



selektion aufgrund von Personal- und Geldmangel weniger an inhaltlichen als an pragmatisch-ökonomischen Kriterien orientiert. Dieser Trend wird dazu führen, daß medizinische und wissenschaftliche Fachgesellschaften wachsende Probleme bekommen, ihre Informationen zu transportieren, da sie aufgrund fehlender finanzieller Ressourcen in diesem Wettbewerb kaum bestehen können. Die Recherchemöglichkeiten und darunter auch Kongreßbesuche werden aus finanziellen Gründen und wegen Personalmangel in vielen Redaktionen eingeschränkt. Damit wächst der Einfluß der Pressestellen auf das Agenda-Setting: Was von der Pressestelle nicht im Rahmen einer Pressekonferenz oder durch Pressemitteilungen thematisiert wird, findet in den Medien keinen Niederschlag.

Ebenso wächst die Bedeutung der Nachrichtenagenturen, da viele Redaktionen keine Mitarbeiter mehr zu einem Kongreß schicken können. Dies hat in Deutschland katastrophale Folgen: Die Deutsche Presseagentur, eine Gemeinschaftseinrichtung der Deutschen Verleger und Sendeanstalten, ›leistet‹ sich eine unterbesetzte und damit völlig überforderte Fachredaktion in Hamburg, deren Mitarbeiter keine Möglichkeit haben, Kongresse direkt zu besuchen. Die Kongresse werden von örtlichen Korrespondenten abgedeckt, die um zehn Uhr über eine Pressekonferenz des Oberbürgermeisters berichten, um elf Uhr ein Gespräch mit dem Fußballtrainer haben und um 13 Uhr zum Medizinkongreß kommen. Trotz Interventionen auch von einzelnen Medien und Journalisten ändert sich bei der Deutschen Presseagentur nichts.

Da Medizin-Nachrichten für viele Medien dennoch interessant sind, werden hochkomplexe Medizinthemen durch aktuell arbeitende Magazin-Redaktionen, Nachrichtenagenturen und ›schnelle Reporter‹ von elektronischen Medien bearbeitet. Zunehmend ist das Team von

*Es ist nicht gut, wenn eine gesellschaftliche Gruppierung – und sei sie noch so ehrenhaft – ihre Anliegen zunehmend ungefiltert in die Medien tragen kann.*

Pressestellen daher mit Journalisten konfrontiert, die keinerlei Grundkenntnisse besitzen, keine Zeit haben, sich einzuarbeiten, oft auch gar kein Interesse an der Thematik haben, aber binnen kürzester Zeit berichten müssen. Der allgemeine Trend in allen Medien zur Ver-

kürzung und Verknappung, die Veränderung von Lese- und Wahrnehmungsgewohnheiten eines bildverwöhnten Publikums erschwert die Information über komplexe Inhalte. ›News to use‹ spielen in der Berichterstattung zunehmend eine größere Rolle, ebenso herrscht ein starker Trend zur Boulevardisierung. Dieser belegt den Druck, der vom Unterhaltungsmarkt auf das Informationsangebot ausgeht.

Fazit: In Deutschland besteht die Gefahr, daß die Pressestellen – und damit die Wissenschaftler – ihre sachkundigen und kompetenten journalistischen ›Sparringspartner‹ verlieren. Zunehmend wird die journalistische Kompetenz von den Redaktionen in die Pressestellen verlagert. Dabei brauchen Wissenschaft und Medizin eine kritische Begleitung, wenn sie sich in der Gesellschaft entwickeln sollen. Die PR-Frau in mir freut sich zwar, wenn unsere Pressemitteilungen, weil sie gut geschrieben sind, mehr oder weniger von den Medien übernommen werden. Die Journalistin in mir sieht dies mit allergrößter Sorge: Es ist nicht gut, wenn eine gesellschaftliche Gruppierung – und sei sie noch so ehrenhaft – ihre Anliegen zunehmend ungefiltert in die Medien tragen kann. Denn schließlich verfolgen auch Ärzte und Wissenschaftler mit ihrer Medienarbeit gezielte Interessen. Auch bei diesen Gruppen geht es um Akzeptanz, Einfluß, Geld und Macht. Das Ansinnen ist legitim, aber es schadet der gesellschaftlichen Entwicklung, wenn das gesellschaftlich-demokratische Prinzip von ›checks and balances‹ ausgehebelt wird.



