlreiche Ausstellungen,

- Veranstaltungen des Botanischen Gartens,
- Kommunikationsformate der Universitätsbibliothek,
- der jährliche Science Slam,
- die Vortragsreihe „Physik am Samstag“,
- Kommunikationsformate unseres Exzellenzclusters ct.qmat,
- Projekte zur Citizen Science,
- das Jahrbuch „BLICK“ sowie
- die Veranstaltungen des Schelling-Forums.

### **Für Mitarbeitende und die Uni Wü Community**

- alle genannten Formate tragen auch zur Information und Identifikation unserer Mitarbeitenden bei,
- zusätzlich gibt es einen Präsidenten-Podcast,
- das Professorium,
- einen Alumni-Newsletter, einen Gremien-Newsletter und anlassbezogene Rundmails an alle Mitarbeitende.

## **3 Kommunikationsstruktur an der JMU**

Zentrale Koordinierungsstelle für Wissenschaftskommunikation an der Universität Würzburg ist die **Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**. Um ihre vielfältigen Aufgaben zu meistern, ist die Abteilung fachlich breit aufgestellt und umfasst Kompetenzträgerinnen und -träger aus allen relevanten Bereichen der Wissenschaftskommunikation – angefangen bei der Redaktion über Marketing und Social Media bis hin zur Website.

Für fachlichen Input aus der Lehr- und Forschungspraxis besteht eine enge Zusammenarbeit mit fachverwandten JMU-Professuren und -Instituten, etwa mit dem Lehrstuhl für Medienpsychologie, der Professur für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftskommunikation sowie mit dem Institut für Mensch-Computer-Medien.

Neben der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kommunizieren weitere Personen und Einrichtungen an unserer Universität zu wissenschaftlichen Themen: Forschende, einzelne Institute und Fakultäten, die Universitätsbibliothek, das Büro der Uni Wü Community (unser Netzwerk Ehemaliger, Mitarbeitender und Studierender) sowie Studierende.

Die Pressestelle unterstützt all diese Einheiten bei ihrer Kommunikationsarbeit mit:

- der Beratung zu Kommunikationskonzepten,
- Medientrainings,
- Kurzcoachings vor Interviews,
- der Begleitung zu Pressterminen (auf Wunsch) sowie
- der Mitarbeit bei der Konzeption und Umsetzung neuer Formate für Wissenschaftskommunikation.

## **4 Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Wissenschaftskommunikation an der JMU**

Die JMU wird ihre Wissenschaftskommunikation weiter ausbauen und konzentriert sich dabei auf zwei zentrale Felder:

*Extern* möchten wir unsere Reichweite durch gezielte Pressearbeit und die Konzeption neuer Formate erhöhen. Gleichzeitig wollen wir die nationale und internationale Sichtbarkeit der Universität Würzburg weiter stärken.

*Intern* möchten wir unter unseren Forschenden das Bewusstsein für die Relevanz von Wissenschaftskommunikation noch stärker verankern und ihnen das nötige Fachwissen zur Verfügung stellen. Wir wollen sie ermutigen, bereits in frühen Karrierestadien aktiv in der Kommunikation zu werden und sich untereinander stärker zu vernetzen.

### **Extern**

- Ab 2025 präsentieren wir unsere Forschung jährlich in Form einer „**Wissenschaftsmeile**“ auf dem **Würzburger Stadtfest**.
- Ab 2025 wird eine „**Wissenswand**“ am **zentral gelegenen Würzburger Marktplatz** angebracht.
- Ab 2026 planen wir bei passendem Thema eine **jährliche Teilnahme am Wissenschaftsjahr**.

### **Intern**

- Ab 2025 führen wir einen **internen Fördertopf zur Wissenschaftskommunikation** ein.
- Ab 2025 wird der neu geschaffene **JMU Communicator Preis** jährlich herausragende Leistungen in der Wissenschaftskommunikation an der JMU auszeichnen.
- Ab 2025 bieten wir unseren Forschenden jährlich ein Programm aus fünf **Fortbildungen zur Wissenschaftskommunikation**.
- Die Förderung von Frauen in der Wissenschaft hat für die JMU eine hohe Priorität. Ab 2024 bieten wir jährlich einer Nachwuchswissenschaftlerin die Möglichkeit, am **Mentoring-Programm „Zia“ der ZEIT** teilzunehmen.
- Das 2023 eingeführte **universitätsweite Professorium** wird ab 2024 als „Crossover-Professorium“ durchgeführt, bei dem jeweils zwei Fakultäten im Fokus stehen. Das Professorium enthält zudem einen Block zur Wissenschaftskommunikation.
- Ab 2025 nutzen wir gezielt weitere **interne Veranstaltungen**, um Themen rund um Wissenschaftskommunikation zu vermitteln.
- Ab Mitte 2025 implementieren wir eine **neue Dialogplattform für alle Kommunikationseinheiten der JMU**.

- Ab Anfang 2026 wird es einen **Newsletter zur Wissenschaftskommunikation** geben.

## **5 Neue Wege der Wissenschaftskommunikation schaffen**

Für den Erfolg dieses strategischen Konzepts ist ein regelmäßiger Austausch aller Kommunikations- und Fachverantwortlicher der Julius-Maximilians-Universität entscheidend. Dieser Dialog ermöglicht es uns, Erfahrungen zu teilen und gegebenenfalls Anpassungen vorzunehmen, um unsere Kommunikationsziele zu erreichen.

In Anbetracht der Relevanz von Wissenschaft für unsere Gesellschaft sind wir überzeugt, mit diesem strategischen Konzept einen wichtigen Rahmen zu schaffen, um die Akzeptanz und das Verständnis für wissenschaftliche Themen in der Öffentlichkeit dauerhaft zu fördern. Gemeinsam werden wir zielgerichtete und zeitgemäße Wissenschaftskommunikation umsetzen und so einen Beitrag leisten zur Stärkung des Dialogs zwischen Wissenschaft und Gesellschaft.

Würzburg, 30. April 2025

Prof. Paul Pauli, Präsident