

Wie wir polyphone Kommunikation
als wissenschaftliche Institution
systematisch angehen können.



Integrierte Wissenschaftskommunikation: Die systematische und aktive Zusammenarbeit von zentraler und dezentraler Kommunikation einer wissenschaftlichen Institution.

Ihr Ziel: Es allen leichter machen, professionell zu kommunizieren.



INT WISS KOMM

- Warum**
- Status Quo der Kommunikation
 - Vielzahl und Vielfalt
 - Kommunikation als Expertise
 - Schmerzpunkte
- Was**
- Integrierte Kommunikation und Integrierte Wissenschaftskommunikation
- Wer**
- Wen interessiert`s
 - Wer hat den Hut auf
- Wozu**
- ...und wofür das alles?
 - Extremwertbetrachtung: Krisenkommunikation
- Wie**
- Ich glaub', es hakt.
 - Niemand fängt bei Null an.
 - Knackt ihr die 400?
 - Die vier Kernfelder der IntWissKomm
 - Ich packe meinen Werkzeugkoffer und nehme mit...
 - Es ist eine Mitbringparty!
 - I ❤️ Rollen- und Aufgabenklarheit
 - Geteiltes Wissen ist ~~doppeltes~~ zehnfaches Wissen
 - Lässt der Schmerz schon nach?
 - Der Vorhang hebt sich.

Jeder kann Blockflöte spielen.

Doch das ist dann nicht unbedingt Musik.

Damit es Musik wird, braucht es Wissen, Übung und Technik. Eine gewisse Liebe zur Musik ist ebenfalls förderlich. Musiziere ich gemeinsam mit anderen, braucht es zusätzlich eine Orchestrierung.*

Genau darum geht es bei der Integrierten Wissenschaftskommunikation: Die Instrumente der professionellen Kommunikation spielend beherrschen und sich innerhalb einer Institution als Orchester verstehen und aufstellen.

Denn:

- Ja, jede/r kommuniziert. #Watzlawik
- Professionelle Kommunikation braucht Expertise, Erfahrung und Tools.
- Gemeinsam an einem Strang ziehen macht es für alle leichter.

Mit diesem Heft lade ich ein, die Idee und die Praxis einer Integrierten Wissenschaftskommunikation zu erkunden. Ursprünglich habe ich diese Texte als Postings auf LinkedIn veröffentlicht.

In den Texten teile ich Erfahrungen und Erkenntnisse aus meinen beruflichen Stationen – als Referentin für Interne und Integrierte Kommunikation an der TU Braunschweig, als Projektleiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an der Physikalisch-Technischen Bundesanstalt und als Selbstständige in der Wissenschaftskommunikation.

Ich wünsche viel Vergnügen beim Schmökern und Ausprobieren.



*Dieses Foto entstand Ende der 90er Jahre während einer verregneten Probe. Das Ensemble: Ungefähr 25 Kinder und Jugendliche (eine davon ich), die Werke aus Mittelalter, Barock und Renaissance spielten. Unser Hauptinstrument: Blockflöte. Ich weiß also, wovon ich rede.



Status Quo der Kommunikation an Hochschulen und Forschungseinrichtungen

Oder: Der Versuch einer Momentaufnahme eines multi-dimensionalen Bewegt-Wimmelbilds. 🤪

Der Bedarf – Pull & Push

Menschen interessieren sich für das, was in der Forschung und an Hochschulen passiert. Sie vertrauen in die Expertise von Forschenden. [1,2]

Forschende und Forschungseinrichtungen wollen, sollen und müssen kommunizieren, denn [3]:

- ▷ wir wollen uns mit anderen über unsere Erkenntnisse austauschen
- ▷ Forschungsergebnisse wirken sich oft auf das Leben aller aus
- ▷ nur wenn Menschen wissen, dass wir existieren und gut finden, was wir tun, bewerben sich bei uns oder schreiben sich für unsere Studiengänge ein

Beteiligte

Eine Besonderheit an Hochschulen und Forschungsinstituten und logische Konsequenz aus dem Bedarf (siehe oben): Neben dem zentralen Kommunikationsteam gibt es zahlreiche dezentrale Kommunikator:innen. Im nächsten Text (S. 4) gehe ich darauf genauer ein.

Die Welt der Kommunikation

Für unsere Kommunikation stehen uns viele Formate, Kanäle und Hilfsmittel zur Auswahl und sie wandeln sich ständig. Neues kommt dazu, Vorhandenes wird weniger relevant, Algorithmen werden geändert.

Die Kommunikationskulturen in Wissenschaft, Medien, Politik, etc. unterscheiden sich.

Die aktuelle Diskussionskultur ist teilweise hart. Es ist eine persönliche und institutionelle Herausforderung, dem professionell zu begegnen.

► Alle, die für eine Hochschule und Forschungseinrichtung kommunizieren, wissen: Kommunikation ist ein facettenreiches, forderndes und sehr dynamisches Gewusel.

Integrierte Wissenschaftskommunikation

setzt auf die systematische Zusammenarbeit aller Kommunikator:innen einer Institution, um in diesem Gewusel **strategisch** und **ressourcenbewusst** zu agieren und reagieren.

Sie gibt Orientierung zu Rollen und Aufgaben, stellt zentrale Werkzeuge zur Verfügung, nutzt nachhaltig die Expertise aller Akteur:innen.

**Das Ziel der Integrierten Wissenschaftskommunikation:
Es allen leichter machen, professionell zu kommunizieren.**



Edelman Trust Barometer



Wissenschaftsbarometer

Quellen

[1] 2024 Edelman Trust Barometer, S. 10, [2] Wissenschaftsbarometer 2024, [3] Meine persönliche und dementsprechend erfahrungsbasierte, doch subjektive Auswahl an Gründen ohne Anspruch auf Vollständigkeit



Vielzahl und Vielfalt der Akteure und Kommunikator:innen

400 – Das war die Anzahl der Antworten auf eine interne Abfrage „Wer ist aktiv in der Wissenschaftskommunikation?“ an einer deutschen Hochschule.*

Zentrale Kommunikation

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Chief Communication Officer, Presse und Kommunikation, Science Communication Centre, Kommunikation und Marketing, ...

Die Namen der Teams mögen verschieden sein, die Kernaufgaben sind die gleichen: Sie verantworten die zentrale Kommunikation und Kommunikationsstrategie. Sie sind die offizielle Stimme der Institution.

Um das Bild des Orchesters aufzunehmen: Sie spielen die erste Geige.

Dezentrale Kommunikation

Studiengangskoordinator:innen, Geschäftsführer:innen von Fakultäten, Diversity Beauftragte, Alumni-Team, International Office, Sprecher:in eines Exzellenz-Clusters, ...

Auch hier eine Vielzahl von Jobs. Was sie gemeinsam haben: Kommunikation ist Teil ihres Jobprofils und dieser ist nicht einfach mal nebenbei gemacht.

Freiwillige

Es steht nicht in ihrer offiziellen „Tätigkeitsbeschreibung“ und trotzdem engagieren sich viele Forschende über alle Karrierestufen hinweg in der Wissenschaftskommunikation.

