

Zielgruppengerechte Kommunikation in einer diversen Gesellschaft

Prof. Dr. Liane Rothenberger, Anna
Zimmermann, Dr. Priscila Berger

19.11.2024, Future Festival
„Science in the City“



Inhalt

1. Beteiligung und Wissenstransfer:
Kurzvorstellung
2. Pluralität der Gesellschaft
3. Zielgruppengerechte Kommunikation
– zwei Beispiele
 - a) Praxisblick 1: Stakeholder Mapping
 - b) Praxisblick 2:
Wissenschaftskommunikation für schwer
erreichbare Zielgruppen
4. Diskussion

Beteiligung und Wissenstransfer



- Inter- und transdisziplinäres Projekt (2024-2027) der KU, gefördert von der Volkswagenstiftung
- Ziel: Entwicklung, Erprobung und Validierung eines Modells zur Verwirklichung der Transformationspotenziale von Kleinstädten im ländlichen Raum
- Zusammenarbeit der Disziplinen Europäische Ethnologie, Journalistik, Kunstpädagogik, Sozial- u. Organisationspsychologie in Kooperation mit der Stadt und dem Landkreis Eichstätt
- Ein Schwerpunkt: Beteiligungsprozesse zur Generierung von Ideen für Nachhaltigkeitsprojekte und deren Umsetzung



- Wissenstransferprojekt (2023-2027) der KU und der THI
- Ziel: Erfassen gesellschaftlicher Herausforderungen und Bedarfe in der Region Ingolstadt
- In Zusammenarbeit mit unterschiedlichen, nicht wissenschaftlichen Akteuren: Arbeit an Lösungen für eine wissensbasierte und zukunftsfähige Entwicklung der Region 10
- Ein Schwerpunkt: Wissenschaftskommunikation, u.a. zu den Themenbereichen „Künstliche Intelligenz“ und „Nachhaltigkeit“

Pluralität der Gesellschaft



Bild: Deutsche Gesellschaft für Demokratiepädagogik e.V.

Zielgruppengerechte Kommunikation in einer diversen Gesellschaft: Zwei Beispiele, eine Basis





Projekt „Kleine Kommunen, große Wirkung“ – Stakeholder Mapping

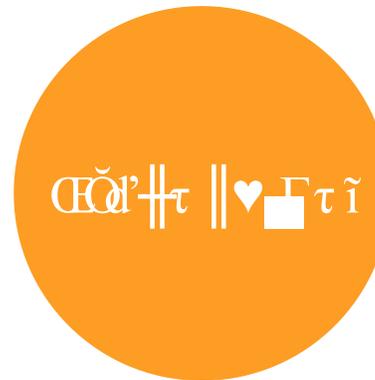
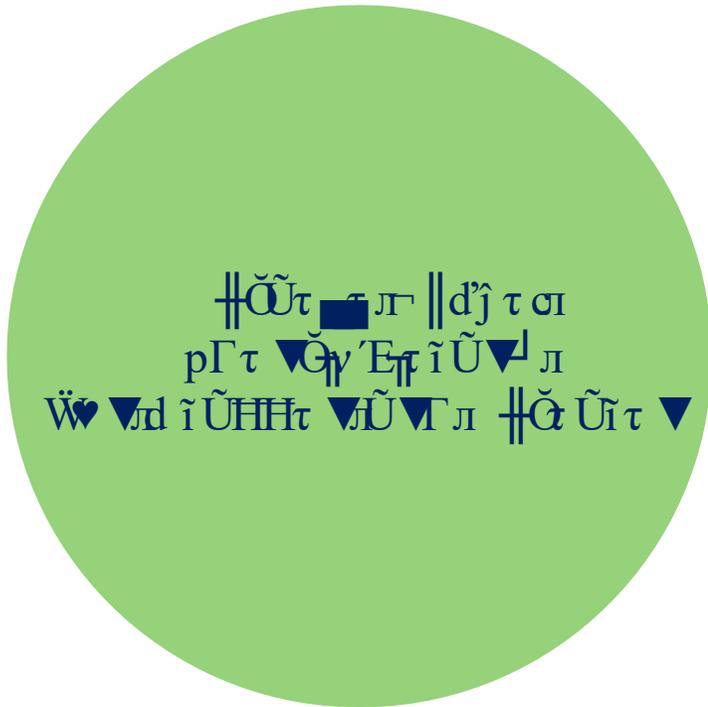
Projekt „Kleine Kommunen, große Wirkung“

