



## WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION AN DER UNIVERSITÄT HEIDELBERG

Wissenschaftskommunikation übernimmt gesellschaftliche Funktionen, indem sie mit der notwendigen beträchtlichen Übersetzungsleistung das Interesse für Wissenschaft befördert, Forschungsergebnisse auch für den Laien zugänglich macht, Verständnis für wissenschaftliche Ergebnisse und ihre Vorläufigkeit erzeugt, den Dialog mit der breiten Öffentlichkeit und definierten Teilöffentlichkeiten gestaltet sowie Kooperationen mit unterschiedlichen Partnern anstößt und begleitet. Als wesentlicher Faktor für die Sichtbarkeit der Universität Heidelberg national und international sowie der Forschungsleistungen ihrer Wissenschaftler:innen bildet Wissenschaftskommunikation eine zentrale Säule der universitären Kommunikations- und Transferstrategie.

Seit 2009 koordiniert und operationalisiert die Rektoratsabteilung Kommunikation und Marketing (KuM) das an den strategischen Zielen der Universität Heidelberg orientierte Kommunikationskonzept und entwickelt es weiter. Dies geschieht im Zusammenwirken mit dem Rektorat, der Universitätsverwaltung sowie den zentralen und dezentralen Einheiten: Den Akteuren werden vielfältige Unterstützungsleistungen angeboten, die sich an den jeweiligen Zielgruppen sowie Medien und Formaten orientieren. Vernetzt werden die Aktivitäten durch den „Runden Tisch Kommunikation“, in den möglichst alle dezentralen Akteure im Bereich Wissenschaftskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit eingebunden sind (seit 2010). Ein weiterer Gesprächskreis beschäftigt sich mit der Interaktion von Kunst und Wissenschaft. Eine Arbeitsgruppe zur Vernetzung und stärkeren Sichtbarmachung der Sammlungen und Museen arbeitet an einem Konzept mit kurz-, mittel- und langfristigen Maßnahmen und Perspektiven.

Mit unterschiedlichen Veranstaltungs- und Kommunikationsformaten, die sich an die breite Öffentlichkeit wenden, aber auch Begegnungen von Politik, Kultur oder Wirtschaft mit Wissenschaft, strebt die Universität Heidelberg die Verbindung von Forschungsexpertise und Fachwissen mit den jeweiligen Zielgruppen an. Darüber hinaus befördern Publikationen und digitale Formate die Kommunikation von wissenschaftlichen Inhalten und Erkenntnissen in alle Teile der Gesellschaft. Im zentralen Portal heiONLINE werden digitale Inhalte wie Vorlesungen und Podiumsdiskussionen gebündelt und via Livestream, als Aufzeichnung oder als Podcast auch international zugänglich gemacht. Zentrales Anliegen dieser Aktivitäten ist es, Forschungsleistungen für Innovationen aller Art nutzbar zu machen und damit auch Studierenden und dem wissenschaftlichen Nachwuchs neue Perspektiven zu eröffnen.

## **Aufgaben und Schwerpunkte**

Um den professionellen Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu befördern, bietet die Rektoratsabteilung Kommunikation und Marketing (KuM) vielfältige Beratung und Unterstützung, die sich an den jeweiligen Zielgruppen sowie Medien und Formaten orientieren.

### **Presse- und Medienarbeit**

- Kontinuierliche Forschungsberichterstattung im zentralen Newsroom der Universität
- Aufbereitung von Nachrichten aus der Forschung für nationale und internationale Medien; Nutzung professioneller Infrastrukturen wie dem Informationsdienst Wissenschaft (idw), AlphaGalileo und EurekaAlert!
- Beratung von Universitätsmitgliedern im Umgang mit den Medien und unterschiedlichen Zielgruppen der Öffentlichkeit
- Konzeption und Umsetzung von Publikationen der Universität, unter anderem Unispiegel und Jahresbericht
- Redaktionelle Betreuung des Online-Veranstaltungskalenders der Universität und Unterstützung der universitären Einrichtungen bei der Veröffentlichung von Veranstaltungsinformationen

### **Internetredaktion**

- Konzeption, Umsetzung und Betreuung des zentralen Internetauftritts sowie der Social-Media-Kanäle der Universität
- Beratung und Unterstützung von Mitgliedern der universitären Einrichtungen bei der Umsetzung ihres Internetauftritts

### **Corporate Design und Corporate Publishing**

- Grafik-Services für die Erstellung von Print- und digitalen Produkten wie Postern, Broschüren, Flyern und Onepagern
- Umsetzung und Weiterentwicklung eines einheitlichen Corporate Designs
- Gestaltung, Entwicklung und Umsetzung von Publikationen, unter anderem Forschungsmagazin Ruperto Carola

### **Wissenschaftskommunikation und Veranstaltungsmanagement**

- Planung und Organisation von zielgruppenspezifischen Veranstaltungsformaten, Rektoratsveranstaltungen und Preisverleihungen
- Unterstützung der universitären Einrichtungen bei der Organisation eigener Veranstaltungen
- Raumvergabe an externe Partner der Universität

## **Science Communication: Maßnahmen an der Universität Heidelberg**

- Strategische Bündelung zentraler Kommunikationsaktivitäten und Fokussierung auf Schwerpunktthemen (wie die Ruperto Carola Ringvorlesung in thematischem Zusammenspiel mit dem Forschungsmagazin Ruperto Carola)
- Erschließung neuer Kommunikationsformate, zum Beispiel ÜberLebensStrategien und Akademische Mittagspause
- Förderung und Verknüpfung dezentraler Formate und Plattformen, zum Beispiel „Marsilius kontrovers“, Montagskonferenz des IÜD oder das Kolloquium „Heidelberger Brücke“ des HCE
- Modulare Nutzung unterschiedlicher (insbesondere auch digitaler) Kommunikationskanäle: Angebote werden auf dem Portal heiONLINE im Livestream, als Aufzeichnung oder als Podcast auch international zugänglich gemacht

## **Ausgewählte Formate**

### **Forschungsmagazin Ruperto Carola**

- Das Forschungsmagazin Ruperto Carola berichtet über wissenschaftliche Erkenntnisse und laufende Forschungsvorhaben an der Universität Heidelberg.
- Jede seiner Ausgaben mit einem internationalen Verteiler und einer Auflage von 6.000 Exemplaren ist einem gesellschaftlich relevanten Schwerpunktthema gewidmet, zu dem Heidelberger Forscher:innen über Disziplinen und Fächer hinweg ihre Arbeiten vorstellen.
- In allgemein verständlicher Sprache zeigen die Autor:innen, auf wie vielfältige Weise an der Universität Heidelberg geforscht wird.

### **Ruperto Carola Ringvorlesung**

- Mit ihrem Konzept von Fokusthemen trägt die Universität Heidelberg gesellschaftlich relevante Fragestellungen aus der Forschung in unterschiedlichen Formaten an die breite Öffentlichkeit heran.
- Die Vorträge im Rahmen der Ruperto Carola Ringvorlesung – sowie weitere zielgruppenspezifische Veranstaltungen – stehen semesterweise unter einem Thema im inhaltlichen Kontext mit dem Forschungsmagazin Ruperto Carola.
- Die Veranstaltungsreihe umfasst Beiträge von Wissenschaftler:innen aus unterschiedlichen Forschungsfeldern, die das jeweilige Fokusthema aus der Sicht ihrer Disziplin behandeln.

### **ÜberLebensStrategien**

- Mit der Veranstaltungsreihe „ÜberLebensStrategien“ suchen die Grundlagenforscher:innen der Universität Heidelberg das Gespräch mit der breiten Öffentlichkeit.

- In der entspannten Atmosphäre eines besonderen Veranstaltungsortes führen sie in ausgewählte Fragestellungen, Methoden und langfristige Ziele der molekularen Lebenswissenschaften ein.
- Das Projekt ist eine Kooperation mit dem Rhein-Neckar Fernsehen; die Vorträge werden aufgezeichnet und über RNF ausgestrahlt.
- Musikalisch umrahmt werden die Veranstaltungen vom Collegium Musicum der Universität Heidelberg.

### **Gesprächsrunde Kunst und Wissenschaft**

- Im Jahr 2022 wurde eine Gesprächsrunde eingerichtet, in deren Rahmen sich Forscher:innen der Universität Heidelberg sowie weitere Akteure über die Schnittstelle zwischen Kunst und Wissenschaft und über aktuelle Projekte in diesem Bereich austauschen. In diesem Zusammenhang ist auch eine Webseite entstanden.

### **Akademische Mittagspause**

- Die Akademische Mittagspause findet in der besonderen Atmosphäre der Universitätskirche, der Heidelberger Peterskirche, statt.
- Die Veranstaltungsreihe wird jedes Sommersemester von einer anderen Einrichtung der Universität gestaltet; sie verfolgt das Ziel, wissenschaftliche Inhalte greifbar und auch für ein fachfremdes Publikum verständlich zu machen.
- In 15-minütigen Fachvorträgen mit anschließender Frage- und Gesprächsrunde geben Wissenschaftler:innen der Universität an allen fünf Werktagen über dreieinhalb Monate lang Einblicke in ihre Forschungstätigkeiten.

### **heiSCHOOL**

- Ziel von heiSCHOOL, der Marke der Kinderuni/Jungen Uni, ist es, frühzeitig die Neugier und die Begeisterung von Kindern und Jugendlichen für wissenschaftliche Phänomene und die Forschung zu wecken und zu fördern.
- Im Rahmen von heiSCHOOL nimmt das Projekt „GO FUTURE!“ die insgesamt 17 Nachhaltigkeitsziele in den Blick, die sich die Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen gesetzt haben; ein mehrsemestriges Programm wurde gemeinsam mit Wissenschaftler:innen der Universität entwickelt.
- „GO FUTURE!“ richtet sich an Schüler:innen; das Projekt möchte Schulen, Lehrkräfte und Eltern dabei unterstützen, das hochrelevante Thema Nachhaltigkeit wissenschaftsbasiert an junge Menschen heranzutragen.
- Das Projekt umfasst unter anderem eine Vortragsreihe, die jedes Semester einen bestimmten Teilbereich nachhaltiger Entwicklung beleuchtet; darüber hinaus sind 17 kurze Filmbeiträge entstanden, in denen Wissenschaftler:innen der Universität Heidelberg ihre Forschung und deren Relevanz für die SDGs vorstellen.

## heiONLINE

- heiONLINE ist das zentrale Portal der Universität Heidelberg mit Vorträgen, Diskussionsrunden und Veranstaltungen in digitalen Formaten.
- Im Livestream oder als Aufzeichnung werden die jeweiligen Angebote international zugänglich gemacht.
- Das Portal ermöglicht insbesondere auch die Förderung und Verknüpfung dezentraler Formate, darunter „Marsilius kontrovers“, die Montagskonferenz des IÜD oder das Kolloquium „Heidelberger Brücke“ des HCE.

## Interne Weblinks

Weiterführende Informationen zum Thema Wissenschaftskommunikation an der Universität Heidelberg:

- Kommunikation und Marketing (KuM):  
[www.uni-heidelberg.de/de/einrichtungen/rektorat/kommunikation-und-marketing](http://www.uni-heidelberg.de/de/einrichtungen/rektorat/kommunikation-und-marketing)
- Transfer – Kommunikation:  
[www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation](http://www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation)
- Service Kommunikation:  
[www.uni-heidelberg.de/de/transfer/service-transfer/service-kommunikation](http://www.uni-heidelberg.de/de/transfer/service-transfer/service-kommunikation)
- Newsroom:  
[www.uni-heidelberg.de/de/newsroom](http://www.uni-heidelberg.de/de/newsroom)
- heiONLINE:  
[www.uni-heidelberg.de/de/heionline](http://www.uni-heidelberg.de/de/heionline)
- Forschungsmagazin Ruperto Carola:  
[www.uni-heidelberg.de/de/presse-medien/publikationen/forschungsmagazin](http://www.uni-heidelberg.de/de/presse-medien/publikationen/forschungsmagazin)
- Ruperto Carola Ringvorlesung:  
[www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation/ruperto-carola-ringvorlesung](http://www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation/ruperto-carola-ringvorlesung)
- ÜberLebensStrategien:  
[www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation/ueberlebensstrategien](http://www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation/ueberlebensstrategien)
- Gesprächsrunde Kunst und Wissenschaft:  
[www.uni-heidelberg.de/de/kunst-und-wissenschaft](http://www.uni-heidelberg.de/de/kunst-und-wissenschaft)
- Akademische Mittagspause:  
[www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation/akademische-mittagspause](http://www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation/akademische-mittagspause)
- heiSCHOOL:  
[www.uni-heidelberg.de/de/heischool](http://www.uni-heidelberg.de/de/heischool)
- Kinderuni:  
[www.uni-heidelberg.de/de/heionline/kinderuni-digital](http://www.uni-heidelberg.de/de/heionline/kinderuni-digital)
- Junge Uni:  
[www.uni-heidelberg.de/de/heischool/junge-uni](http://www.uni-heidelberg.de/de/heischool/junge-uni)