* So wurde es mir per Buschfunk zugetragen. Und nein, liebe http-Fans, es war kein bad request.

Ihre Motivation: Freude an der Kommunikation, Begeisterung für ihr Forschungsfeld, Leidenschaft für die Wissenschaft, das Selbstverständnis als Forscher:in, um die eigene berufliche Entwicklung zu steuern und zu fördern.

- ▶ Es gibt viele Kommunikatorinnen und Kommunikatoren an unseren Hochschulen und Forschungsinstituten.
- ▶ Klare Rollen- und Aufgabenverteilung sorgt für weniger Sand im Getriebe des Kommunikationsalltags.
- ▶ Gemeinsam haben wir einen immensen Wissensschatz; Treibstoff für den Motor des Kommunikationsalltags.
- ▶ Wir können die Wirkung unserer Kommunikation verstärken, wenn wir aktiv zusammenarbeiten.

Der Kern der **Integrierten Wissenschaftskommunikation** ist es, dieses Zusammenspiel aller Kommunikator:innen einer Institution aktiv und systematisch zu koordinieren und zu fördern.

Gab es bei euch schon mal eine ähnliche Abfrage?

Wisst ihr, wie viele aktive Kommunikator:innen es an eurer Organisation gibt, wer sie sind und was sie tun?

Ich freu mich über eure Antworten!

▷ wisskomm@salffner.net oder [LinkedIn](#)





Kommunikation als Expertise

Wir sind alle Expert:innen. Die Felder unserer Expertise unterscheiden sich.

Damit wir keine akustisch wilde Klangerfahrung sind, sondern gut orchestriert und mit Leichtigkeit musizieren, brauchen wir Kommunikationsexpertise. 🎵🎶

- ▷ Wie funktioniert Social Media?
- ▷ Was macht einen guten Text, ein gutes Bild, ein gutes Video, ... aus?
- ▷ Wie gehe ich mit Anfragen von Journalist:innen um?
- ▷ Worüber soll ich eigentlich schreiben?
- ▷ Was sind die Do's und Don'ts – generell und an meiner Institution?
- ▷ Was tun wenn's brennt?
- ▷ Es gibt keine schlechte Publicity – Stimmt das wirklich?

► Einfach so loslegen ist leichter gesagt als getan, besonders bei Kommunikation im beruflichen Kontext.

Gute Nachricht # 1

Es gibt Profis, die die Antworten auf diese und viele weitere Fragen kennen. Denn es ist ihr täglicher Job: Die zentrale Kommunikation eurer Hochschule oder Forschungsinstitution.

► Vertraut auf die Expertise eurer zentralen Kommunikator:innen, Redakteur:innen, Grafikdesigner:innen, Content Creator:innen, ... Sie sind Profis.

Trotzdem: Die zentrale Kommunikation kann nicht sämtliche Kommunikationsaufgaben für eine Institution übernehmen. Deshalb gibt es mehr und mehr dezentrale Kommunikationsverantwortliche. Auch sie haben häufig PR-, Marketing- oder Redaktions-Erfahrung.

Gute Nachricht #2

► Professionelle Kommunikation kann man lernen.

Interne Weiterbildungen, Beratung durch die zentralen Kommunikator:innen, Guidelines, usw.

Intern Weiterbildungen und Beratung anzubieten, gehört zu den Kernelementen der Integrierten Wissenschaftskommunikation.

Zusätzlich gibt es externe Angebote, wie zum Beispiel beim NaWik.
Achtung Eigenwerbung: Auch ich biete Workshops zur systematischen und strategisch ausgerichteten Kampagnen- und Format-Entwicklung an, begleite bei der Umsetzung und berate zu Kommunikationsprojekten.

Rollenklarheit

Ein klares Rollenverständnis gehört für mich zur #Expertise dazu. Neben dem professionellen Handwerkszeug und Knowhow ist es deshalb ebenso wichtig, innerhalb einer Institution klar abzustimmen, wer welche Aufgaben und Rollen in der Kommunikation übernimmt.

Darauf gehe ich später in dieser Serie noch genauer ein, wenn wir uns der spannenden Frage des „Wie?“ widmen. Dennoch ist es mir wichtig, dieses Thema jetzt schon anzusprechen, denn:

Ein gemeinsames, klares Verständnis der Rollen und der damit einhergehenden Aufgaben ist ein weiteres Kernelement der Integrierten Wissenschaftskommunikation.



Alle haben
irgendwo

Schmerzpunkte

Wo tut's denn weh?

Diese Frage ist für mich der Ausgangspunkt wenn ein Projekt startet, eine Kampagne geplant wird, ich in eine Beratung einsteige.

► Wenn nichts weh tut und alles okay ist, dann müssen wir auch nix tun.

Wenn bei euch also alles super läuft und alle zufrieden und glücklich sind, dann könnt ihr dieses Heft jetzt beiseite legen bzw. die Datei schließen. Macht weiter, was auch immer ihr tut und wie ihr es tut und – wenn ihr die Zeit und Muße dafür habt – teilt euer Wissen.

Für alle anderen:

Was sind eure Schmerzpunkte im Kommunikationsalltag?

Je genAua, desto besser

„Ich habe einen Splitter im Zeigefinger.“ Da fällt uns allen sofort ein Lösungsansatz ein.

„Irgendwie tut es hier und da weh.“ Da wird es schon schwieriger, selbst für Profis.

Schwierigkeiten genau zu beschreiben, fällt uns oft schwer. Es bereitet uns Schwierigkeiten, ha! Weiter hinten in diesem Heft findet ihr meine Vorschläge, wie es vielleicht ein bisschen leichter wird.

!Meiner Erfahrung nach lohnt sich die Mühe, auf diese Schmerzpunkte des Alltags genauer und am besten gemeinsam zu schauen, denn:

Klarer Pain, klarer Gain

Je klarer wir die Symptome und vielleicht sogar die Ursachen erkennen und benennen, desto deutlicher ergeben sich daraus die Lösungsansätze. Umso leichter fällt es uns, ein Ziel für unser Projekt zu formulieren und die geeigneten Werkzeuge auszuwählen, mit denen wir unsere Ziele erreichen.

Das übergeordnete Ziel ist dabei klar: Ich will, dass es aufhört, wehzutun.

Kein Feenstaub

Natürlich möchte ich keine Scharlatanerie verbreiten. Integrierte Wissenschaftskommunikation ist kein Allheilmittel. Sie ist ein Lösungsansatz für die Zusammenarbeit der Kommunikationsverantwortlichen – zentral und dezentral – an Hochschulen und forschenden Institutionen. Ihr Ziel: Es allen leichter zu machen, professionell zu kommunizieren.



Integrierte Wissenschaftskommunikation und Integrierte Kommunikation

Integrierte Wissenschaftskommunikation orientiert sich am Konzept der Integrierten Kommunikation, welches aus der Unternehmenskommunikation und dem Marketing kommt.