Angela Lindner

## Startschuß für gezielte Aktivitäten

Professionalität, Vernetzung, Emotion

An Bekenntnissen zur Intensivierung der Kommunikation zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit fehlt es nicht. Auch an Aktivitäten in dieser Angelegenheit fehlt es nicht. An Intellektualität und Ausstrahlung von Kompetenz fehlt es der Wissenschaft in der Öffentlichkeit auch nicht. Und es fehlt auch nicht an Präsenz der Wissenschaft in den Medien.

Ein wenig erstaunt (und selbstmitleidig) stellt die Szene fest, daß man ›draußen‹ trotzdem kein rechtes Verständnis für sie aufbringt, schon gar nicht die Form von Zuwendung, die in unserer Zeit wirkliche Wertschätzung vermittelt: steigende Budgets.

Nachdem Konsens darüber besteht, daß Kommunikation mit der Öffentlichkeit so bedeutend ist, sollte es kein Problem sein, eine gemeinsame Strategie zu entwickeln. Dabei ist es essentiell, daß an den Planungsgesprächen Profis aus Journalismus und Verlagswesen einerseits, sowie aus PR und Marketing andererseits beteiligt werden. In der Folge müssen gemeinsame Botschaften formuliert und gemeinsame Auftritte gezielt und professionell inszeniert werden. Dazu müssen handfeste alltägliche (quantitative !) vor akademisch-visionären (qualitativen) Argumenten stehen. In Mark und Pfennig sollten wir beispielsweise sagen, wieviel kostet uns Deutsche die Wissenschaft und wieviel wirft sie ab in Wirtschaft, öffentlichem Sektor, für jeden einzelnen. Nicht daß, sondern warum Wissenschaft allen nutzt, muß deutlicher werden. Der einzelne Bürger kann nur gewonnen werden, wenn er in seinem eigenen Lebensraum und in seine Alltagssituationen angesprochen wird.

Und die Wissenschaft muß ›haptischer‹ werden, meint der Vorstandsvorsitzende des Stifterverbandes und Markenartikler Dr. Arend Oetker.

Der Stifterverband will die hohe Aktionsbereitschaft in der Szene aufgreifen und den Startschuß für gezielte koordinierte Aktivitäten geben, indem er eine Plattform bietet, um Aktivitäten zu planen, zu koordinieren und sichtbar zu machen. Der Vorstand des Stifterverbandes hat zu diesem Zweck eine neue Förderlinie beschlossen mit dem Arbeitstitel ›Public Understanding of Science‹.

Der Auftakt wird Ende Mai eine Tagung im Wissenschaftszentrum Bonn des Stifterverbandes sein, auf der die wichtigsten Aktivitäten international vorgestellt und für die deutsche Situation diskutiert werden. Neben den konkreten Inhalten spielt auf der Tagung die Symbolik eine große Rolle: Die Bundesforschungsministerin Edelgard Bulmahn ist um ein Grußwort gebeten worden, die vier Themenschwerpunkte der Tagung werden von den Präsidenten der Deutschen Forschungsgemeinschaft, der Max-Planck-Gesellschaft, der Helmholtz-Gesellschaft und Hochschulrektorenkonferenz moderiert und es soll ein gemeinsames Memorandum verabschiedet und unterzeichnet werden, das zugleich Bekenntnis und Verpflichtung zur Aktion beinhalten soll. Unmittelbar nach der Tagung wird ein Aktionsprogramm zur Förderung von geeigneten Projekten ausgeschrieben, für das insgesamt immerhin 500 000 DM zur Verfügung stehen, um nach Stifterverbandstradition modellhafte Initiativen auszuzeichnen. Eine Jury wird Ende des Jahres aus den bis dahin eingegangenen Anträgen rund fünfzehn auswählen.

Ende Mai wird ein Aktionsprogramm zur Förderung von Projekten ausgeschrieben, für das 500 000 DM zur Verfügung stehen, um modellhafte Initiativen auszuzeichnen.