Beteiligungsprozesse

B-Û j ♡ ∇EÜ▲€ ||τ ▲d'í d'ú || ||d'Ü | ||τ |Öi
 ∇Γτ ï ∫ τ ∇L ð ||j ÖÖÖ

normalerweise beteiligt

normalerweise nicht beteiligt



engagierte Akteure
 Entscheidungsträger
 Multiplikatoren

(marginalisierte)
 Gruppen der
 Gesellschaft

Wissenschafts- kommunikation – Zielgruppen

Was bedeutet Wissenschaftskommunikation ¹

Unterschiedliche Konzepte von Wissenschaftskommunikation



- einseitig-asymmetrischer Informationsfluss (Top → Down)
- Nicht wissenschaftliche Akteure als Laien, die informiert werden müssen



- Wechselseitiger Austausch zwischen Wissenschaft und nicht wissenschaftlichen Akteuren
- Partizipation

Schwer erreichbare Zielgruppen

- Problem vieler Wissenschaftskommunikationsangebote:

„[D]ass sie etliche Teile der Bevölkerung nicht erreichen“ ¹

- Auswahl an Faktoren, die dazu beitragen ²

 Fehlender oder für die Zielgruppe nicht erkennbarer Lebensweltbezug

 Fehlende Informationen über die Existenz von Wissenschaftskommunikationsangeboten

 Leben im ländlichen Raum

 Ethnische Herkunft/Nationalität

 Sprache

 Desinteresse/fehlende Wertschätzung durch den Anbieter

¹ Schrögel et al. 2018, S. 1

² vgl. Schrögel et al. 2018, S. 58-61; Schrögel et al. 2020

1. Ziele der Wissenschaftskommunikation

Bürgerinnen und Bürger ein Format bieten,

- zur p... (auch als Grundlage zum Austausch über den Einsatz von KI)
- zur Entwicklung eines... für die... von heute und morgen



- b... i... t...
- a) regional,
 - b) bislang wenig Vorwissen über KI
 - c) ?



2. Zielgruppe definieren

2023/2024

Schülerinnen und Schüler

2024/2025

Geflüchtete, Migrantinnen und Migranten

2025/2026

Seniorinnen und Senioren in Pflegeheimen

3. Auseinandersetzung mit Bedürfnissen, Interessen und Vorwissen der Zielgruppe

- Gespräche mit Kindern im familiären Umfeld/Bekanntenkreis
- Pilotierung mit angehenden Lehrkräften

4. Formatentwicklung

- Virtual-Reality-Welt zum Schwerpunkt „KI und Medien“ mit Stimmen aus der Wissenschaft (Themen: KI und Social Media, Deep Fakes, Maschinelles Lernen)
- Entwicklung eines Workshop-Konzepts in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Lehrerinnen- und Lehrerbildung
- Durchführung von Schulworkshops im BayernLab Eichstätt + Nutzung mit Schulklassen im Rahmen einer Ausstellung



3. Auseinandersetzung mit Bedürfnissen, Interessen und Vorwissen der Zielgruppe

- Kontakt zu Integrationslotsinnen in der Region Ingolstadt
- Gruppendiskussionen mit Geflüchteten, Migrantinnen und Migranten in der Region
- Fragenschwerpunkte:



„Was ist KI?“ zum Thema KI



Über welche Kanäle informieren sich die Menschen i.d.R.?



„Was ist KI?“ zum Thema KI/Aspekte, über die die Menschen gerne mehr erfahren würden



„Was ist KI?“ mit wissenschaftlichen Infos zu KI

4. Formatenwicklung

- Auswertung der Gruppendiskussionen
- Entwicklung eines Formats unter Berücksichtigung der Ergebnisse
- Pilotierung des Formats mit Geflüchteten in der Region Ingolstadt → Evaluation
- Ggf. Überarbeitung des Formats
- Verbreitung des Formats innerhalb der Zielgruppe

Zielgruppengerechte Wissenschaftskommunikation ¹



1. Ziele der Wissenschaftskommunikation definieren
2. Zielgruppe definieren
3. Auseinandersetzung mit Bedürfnissen, Interessen und Vorwissen der Zielgruppe
4. Entwicklung des Wissenschaftsformats bzw. der Kommunikationskampagne durch Berücksichtigung von Bedürfnissen, Interessen und Vorwissen zielgruppengerecht gestalten

Erkenntnisse

- Großes Interesse und Offenheit der jeweiligen Zielgruppen
- Positive Resonanz auf VR-Welt

„Ziemlich cool gestaltet, die Idee mit den einzelnen Insta Posts auf Fernseher oder in Bildern war gut gemacht. Das Filmvideo mit dem Prof war das Beste.“



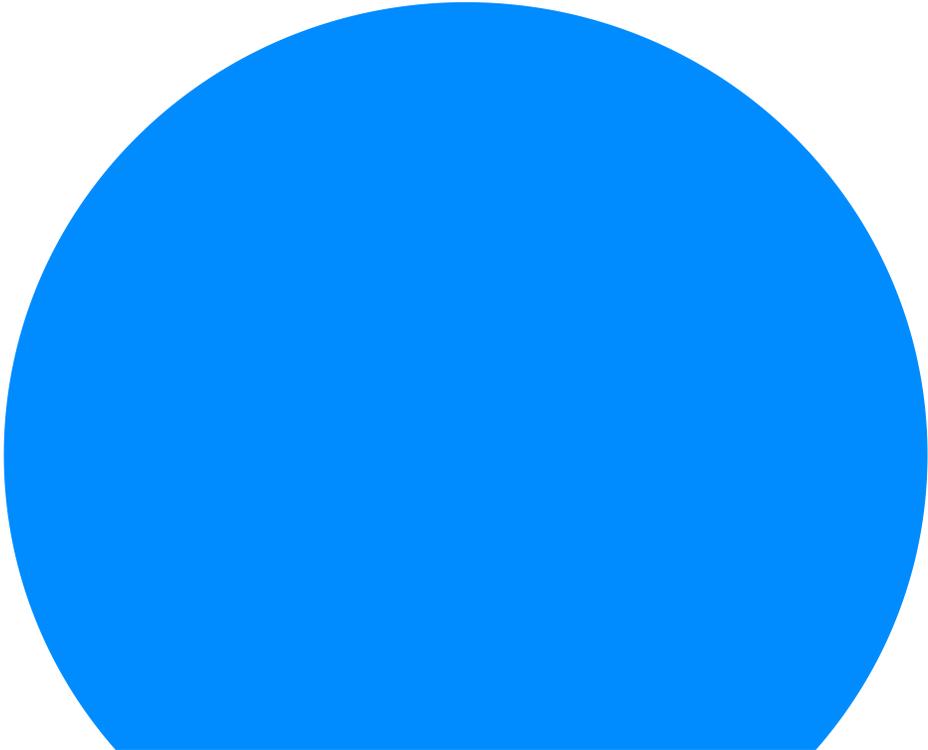
Was hat dich besonders interessiert?
„Wo die Grenzen von Chatbots sind bzw. was sie nicht können.“

„Das Gefühl wenn man sich in dem virtuellen Raum befindet.“

- Spezifische Zielgruppe: Weniger Menschen direkt angesprochen, aber für diese eine geringere Zugangshürde zu Wissenschaftskommunikation
- Nachhaltige Kontakte mit Zielgruppen (z.B. Lehrkräften)
- Ausstattung/technische Gegebenheiten von Anfang an mit in Betracht ziehen

Literatur

- Bonfadelli, Heinz; Fähnrich, Birte; Lüthje, Corinna; Milde, Jutta; Rhomberg, Markus; Schäfer, Mike S. (2017b): Das Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation. In: Heinz Bonfadelli, Birte Fähnrich, Corinna Lüthje, Jutta Milde und Markus Rhomberg (Hg.): Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation. Wiesbaden: Springer, S. 3–14.
- Impact Unit (2020): Nachdenken über Zielgruppen der Wissenschaftskommunikation. Online verfügbar unter https://impactunit.de/wp-content/uploads/2022/11/Factsheet_Formate_und_Zielgruppen.pdf, zuletzt geprüft am 05.12.2024.
- Schrögel, Philipp; Humm, Christian; Adler, Jona; Färber, Markus (2020): Wen erreicht Wissenschaftskommunikation nicht? Online verfügbar unter <https://publikationen.bibliothek.kit.edu/1000132281/112165238>, zuletzt geprüft am 05.12.2024.
- Schrögel, Philipp; Humm, Christian; Leßmöllmann, Annette; Kremer, Bastian; Adler, Jona; Weißkopf, Markus (2018): Nicht erreichte Zielgruppen in der Wissenschaftskommunikation: Literatur-Review zu Exklusionsfaktoren und Analyse von Fallbeispielen. Online verfügbar unter https://www.wmk.itz.kit.edu/downloads/Zwischenbericht_Wissenschaft_fuer_alle.pdf, zuletzt geprüft am 28.08.2024.



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**