- Projekt „GO FUTURE!“:  
[www.uni-heidelberg.de/de/heischool/go-future](http://www.uni-heidelberg.de/de/heischool/go-future)
- Nature Marsilius Gastprofessur:  
[www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation/nature-marsilius-gastprofessur](http://www.uni-heidelberg.de/de/transfer/kommunikation/nature-marsilius-gastprofessur)
- Marsilius kontrovers:  
[www.marsilius-kolleg.uni-heidelberg.de/veranstaltungen/marsilius\\_kontrovers.html](http://www.marsilius-kolleg.uni-heidelberg.de/veranstaltungen/marsilius_kontrovers.html)
- Podcast „Marsilius im Gespräch“:  
[www.marsilius-kolleg.uni-heidelberg.de/podcast.html](http://www.marsilius-kolleg.uni-heidelberg.de/podcast.html)
- HCE-Kolloquium „Heidelberger Brücke“:  
[www.hce.uni-heidelberg.de/veranstaltungen/hd\\_bruecke.html](http://www.hce.uni-heidelberg.de/veranstaltungen/hd_bruecke.html)
- Montagskonferenz des IÜD:  
[www.uni-heidelberg.de/fakultaeten/neuphil/iask/sued/aktuelles/montagskonferenz.html](http://www.uni-heidelberg.de/fakultaeten/neuphil/iask/sued/aktuelles/montagskonferenz.html)

## Externe Weblinks

Weiterführende Informationen zum Thema Wissenschaftskommunikation auf externen Seiten:

- Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik):  
[www.nawik.de](http://www.nawik.de)
- Science Media Center Germany:  
[www.sciencemediacenter.de](http://www.sciencemediacenter.de)
- Grundsatzpapier des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zu Wissenschaftskommunikation:  
[www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/24784\\_Grundsatzpapier\\_zur\\_Wissenschaftskommunikation.pdf;jsessionid=85711517CB29822F1B98627BA51920FB.live722?\\_\\_blob=publicationFile&v=4](http://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/24784_Grundsatzpapier_zur_Wissenschaftskommunikation.pdf;jsessionid=85711517CB29822F1B98627BA51920FB.live722?__blob=publicationFile&v=4)
- Positionspapier der Hochschulrektorenkonferenz – „Hochschulkommunikation als strategische Aufgabe“:  
[www.hrk.de/positionen/beschluss/detail/hochschulkommunikation-als-strategische-aufgabe/](http://www.hrk.de/positionen/beschluss/detail/hochschulkommunikation-als-strategische-aufgabe/)
- #FactoryWisskomm – „Handlungsperspektiven für die Wissenschaftskommunikation“:  
[www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/factory\\_wisskomm\\_publication.pdf;jsessionid=D485C68D99EDFDF12A27E1E38BFBCB4C.live472?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/factory_wisskomm_publication.pdf;jsessionid=D485C68D99EDFDF12A27E1E38BFBCB4C.live472?__blob=publicationFile&v=2)

## Formulierungsbeispiele

Bei den folgenden Textbausteinen handelt es sich um Beispiele für mögliche Formulierungen zum Thema Wissenschaftskommunikation. In einem Projektantrag müssen die Beispiele an die jeweiligen inhaltlichen Zusammenhänge angepasst werden.

**Beispiel 1:**

Wissenschaftskommunikation übernimmt gesellschaftliche Funktionen, indem sie mit der notwendigen beträchtlichen Übersetzungsleistung das Interesse für Wissenschaft befördert, Forschungsergebnisse auch für den Laien zugänglich macht, Verständnis für wissenschaftliche Ergebnisse und ihre Vorläufigkeit erzeugt, den Dialog mit der breiten Öffentlichkeit und definierten Teilöffentlichkeiten gestaltet sowie Kooperationen mit unterschiedlichen Partnern anstößt und begleitet. Auf Grundlage und im Zusammenspiel mit den etablierten Strukturen in der Wissenschaftskommunikation an der Universität Heidelberg ...

**Beispiel 2:**

Mit unterschiedlichen Veranstaltungs- und Kommunikationsformaten, die sich an die breite Öffentlichkeit wenden, aber auch Begegnungen von Politik, Kultur oder Wirtschaft mit Wissenschaft, strebt die Universität Heidelberg die Verbindung von Forschungsexpertise und Fachwissen mit den jeweiligen Zielgruppen an. ... plant, vorhandene Kommunikationsformate wie ... zu nutzen. Darüber hinaus werden eigene Formate entwickelt, beispielsweise ..., um die Kommunikation von wissenschaftlichen Inhalten und Erkenntnissen in alle Teile der Gesellschaft zu befördern.

**Beispiel 3:**

Wissenschaftskommunikation bildet eine zentrale Säule der universitären Kommunikations- und Transferstrategie. Um Forschungsleistungen für Innovationen aller Art nutzbar zu machen und damit auch Studierenden und dem wissenschaftlichen Nachwuchs neue Perspektiven zu eröffnen, werden Kommunikationsformate wie ... eingesetzt und weiterentwickelt.