Integrierte Kommunikation

Sehr grob zusammengefasst ist mit Integrierter Kommunikation gemeint, dass sich durch alle Kommunikationsaktivitäten eines Unternehmens ein gemeinsamer roter Faden zieht. Egal ob Social Media, Webseite, Pressemitteilung, Messe-Auftritt, Newsletter, Werbung, usw.: Alles erzählt eine konsistente Geschichte, zeichnet ein konsistentes Bild der Marke.

In der **Fachliteratur** heißt das: „Integrierte Kommunikation ist ein strategischer und operativer Prozess der Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle, der darauf ausgerichtet ist, aus den differenzierten Quellen der internen und externen Kommunikation von Unternehmen eine Einheit herzustellen, um ein für die Zielgruppen der Kommunikation konsistentes Erscheinungsbild des Unternehmens bzw. des Bezugsobjekts der Kommunikation zu vermitteln.“ [1]

Gemeinsamkeiten

Es gibt viele Gemeinsamkeiten zwischen Integrierter Kommunikation und Integrierter Wissenschaftskommunikation, sowohl was ihre **Ziele** angeht, als auch hinsichtlich ihrer **Werkzeuge** für die Planung und Umsetzung und der Gründe, warum diese angewendet werden.

Zu diesen **Zielen** zählen [1]:

- ▷ Steigerung der Wahrnehmungs- und Erinnerungswirkung
- ▷ Vermeidung von Doppelarbeiten und Effizienzsteigerung
- ▷ Aufbau von Vertrauen
- ▷ Motivationssteigerung bei den Mitarbeitenden
- ▷ Bessere Koordination/Kooperation der Abteilungen

Unterschiede

Neben den Gemeinsamkeiten zwischen Integrierter Kommunikation in Unternehmen und Integrierter Wissenschaftskommunikation gibt es zwei wesentliche Unterschiede:

- ▷ die **Vielzahl der Akteure** in der Integrierten Wissenschaftskommunikation
- ▷ die **Wissenschaftsfreiheit**, wegen der nicht jegliche Wissenschaftskommunikation durch eine Unternehmenskommunikation freigegeben oder gesteuert wird

Integrierte Wissenschaftskommunikation

Ich wage mich an eine Definition der Integrierten Wissenschaftskommunikation, mit dem expliziten Hinweis, das ich nicht seit Jahren auf diesem Thema akademisch forsche, mich jedoch an Forschung orientiere und Erfahrungen aus dem Arbeitsalltag der Integrierten Wissenschaftskommunikation einfließen lasse:

Integrierte Wissenschaftskommunikation ist ein strategischer und operativer Prozess der Analyse, Planung, Umsetzung und Evaluation, der darauf ausgerichtet ist, die verschiedenen Akteure und Akteurinnen der Kommunikation an einer wissenschaftlichen Institution zu unterstützen und zu koordinieren, um ein repräsentatives Bild der Institution zu vermitteln, die Wirkung von Kommunikation zu verstärken und allen die Kommunikationsarbeit zu erleichtern.

Anmerkung: Den Begriff "Integrierte Wissenschaftskommunikation" gibt es – soweit ich weiß – bisher nicht. Er ist meine Wortschöpfung auf Basis der oben genannten Gemeinsamkeiten und Unterschiede.



WER

Wen interessiert's?

Na einfach alle!

Zumindest ist meiner Meinung nach Integrierte Wissenschaftskommunikation für alle relevant, die

- ▷ als Forschende über Wissenschaft sprechen
- ▷ als Repräsentant:in einer Forschungseinrichtung kommunizieren

... egal ob Pressemitteilung, Social Media Posting, Webseite, Newsletter, Citizen Science Projekt, Schnack beim Straßenfest, Podiumsdiskussion, Posterpräsentation, Studiengangsmarketing, Pub Quiz, Mitmachexperiment für den Tag der offenen Tür oder eines der zahlreichen anderen WissKomm-Formate.

- ▶ Für einfach alle, für die es leichter wird, wenn wir
 - ▷ Projekte zusammen angehen,
 - ▷ Ressourcen gemeinsam nutzen,
 - ▷ Rollen und Aufgaben transparent und fair aufteilen und
 - ▷ uns gegenseitig mit unserer Expertise unterstützen,
- ist IntWissKomm interessant.

- ▶ Weil **niemand** das Rad immer wieder neu erfinden muss.

Und auch falls (noch?) nicht alle Forschenden und Kommunikator:innen das so sehen – Integrierte Wissenschaftskommunikation interessiert sich auf jeden Fall für euch! Muahahaharr!



WER

Wer hat den Hut auf?

Wer kennt es nicht? Damit aus einer netten Idee ein Plan entsteht, der dann auch noch umgesetzt wird, muss sich jemand den Hut aufsetzen. Es braucht einen Menschen oder ein Team, der bzw. das für diese Umsetzung die Verantwortung übernimmt und dran bleibt.

► Den Zylinder des Zirkusdirektors für die IntWissKomm-Manege hat das zentrale Kommunikationsteam auf. Von hier gehen die Impulse raus und hier laufen die Fäden des Netzwerks zusammen.

So wie eine Zirkusdirektorin die spektakulären Drahtseilakte oder Messerwürfe nicht selbst aufführt, ist das zentrale Kommunikationsteam im Rahmen der IntWissKomm vor allem „Enabler“. Man möge mir diese leider etwas abgewetzte *buzz word* verzeihen. Es passt halt sehr gut.

Sie geben professionelle Orientierung, bieten handwerkliche Unterstützung und öffnen den Raum für den aktiven Austausch innerhalb des gesamten Netzwerks der Kommunikatorinnen ihrer Institution. Kurzum: Sie bieten die Werkzeuge der Integrierten Wissenschaftskommunikation zum Einsatz an.

Ein Hut alleine reicht aber nicht. Für ein lebendiges Netzwerk braucht es viele Köpfe, die ihre individuellen Hüte aufsetzen. Auf diese Hüte werden wir später in dieser Serie näher eingehen, wenn es um die Rollen- und Aufgabenklarheit geht, ein essenzielles und wirksames Werkzeug der Integrierten Wissenschaftskommunikation.



WOZU

... und **wofür** das alles?

Was bringt mir Integrierte Wissenschaftskommunikation – als Mensch und als Institution?

Ziele

Integrierte Wissenschaftskommunikation hat für mich drei Ziele:

- ▶ Es allen Mitarbeiter:innen leichter machen, professionell zu kommunizieren.

Das klingt vielleicht nach einem banalen Statement. Doch im Kern ist es genau das: Durch eine funktionierende Integrierte Wissenschaftskommunikation wird die Kommunikationsarbeit für uns alle leichter.

Selbst wenn es also erst mal banal klingt: Wenn wir dieses Ziel erreichen, dann wäre das doch ziemlich stark, oder?

- ▶ Die Wirkung unserer Kommunikation erhöhen.

Beispielsweise durch eine facettenreiche und gleichzeitig in sich stimmige Darstellung unserer Institution und durch eine intern abgestimmte Kommunikation, die sich gegenseitig stärkt.

- ▶ Den Einsatz von Ressourcen optimieren.

Die für mich persönlich wertvollste Ressource ist Zeit. Indem ich Kommunikation professionalisiere (z. B. durch Teilen von Expertise), dann spart mir das Zeit.

