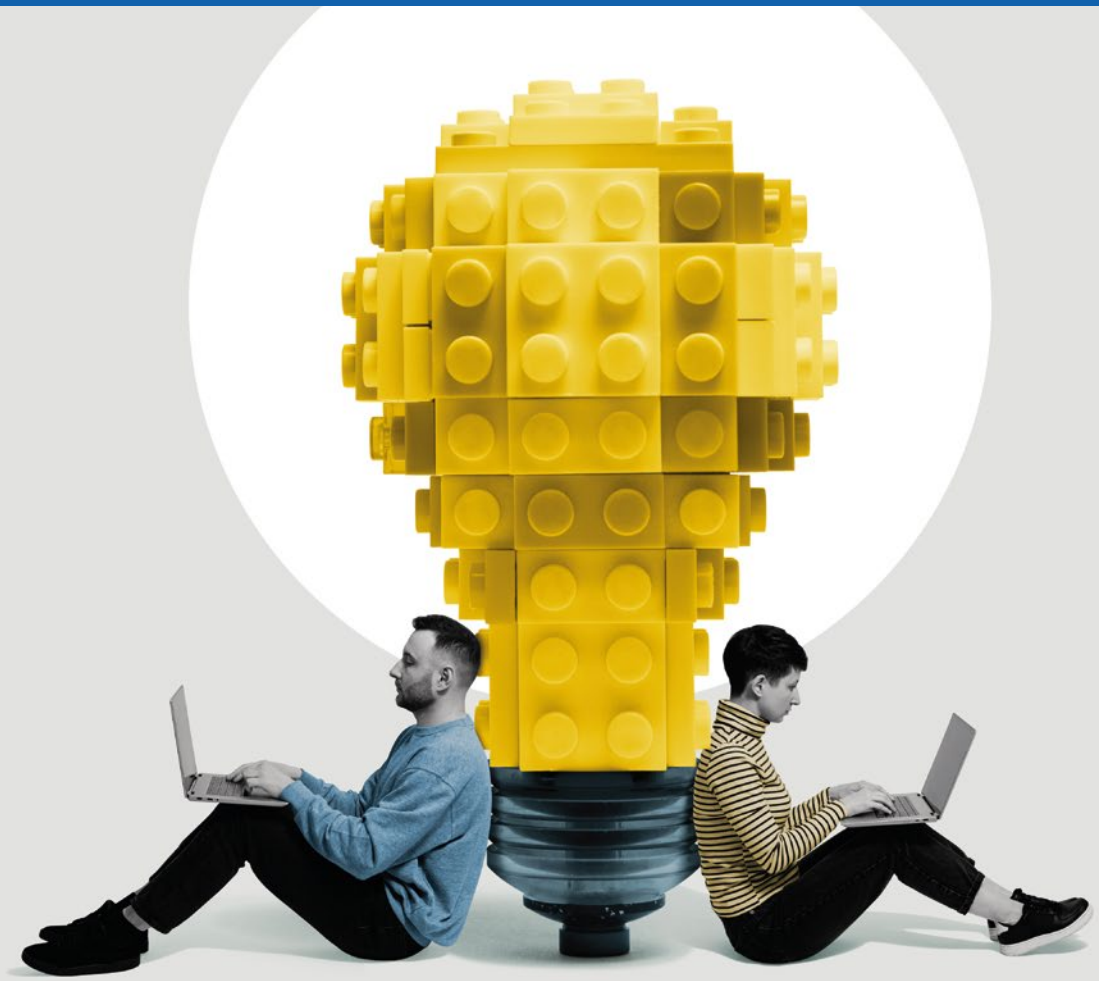
RTR

Medienkompetenz-Bericht 2026

Wissenschaft: Verstehen. Einordnen. Nutzen.



www.rtr.at

2026

Medienkompetenz-Bericht 2026

Wissenschaft: Verstehen. Einordnen. Nutzen.

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
Mariahilfer Straße 77–79 | 1060 Wien | Österreich
T: +43 1 58058-0 | M: rtr@rtr.at
www.rtr.at

Vorwort



© RTR Natascha Unkart

Mag. Wolfgang Struber

Liebe Leser:innen!

Zum fünften Mal zeigt der Medienkompetenz-Bericht: Medienkompetenz ist kein Trend, sondern eine Notwendigkeit. In Zeiten digitalen Wandels und immer größerer Informationsvielfalt wird sie immer entscheidender. Die jährlich erscheinenden Medienkompetenz-Impulse haben sich von einer Initiative zu einer festen Plattform entwickelt. Hier kommen Expert:innen aus Wissenschaft, Medien, Politik, Bildung und Wirtschaft zusammen, um zentrale Fragen unserer digitalen Gesellschaft zu beleuchten.

Kaum ein Thema zeigt derzeit deutlicher, wie wichtig Medienkompetenz geworden ist, als die Kommunikation wissenschaftlicher Erkenntnisse: Wissenschaft beeinflusst unser tägliches Leben in nahezu allen Bereichen – von der Gesundheit über den Klimawandel bis hin zu technologischen Innovationen. