

# DIE DEBATTE

-

Ein crossmediales Wisskommformat  
von  
Wissenschaft im Dialog

# Wissenschaft im Dialog (WiD)

- WiD ist die gemeinsame Organisation der deutschen Wissenschaft für Wissenschaftskommunikation.
- Drei Hauptzielgruppen: Bürgerinnen und Bürger, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Gesellschafter und Partner
- Projektportfolio richtet sich nach Zielgruppen und strategischen Zielen
- Ziel ist es, das Bewusstsein von Bürgerinnen und Bürgern für die Bedeutung der Wissenschaft in einer demokratischen Gesellschaft zu stärken und ihnen eine reflektierte Einordnung von wissenschaftlichen Fakten sowie informierte Entscheidungen zu ermöglichen.
- Aktuelle Herausforderungen in der Wissenschaft bzw. der Wissenschaftskommunikation:
  - Steigende Elitenfeindlichkeit
  - Medienwandel
  - „Verflachende“ Debattenkultur
  - Wissenschaft nimmt dominantere Rolle in der Welt ein
  - Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler haben zu wenig Anreize zu kommunizieren
- Reaktion darauf:
  - Wandel vom Erklären und Informieren über den Dialog bis hin zur Partizipation

# „Die Debatte“ in der WiD-Strategie

## ■ Die Debatte



## DIE DEBATTE- STECKBRIEF

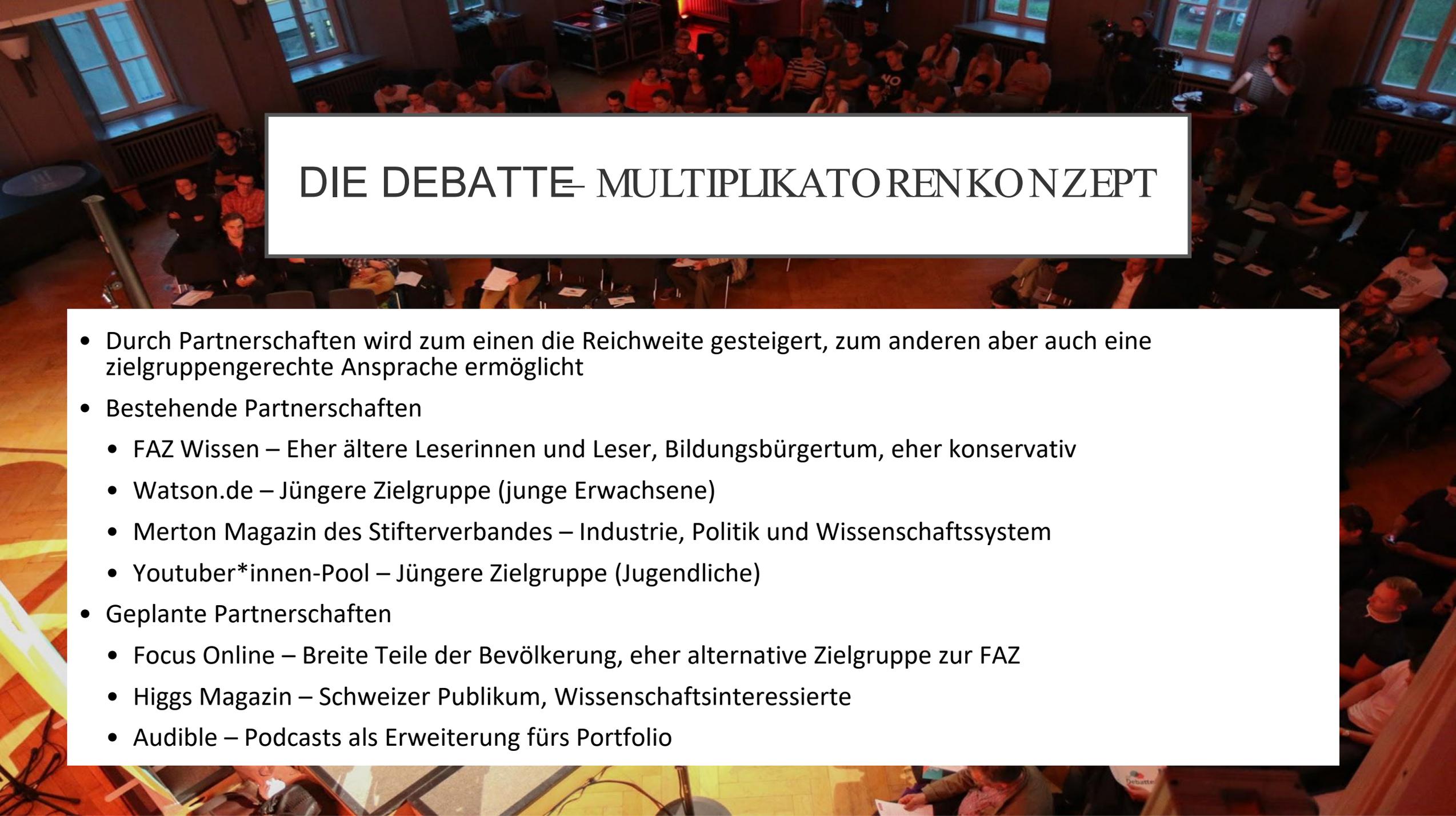
- Gemeinsames Projekt von Wissenschaft im Dialog, Science Media Center Germany und TU Braunschweig
- Gefördert von VolkswagenStiftung, Stifterverband, Schering Stiftung und Klaus-Tschira-Stiftung
- Projektstart Mai 2017
- Zielgruppe: Menschen im Alter von 18 bis 45 Jahre (Entscheider von morgen)
- Medienpartner: FAZ, Merton Magazin und Watson.de (weitere in Planung)
- Themenspektrum reicht von Geistes- über Sozial- bis in die Naturwissenschaften
- Ziel: Wissenschaftliche Perspektiven in gesellschaftliche Debatten einbringen und Debatten über wissenschaftliche Themen in der Gesellschaft anstoßen

## DIE DEBATTE- THEMEN

- Breites Themenspektrum
  - Gesundheit: Alzheimer, E-Zigaretten, Cannabis, Genchirurgie, Organspende, Medikamentenzulassung, Krankenhausversorgung
  - Umwelt: Geoengineering, Bienensterben, Plastikmüll, Feinstaub
  - Technologie: Autonomes Fahren, Digitalisierte Kindheit, Künstliche Intelligenz
  - Geistes- und Sozialwissenschaften: Meinungsforschung, Frieden, Intelligenz, Kriminalität
- Aktualität, Relevanz und Kontroverse innerhalb der Wissenschaft und/oder Gesellschaft als Hauptkriterium
- Expertinnen und Experten beleuchten unterschiedliche Aspekte des Themas
- Zuspitzung bei der Live-Debatte
- Themen im Speicher werden fortlaufend aktualisiert

# DIE DEBATTE AUFBAU

- Artikel und Interviews auf der Projekthomepage (journalistische Standards) und den Seiten der Medienpartner
- Intensiver Einsatz von Social Media Kanälen (Twitter, Facebook, Youtube und Instagram)
- Videos in Kooperation mit Youtuberinnen und Youtubern (z. B. Mai Thi Nguyen-Kim; Lisa Ruhfus)
- Videos, die Einblicke hinter die Kulissen geben (Eigenproduktionen)
- Kommunikation auf Instagram, Facebook und Twitter
- Faktensheets und Q&As online
- Straßenbefragungen
- Live-Veranstaltungen mit Livestream (3 Podiumsgäste, Doppelmoderation, Anwältin des Publikums)



# DIE DEBATTE – MULTIPLIKATORENKONZEPT

- Durch Partnerschaften wird zum einen die Reichweite gesteigert, zum anderen aber auch eine zielgruppengerechte Ansprache ermöglicht
- Bestehende Partnerschaften
  - FAZ Wissen – Eher ältere Leserinnen und Leser, Bildungsbürgertum, eher konservativ
  - Watson.de – Jüngere Zielgruppe (junge Erwachsene)
  - Merton Magazin des Stifterverbandes – Industrie, Politik und Wissenschaftssystem
  - Youtuber\*innen-Pool – Jüngere Zielgruppe (Jugendliche)
- Geplante Partnerschaften
  - Focus Online – Breite Teile der Bevölkerung, eher alternative Zielgruppe zur FAZ
  - Higgs Magazin – Schweizer Publikum, Wissenschaftsinteressierte
  - Audible – Podcasts als Erweiterung fürs Portfolio



# DIE DEBATTE FAKTEN

- 20 Debatten über den Zeitraum von zwei Jahren
- Rund 400.000 eindeutige Seitenansichten auf der Homepage des Projekts (nicht für uns einsehbar sind die Zugriffszahlen der FAZ, von Watson.de und dem Merton Magazin)
- YouTube-Kanäle mit insgesamt rund 600.000 Views sämtlicher Videos
- 2350 Follower bei Twitter mit insgesamt rund 1,5 Millionen Impressionen
- 1420 Abonnenten bei Facebook mit insgesamt rund 550 externen Kommentaren und einer aggregierten Reichweite von 509.000 erreichten Personen
- 451 Follower auf Instagram (neuer Account)

## KÜNFTIGE ZIELE

- Erhöhung der Reichweite – u. a. durch Akquise neuer Medienpartner
- Steigerung der Aktualität der Debatten durch das Format der Ad-hoc-Debatte
- Erhöhung der Interaktionsraten zwischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern und dem Publikum und damit Erhöhung des Fokus auf Methoden und Prozesse der Wissenschaft

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**