Persönliche Erfahrungen mit Kommunikations-Tools und -Formaten sind ebenfalls Ressourcen. Das gilt genauso für Fotos und Videos oder von uns entwickelte Routinen, wie wir Kommunikationsformate am besten umsetzen.

Diese Ressourcen sind für sich genommen bereits wertvoll und werden noch wertvoller, wenn wir sie miteinander teilen.

Wie schon im Beitrag „Wen interessiert’s“ geschrieben: Wir müssen das Rad nicht immer wieder neu erfinden.

Erhoffte Nebenwirkung

Ach ja, dann wäre da noch ein inoffizielles Ziel: Spaß machen soll es auch, sowohl die Kommunikationsarbeit an sich, als auch zusammen zu tüfteln und Erfahrungen austauschen.



Extremwertbetrachtung

Krisen- kommunikation

Das Labor brennt. Der Shitstorm wütet. Ein Thema brodelte und das Gewitter ist am Horizont zu erahnen.

Was nun?

► In Extremsituationen wie diesen zeigt eine funktionierende Integrierte Wissenschaftskommunikation ihr volles Potenzial. Rollenklarheit, Expertise und Prozessklarheit – Kernelemente der IntWissKomm – spielen zusammen.

Rollenklarheit

Was muss ich selbst jetzt tun? Was ist definitiv die Aufgabe und Expertise von anderen Personen in meiner Institution? Wer spricht beispielsweise mit der Presse und muss/kann ich das Justizariat meiner Institution mit einbinden?

Expertise und Knowhow

Wie kann ich kommunikativ deeskalieren? Wie kann ich mit kommunikativen Mitteln für Klarheit sorgen und so aus der Extremsituation herausführen? Gibt es Tools oder interne und externe Anlaufstellen, die mir mit ihrem Wissen helfen können?

Prozessklarheit

Gibt es Workflows für verschiedene Krisensituationen an meiner Institution? Wo finde ich die und wie kann ich mehr darüber erfahren?

Prophylaxe

Krisenkommunikation ist nicht erst in der akuten Krise wichtig. Ein essentieller Teil professioneller Krisenkommunikation ist es, die Krise zu vermeiden, also nicht erst zu (re)agieren, wenn es tatsächlich brennt.

Ein wunderbares Wort in diesem Kontext:

Kommunikationsfolgenabschätzung. (I ❤️ Nominalkomposita). Mit diesem schließt sich der Kreis zur Expertise: Durchdenke ich meine Kommunikationsaktivitäten systematisch, dann schätze ich auch ab, welche Folgen (positive und negative) meine Kommunikation haben könnte bzw. soll.

► So manche Kommunikationskrise kann gänzlich abgewendet werden. Wenn doch eine Krise eintritt, können wir effizienter reagieren und den Schaden für unsere Institution und Kolleg:innen verringern.



WIE

Ich glaub',
es hakt.

Im Arbeitsalltag hakt es immer mal wieder. So weit, so normal. Nervig wird es, wenn es an den gleichen Stellen immer wieder hakt. Hier setzen wir mit Integrierter Wissenschaftskommunikation an.

Schmerztagebuch

Ein Exkurs in die Gesundheit: Menschen mit wiederholt auftretenden Schmerzen – also zum Beispiel Migräne, Arthrose oder Rheuma – bekommen den Rat, ein Schmerztagebuch zu führen. Wir schreiben auf, was wir essen und ob außer Schmerzen irgendwas Auffälliges an dem Tag war. So entdecken wir (hoffentlich) Auslöser und Frühwarnzeichen. Eine Chance, selber mehr zu steuern, ob uns Schmerzen das Leben schwer machen.

Mein Tipp für den Einstieg in die Integrierte Wissenschaftskommunikation:

► Führt ein „Schmerztagebuch“.

Schreibt ab heute für vier Wochen auf, bei welchen Kommunikationsthemen es innerhalb eures Teams und im Kontakt mit anderen Teams hakt.

Was sind wiederkehrende

- ▷ Anfragen
- ▷ Diskussionen
- ▷ Missverständnisse
- ▷ Probleme
- ▷ Zeitfresser

Musterkennung

Nach den vier Wochen schaut ihr euch die Sammlung an. Gibt es Gemeinsamkeiten bei den Dauerbrennern, typische Themen-Cluster?

► Das Schmerztagebuch und die Analyse helfen euch, die passenden Werkzeuge für eine Integrierte Wissenschaftskommunikation an eurer Institution auszuwählen. Was das für Werkzeuge sind, dazu mehr in den kommenden Postings.

Zentrale oder dezentrale Kommunikator:innen?

Wer soll das Schmerztagebuch führen? Klare Antwort: Alle. Denn es geht um eure jeweiligen Perspektiven. Nur so können wir gemeinsam Lösungsansätze finden und Missverständnisse aus dem Weg räumen.

Aus dem Nähkästchen

In meiner Zeit an der TU Braunschweig habe ich selbst für etwas mehr als einen Monat ein Schmerztagebuch geführt. Allerdings habe ich es damals nicht Schmerztagebuch genannt. 😊

Die Notizen aus den Teambesprechungen, Redaktionstreffen und Gesprächen mit anderen Teams waren für mich ein wertvoller Fundus. Basierend auf den konkreten Alltagsproblemen entwickelten wir ein praxisnahes Konzept für die Integrierte Wissenschaftskommunikation an der TU.

Was sind deine Top 3 im Schmerztagebuch?



Niemand
fängt bei
Null
an.

Niemand, wirklich n i e m a n d, fängt bei Null an.

Als Wissenschaftlerin bekomme ich bei solchen Absolutaussagen ein nervöses Bauchkribbeln. 😓 Als Kommunikatorin bleibe ich dagegen gelassen, denn: Ich habe noch nicht erlebt, dass eine Institution so gar nix hat, was in das Portfolio einer Integrierten Wissenschaftskommunikation gehört.

► Deshalb mein Tipp: Einmal Inventur, bitte.

Nehmt euch einen Nachmittag Zeit und durchstöbert den Fundus eures Teams und eurer Institution nach

- ▷ Corporate Design
- ▷ Newslettern
- ▷ Datenbanken
- ▷ Serviceangeboten für externe Anfragen
- ▷ Plattformen, z. B. Webseite(n) oder Intranet
- ▷ Social-Media-Kanälen
- ▷ Guidelines
- ▷ Infobroschüren
- ▷ Workshops und Trainings

und allem, was ihr noch so findet UND notiert alles was ihr findet.

Seid dabei konkret, also zum Beispiel „Flyer für Studieninteressierte“, „Vorlage für Dreh- und Fotogenehmigungen“, „Expert-Vermittlung an Presse“, „Veranstaltungskalender“.

Zentrale oder dezentrale Kommunikator:innen?

Wie schon beim Schmerztagebuch gilt auch für die Inventur: Alle schreiben aus ihrer Perspektive. Denn

A) je vollständiger die Übersicht über den Fundus der gesamten Institution, desto besser und

B) so finden wir blinde Flecken. „Ach wir haben ...? Das wusste ich ja gar nicht.“

Und dann?

Meine nächste gewagte These: Ihr werdet überrascht sein, wie viel ihr da findet. Vielleicht ist sogar ein Erste-Hilfe-Pflaster für ein Problem in eurem Schmerztagebuch dabei.

Mit Schmerztagebuch und Inventur seid ihr auf jeden Fall gut gerüstet, um euer Paket für die Integrierte Wissenschaftskommunikation an eurer Institution schnüren.

► Beim Aufschreiben soll es nicht bleiben, sondern wir wollen innerhalb einer Institution miteinander reden – über unsere Funde und das was wir nicht finden, aber vielleicht brauchen.

Widerlegt ihr meine gewagte Aussage: An eurer Institution gibt es wirklich gar nix aus meiner Liste? Wenn ihr das ändern wollt, schreibt mir und wir gehen das gemeinsam an.



WIE

Knackt ihr die 400?

In „Vielzahl und Vielfalt der Kommunikator:innen“ (S. 4) schreibe ich von einer internen Abfrage einer Hochschule. Es wurde gefragt, wer sich für Wissenschaftskommunikation engagiert. Es gab 400 Rückmeldungen.

Hand auf's Herz: Was löst diese Zahl bei dir aus?

- A) „Waaaaas? So viele?!“
- B) „Waaaaas? So wenige?!“
- C) „Ja ja, passt schon.“

Wer für sich sehr klar hat, wie viele zentrale und dezentrale Kommunikator:innen es an der eigenen Institution gibt und wer sie sind, der kann an dieser Stelle aufhören zu lesen.

► Für alle anderen hier der nächste **Tipp**: Recherchiere, wer außer der zentralen Kommunikation noch im Namen der Institution oder über Wissenschaft kommuniziert.

Visualisieren

Ich übertrage meine erste Sammlung – meist ein wild bekritzelttes Blatt – dann in eine Mindmap.

- ▷ Der zentrale Knotenpunkt ist die Institution.
- ▷ In der nächsten Ebene nenne ich allgemeine Gruppentypen: Fakultäten, Zentrale Einrichtungen, Forschungsprojekte, ...
- ▷ Die dritte Ebene wird konkreter befüllt: Abteilung A, Bibliothek, IT-Zentrum, SFB 1234, ...

Und dann?

Dann lasse ich diese Übersicht erst mal auf mich wirken. Also: Innehalten. Werk betrachten. Gedanken kommen lassen.

- ▷ Wer fehlt noch?
- ▷ Mit welchen Teams gibt es viel Abstimmung? Welche Bereiche sind eher autark unterwegs?
- ▷ Mit wem gibt es einen engeren Austausch und wie?
- ▷ Wo ist Luft nach oben für eine engere Zusammenarbeit?

Entscheidungshilfe

Wenn ihr die Werkzeuge für eure Integrierte Wissenschaftskommunikation auswählt und Formate entwickelt, dann habt diese Übersicht eurer **Stakeholder** im Blick.

- ▷ Welche Inhalte und Formate ergeben für welche Gruppen Sinn?
- ▷ Welche Gruppen wollt ihr mehr miteinander in Kontakt bringen, damit sie sich untereinander austauschen?

Und das mit den 400?

Ich gebe zu, meine Stakeholder-Mindmap habe ich bisher nicht bis auf eine vierte Ebene erstellt. Das wären dann die individuellen Kommunikator:innen.

Doch selbst bis zur dritten Ebene gibt uns die Mindmap ein solides Bauchgefühl, wie viele Menschen zu unserem Netzwerk der dezentralen Kommunikator:innen dazugehören. Also, was denkst du? Knackt deine Institution die 400?



Die vier Kernfelder der Integrierten Wissenschaftskommunikation

Ein bisschen Theorie, bevor wir wieder die Ärmel hochkrempeln: Vier Kernfelder bilden das Grundgerüst der Integrierten Wissenschaftskommunikation. Alle Werkzeuge, Aktivitäten und Angebote die ich in hier vorstelle, gehören in eines dieser Felder. Dabei sind diese Felder nicht scharf voneinander abgegrenzt, sondern greifen ineinander.

Infrastruktur und Ressourcen

Hier gehören alle internen und externen Kommunikationskanäle dazu, also Intranet oder Social Media-Kanäle, Newsletter oder Webseiten. Auch Bilddatenbanken, Corporate-Design-Vorlagen oder Guidelines gehören in dieses Feld.

Wissenstransfer und Beratung

Trainings, Workshops, individuelle Beratungen, Umsetzungsbegleitung – all so etwas gehört zu diesem Feld.

Aktives Netzwerk

Mit der Betonung auf **aktiv**. Damit ein Netzwerk aktiv ist und lebt, braucht es Futter und Räume. Das **Futter** ist unser Wissen, unsere Erfahrungen und Lessons Learned. Hier spielen also die Felder 1 und 2 mit rein.

Räume bieten wir ihm durch persönliche oder virtuelle Treffen; in kleinen Runden oder auch mal ganz groß. Auch ein eigener Newsletter innerhalb des Netzwerks der internen IntWissKomm-Stakeholder ist ein möglicher Raum, um dieses Netzwerk zu leben.

Weiterentwickeln und prüfen

Dieses Feld ist das Experimentierfeld und Prüflabor eurer Integrierten Wissenschaftskommunikation. Kommunikation verändert sich und deshalb müssen wir auch das Portfolio einer Integrierten Wissenschaftskommunikation anpassen.

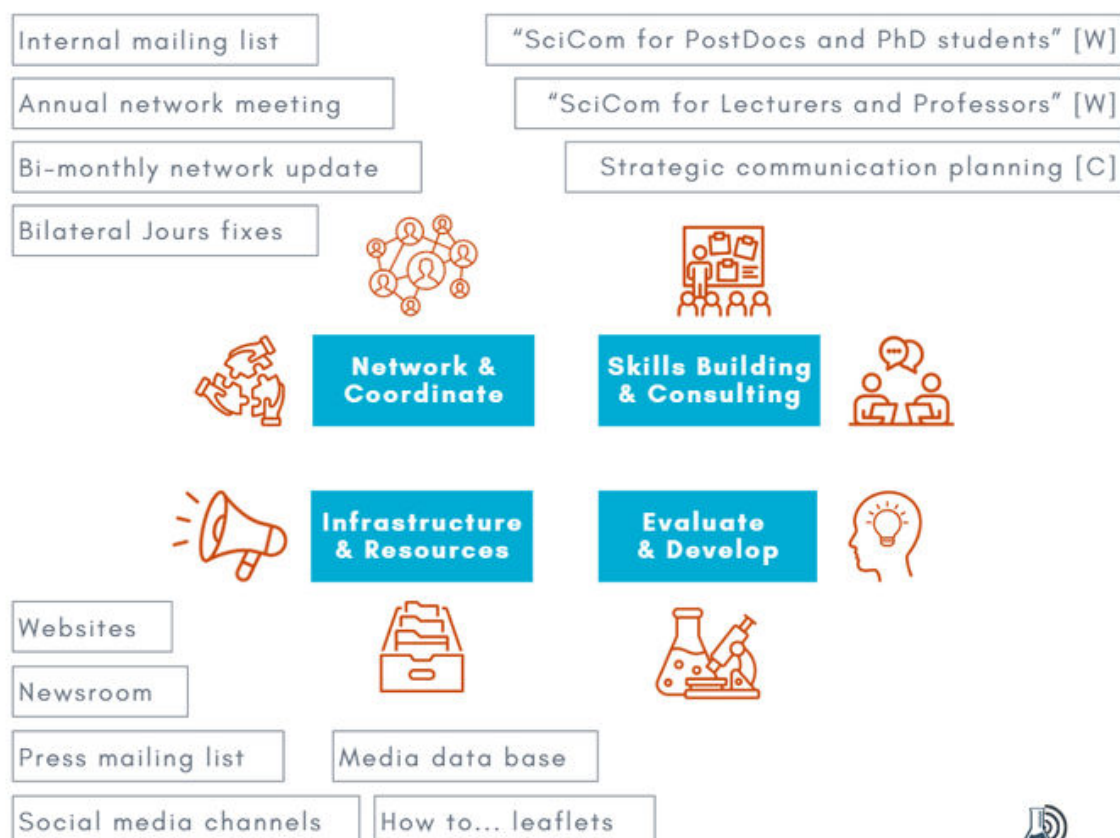
Reicht das digitale Netzwerktreffen alle zwei Monate noch? Ergibt der IntWissKomm-Newsletter in der aktuellen Struktur noch Sinn? Die Anfragen nach individuellen Beratungen steigen – können wir das bündeln und durch ein neues Format besser bedienen?

Köpfe und Hüte

Zur Erinnerung: Die Regie für die Integrierte Wissenschaftskommunikation führt die zentrale Kommunikation. Akteure der IntWissKomm – im Sinne von **aktiv** beteiligt – sind alle zentralen und dezentralen Kommunikator:innen.

Tipp: Visualisieren

Zeigt das Portfolio eurer Integrierten Wissenschaftskommunikation in einer Grafik mit diesen vier Feldern als Grundstruktur. Nutzt diese Grafik als *key visual*, sowohl für den internen Austausch als auch bei der Weiterentwicklung eures Portfolios. Das könnte beispielsweise so aussehen:





Ich packe meinen
Werkzeug
koffer
und nehme mit...

Schauen wir mal genauer auf das erste der vier Kernfelder: Die Infrastruktur und Ressourcen.

Ressourcen und Werkzeuge

Alles was einen praktischen Nutzen für unsere Kommunikation hat:

- ▷ Corporate Design
- ▷ Templates für Medien, beispielsweise Poster oder Broschüren
- ▷ Print-Medien
- ▷ Fotos und Videos
- ▷ Merchandise
- ▷ Formularvorlagen, beispielsweise für Bildnutzungsrechte
- ▷ Nutzungslizenzen, z. B. für Software oder Newsletterverteiler

Kanäle und Formate

Das umfasst jegliche internen und externen Plattformen.

- ▷ Newsletter
- ▷ Social Media Kanäle
- ▷ Newsroom
- ▷ Webseiten
- ▷ Intranet
- ▷ Podcasts
- ▷ Jahresberichte
- ▷ Tag der offenen Tür / Lange Nacht der Wissenschaft
- ▷ Veranstaltungskalender

Im Sinne der Integrierten Wissenschaftskommunikation sind diese Werkzeuge und Kanäle innerhalb der Institution unser gemeinsames Werkzeuglager und Schaufenster. Das heißt:

► Diese Werkzeuge und Kanäle sind prinzipiell für alle zentralen und dezentralen Kommunikator:innen zugänglich.

Einzelne Werkzeuge können „zugangsbeschränkt“ sein. An die große Kreissäge würden wir ja auch nicht unbedingt alle wollen, oder?

- Alle zentralen und dezentralen Kommunikator:innen wissen,
 - ▷ dass es diese Werkzeuge und Kanäle gibt,
 - ▷ wo sie zu finden sind und
 - ▷ wie man sie nutzt.

Das ist keine To-Do-Liste!

Wählt aus, was am besten zu euren Schmerzpunkten und Ressourcen passt. Also einerseits den Themen, die euch am meisten Sand ins Getriebe streuen. Andererseits sowohl die bereits vorhandenen Werkzeuge und Kanäle, als auch die Zeit die ihr aufwenden könnt.



Es ist eine Mitbringparty

In “Die vier Kernfelder der Integrierten Wissenschaftskommunikation” (S. 24) schreibe ich, dass es beim aktiven Netzwerk um Raum und Futter geht, damit es tatsächlich aktiv und lebendig sein kann.

Der Raum

Schafft euch diesen metaphorischen Raum durch ein oder sogar mehrere Formate. Nutzt sie, um euch innerhalb eurer Institution rund um das Thema Kommunikation auszutauschen.

Dieser Raum muss auch nicht groß und opulent sein. Wichtig ist, dass er überhaupt da ist und dass er kontinuierlich da ist.

Beispiele für Formate findet ihr auf den nächsten Seiten.

Das Futter

Damit wir uns die Zeit nehmen, einen Newsletter zu lesen, uns regelmäßig in ein digitales Netzwerktreffen einzuwählen oder einen ganzen Tag für ein vor-Ort-Treffen zu blocken, muss es sich für uns lohnen. Es muss also leckeres Futter geben.

Wenn ich mir die Zeit nehme, ein Netzwerkformat vorzubereiten und durchzuführen, dann sollte es interessant und relevant für alle Beteiligten sein. Wozu aufwendig kochen, wenn es den Gästen nicht schmeckt?

► Um mich möglichst nicht in Details zu verzetteln, setze ich deshalb für jedes Format einen kurzen* **Steckbrief** auf.**

Dieser enthält folgende Felder:

- ▷ Warum – Mein Auslöser und Ziel
- ▷ Wer – Für wen ist das Format gedacht?
- ▷ Wofür – Welchen Nutzen haben sie davon?
- ▷ Was – Was sind relevante Themen?
- ▷ Wie – Wie ist das Format strukturiert? Welche Bausteine hat es?
- ▷ Wann – Wie oft und wann soll das Format stattfinden?

Es ist eine Mitbringsparty!

Schon mal bei einer Mitbringsparty gewesen? Jeder und jede bringt einen Salat, Kuchen, Brot, Chips, usw. mit. Wir lernen mal andere kulinarische Genüsse kennen und der Aufwand für die einladende Person ist geringer.

Das gleiche Konzept gilt für das Netzwerk der Integrierten Wissenschaftskommunikation.

Jeder und jede bringt etwas mit. Es ist nicht die alleinige Show der zentralen Kommunikation, während alle anderen nur Publikum sind und sich berieseln lassen.

Also: Bringt eure Ideen, Fragen und Lessons Learned mit. Tauscht „Rezepte“ aus und verabredet euch zum gemeinsamen „Kochen“. Aus meiner Erfahrung können sich aus solchen Treffen ganz wunderbare gemeinsame Projekte entwickeln.

* Mit kurz meine ich wirklich kurz: Meine gedruckte Vorlage für diesen Steckbrief hat ein A4-Format.

** Es kann natürlich trotzdem passieren, dass den Gästen das Essen nicht schmeckt. Zum Glück gibt es dafür das Kernfeld Evaluation. 😊

Interner Newsletter Kommunikation

Mögliche Rubriken:

- Updates zur internen “Werkzeugkiste”
- Tipps zu externen Tools und Events
- Neue Kolleg:innen vorstellen
- Interne Veranstaltungen ankündigen
- Erinnerungen an Deadlines
- Blitzumfragen

...

Regelmäßige Netzwerktreffen

Was & Wie:

Konkretes Thema zum Einstieg, bspw.

- Workflow für Pressemitteilungen
- How to... Corporate Design
- Projektvorstellung

Danach offene Themenrunde, bspw.

- Gibt es was zu feiern?
- Brennt gerade etwas an?
- “Aha!”s und “Hä?”s des Alltags

Jahrestreffen

Ein kompletter Tag oder zwei aufeinanderfolgende halbe Tage

Wie: Workshops, Bar Camps, Vorträge, Kaffeepausen (!), ...

Was: Einblick in abgeschlossene oder laufende Projekte, Erfahrungsaustausch zu Tools und Formaten, interne Workflows, gemeinsame Projekte anstoßen, Krisenkommunikation, ...

Jours fixes

Wie: Regelmäßiges Treffen zwischen zwei Teams oder in kleiner Runde zu einem gemeinsamen Thema

Was: Abstimmung zu Alltagsaufgaben (Wer|Was|Wann|Wie) oder zu einem bestimmten Kommunikationsthema, bspw. Studierendenmarketing, Corporate Design und Visuelles, Webseiten, ...



I ♥ Rollen- und Aufgaben- klarheit

Egal ob Krisenfall, Pressemitteilung oder Großveranstaltung:

► Wenn jeder und jede weiß was zu tun ist, dann sind wir als Menschen und als Institution resilienter und souveräner.

Doch in welches Kernfeld sortiere ich denn jetzt das Thema „Rollen- und Aufgabenklarheit“ ein? 🤔 Ah, in alle!

Wissenstransfer

Welche Rollen gibt es denn? Habe ich mehr als eine Rolle (sehr wahrscheinlich...) und welche sind das? Warum ist es überhaupt wichtig, diese Rollen zu kennen? Welche Aufgaben, Rechte und Pflichten gehen mit diesen Rollen einher?

Wenn wir als Kommunikationsexpertinnen und -experten unser Wissen in Seminaren, Workshops und Beratungsgesprächen teilen, dann gehören diese Fragen – und natürlich auch die Antworten darauf – mit auf die Agenda.

Netzwerk

Das Selbstverständnis für die eigene Rolle wird klarer, wenn wir mit anderen darüber reden. Auch um in unserem Netzwerk eine gemeinsame (!) Klarheit darüber zu haben, wer eigentlich welche Rolle übernimmt und welche Aufgaben damit einhergehen.

Ressourcen

Mal so als *best-case-scenario* geträumt: Im Fundus eurer Institution gibt es praxisnahe Workflows für konkrete Anwendungsfälle. In Infografiken im A4-Format sind die Rollen, Aufgaben, deren Reihenfolge und wichtige Infos wie beispielsweise Namen und Telefonnummern kurz und knapp zusammengefasst.

Evaluation

Frei nach Gertrude Stein: Pressesprecherin ist eine Pressesprecherin ist eine Pressesprecherin. Manche Rollen und die damit verknüpften Aufgaben, Rechte und Pflichten sind einfach gesetzt.

Trotzdem gilt auch für „Rollen & Aufgaben“, dass wir sie regelmäßig hinterfragen. Vielleicht gibt es ja doch noch Sand, den wir aus dem Getriebe rauspusten können.

PS: Mein vollständiges Innere-Ruhe-und-Frieden-Mantra lautet übrigens **Zielklarheit, Rollenklarheit, Aufgabenklarheit.** 🎵 Und alle sind happy und alle sind froh, und überall wo man hinguckt – nur Liebe und Frieden und so. 🎵



Geteiltes Wissen

~~ist doppeltes~~
~~dreifaches~~
zehnfaches

Wissen

Unterschätzt nicht euer Knowhow und das Knowhow, welches ihr (noch) nicht habt.

Kommunikation ist eine Expertise. Wir bauen sie aus Fachwissen und Erfahrung auf. Wir brauchen sie, um zielgerichtet, professionell, ressourcengerecht und mit der gewünschten Wirkung kommunizieren.

Im Sinne der Integrierten Wissenschaftskommunikation teilen wir – zentrale und dezentrale Kommunikator:innen – unser Wissen und unsere Erfahrungen, um allen (uns selbst eingeschlossen!) die Arbeit zu erleichtern.

Als zentrales Kommunikationsteam werden wir zu “Enablern” für professionelle Kommunikation. Formate, in denen wir unser Wissen teilen:

- ▷ Trainings und Workshops
- ▷ Individuelle Beratung
- ▷ Umsetzungsbegleitung
- ▷ Infomaterialien rund um die Kommunikation
- ▷ eine Intranetseite für euer geballtes Kommunikations-Knowhow
- ▷ eine Blick-hinter-die-Kulissen-Serie im internen Newsletter

Auch hier: Das ist keine To-Do-Liste, sondern eine (nicht vollständige!) Liste möglicher Formate.

Themen für den Wissenstransfer

Ich hatte es in „Kommunikation ist Expertise“, „I ❤️ Rollen- und Aufgabenklarheit“ und „Alle haben irgendwo Schmerzpunkte“ schon angeteasert:

► Themen für den Wissenstransfer sind jegliche Informationen die gebraucht werden, damit es weniger Sand im Getriebe gibt.

- Schaut gemeinsam auf euren Kommunikations-Werkzeugkoffer.
- Sprecht über die Rollen- und Aufgaben innerhalb eures IntWissKomm-Netzwerks.
- Macht die internen Workflows der Kommunikation transparent bzw. erarbeitet diese Workflows bei Bedarf gemeinsam.
- Teilt euer Wissen über die Welt der Kommunikations – Journalismus, Social Media, Event Management, ...
- Was tun wenn's brennt? Krisenkommunikation ist ein ewiges Thema.

Weißraum

Wissenstransfer sollte keine Druckbetankung mit Knowhow sein. Plant für eure Trainings, Workshops und Beratungstermine bitte genug Zeit für Fragen, miteinander Reden, in Ruhe Denken und für Pausen ein. Wir brauchen diesen „mentalen Weißraum“, um das geballte Wissen zu verarbeiten und sacken zu lassen.



Lässt der **Schmerz** schon nach?

Funktioniert eure Integrierte Wissenschaftskommunikation? Gute Frage. Am einfachsten ist sie wohl zu beantworten mit der Gegenfrage: Tut's denn weniger weh?

Denn mit der **Evaluation** eurer IntWissKomm-Aktivitäten – dem vierten Kernfeld der Integrierten Wissenschaftskommunikation – schließt sich der Kreis zum **Schmerztagebuch** (Seite 18).

Was evaluieren?

Was sind eure Top 3 Schmerzpunkte im internen Miteinander als Kommunikator:innen? Setzt dort an. Aus diesen Top 3 ergeben sich Evaluationsfragen und -parameter, die für euch **relevant** sind und einen praktischen Nutzen haben.

Wozu evaluieren?

Mit den Ergebnissen einer Evaluation können wir

- ▷ Prozesse optimieren und erleichtern
- ▷ Entscheidungen treffen
- ▷ Ideen weiterentwickeln
- ▷ die Bestätigung bekommen, dass wir auf dem richtigen Weg sind
- ▷ Argumente und Thesen unterstützen oder widerlegen

Das gilt natürlich für jegliche Evaluationen, nicht nur in der Integrierten Wissenschaftskommunikation.

Ab wann?

Von Anfang an mitdenken und machen.

Nicht um der Evaluation selbst willen und um ein Häkchen setzen zu können, sondern um von Anfang an nachvollziehen zu können, ob sich etwas ändert, wie das im Verhältnis zum Aufwand steht, ob sich Trends abzeichnen, usw.

Wie oft und wie?

So oft wie nötig und so selten wie möglich. Altkluges Daherreden Ende.

Meine Empfehlung: Nehmt euch mindestens einmal im Jahr die Zeit und stellt eure IntWissKomm-Angebote auf den Prüfstand. Stellt sie euren Problemen gegenüber. Tut sich da was im Schmerztagebuch?

Zusätzlich wird kontinuierlich getrackt, beispielsweise über Analysetools eurer Intranetseiten oder ganz simpel mit Strichlisten auf dem Schreibtisch.

Letztendlich gilt der ewig währende Grundsatz:

► So wie es zu euren zeitlichen, finanziellen und technischen Ressourcen passt und vor allem: So wie es für eure Fragestellungen Sinn ergibt.



Der Vorhang hebt sich.

Roll-out

Ihr habt beobachtet, analysiert, getüftelt und das Konzept für eine Integrierte Wissenschaftskommunikation an eurer Institution entwickelt.

Es wird Zeit, das zu zeigen! Um den Bogen zum Einstieg zu schließen (Ihr erinnert euch an das Musikensemble? 🎵): Euer Album ist fertig. Jetzt ist es Zeit auf Tour zu gehen und Werbung zu machen!

Kernbotschaften

- Warum** Was war der Auslöser, was sind die Ziele und welchen Nutzen haben alle Beteiligten.
- Wer** Wen betrifft IntWissKomm, für wen ist sie relevant. Wer ist beteiligt. Wer übernimmt welche Rolle.
- Wie** Mit welchen Formate und Angeboten wollt ihr das umsetzen.

Kanäle

Nutzt dafür alle Kanäle die euch zur Verfügung stehen und Sinn ergeben, beispielsweise:

- ▷ Newsletter
- ▷ Intranet
- ▷ eure eigene Team- Webseite
- ▷ persönliche Treffen
- ▷ Gremien

Road Show

Trefft euch persönlich mit den dezentralen Kommunikator:innen und nehmt euch die Zeit, das Konzept eurer Integrierten Wissenschaftskommunikation vorzustellen.

Nutzt die Gelegenheit auch, um euer generelles Portfolio als zentrales Kommunikationsteam zu zeigen.

Geht ins Gespräch und hört zu. Nutzt die Rückmeldungen für

- ▷ weiteren Feinschliff an eurem IntWissKomm-Konzept
- ▷ **Erwartungsmanagement** – Was kann IntWissKomm leisten und was nicht.

Für ganz Verwegene

Wenn ihr ganz verwegen seid, dann feiert euch selbst dafür, dass ihr dieses Projekt – die Entwicklung eures IntWissKomm-Konzepts – geschafft habt. Klopft euch selbst und gegenseitig auf die Schulter. Gönnst euch einen Kuchen für das nächste Team-Meeting oder welche krassen Sachen euch sonst einfallen. Einen Projektabschluss feiern. Verrückt, ich weiß.

ÜBER MICH

Von der Chemie über die Physik, in die Wissenschafts- und Hochschulkommunikation – Tellerränder sind mein Zuhause, die Basisstationen für Expeditionen aus der eigenen Komfortzone heraus.

An den Schnittstellen zwischen Kommunikation, Forschung und Management gibt es weiße Flecken auf der WissKomm-Landkarte. Diese mit Informationen zu füllen ist mein Wunsch und Ziel.

Ich will Menschen miteinander ins Gespräch bringen. Wenn wir einander besser verstehen – unser Wissen teilen, gegenseitig Einblicke in unsere Ziele und Arbeitsweise geben – können wir besser miteinander arbeiten. Wir sind alle Expert:innen. Die Felder unserer Expertise unterscheiden sich.



Das ganze genießen, selbst noch dazulernen und dabei Spaß haben, das will ich auch.

Unsere Zeit ist zu wertvoll für unnötigen Sand im Getriebe.

TEXTE, BILDER & LAYOUT

DR. KATHARINA SALFFNER
Wissenschaftskommunikation



+49 177 231 9999
wisskomm@salffner.net
<https://wisskomm.salffner.net>
www.linkedin.com/in/katharina-salffner



Ein Nachtrag

IntWissKomm als orchestrierte und professionalisierte Kommunikation der Vielen – Doch nicht mehr nur ein Thema für wissenschaftliche Institutionen?

Die #IntWissKomm-Postings habe ich 2025 und 2026 auf LinkedIn veröffentlicht. Kurz bevor ich dieses Heft im Herbst 2026 aus den Postings zusammenstelle, begegne ich dem Begriff **“Polyphone Kommunikation”**.

Die komplette Ausgabe 03/26 des Magazins “kommunikationsmanager” widmet sich dieser polyphonen Kommunikation. Bereits im Editorial springen mich Sätze an wie

“Was früher von einer überschaubaren Zahl öffentlicher Stimmen geprägt war, ist heute ein permanentes Stimmengeflecht von Mitarbeitenden, Führungskräften, Markenbotschaftern, Kundinnen und Kunden und Medien.”

“Dem steht ein überholtes Ideal gegenüber, dass die Organisation mit einer Stimme spricht, zentral gesteuert und in jeder Nuance abgestimmt durch die professionelle Kommunikation.”

“Kommunikationsmanagement wird damit stärker zur Orchestrierung. Es schafft Leitplanken, klärt Rollen, ermöglicht Dialog und macht Vielfalt produktiv.”

Das zu lesen fühlte sich ein bisschen wie ein **IntWissKomm-Bingo** an.

Abgesehen von vielen Details, nehme ich vor allem zwei Dinge aus der Lektüre dieses Magazins mit:

- ▶ Eine Kommunikation von vielen zu Orchestrieren und die veränderte Rolle der Zentralen Kommunikation ist auch außerhalb der Wissenschaftswelt ein wachsendes Thema.
- ▶ “Polyphone Kommunikation” gefällt mir als Begriff sehr – deshalb hab ich ihn auf das Deckblatt dieses Hefts übernommen.

WISSENT
KOMM

HOW

DR. KATHARINA SALFFNER
Wissenschaftskommunikation

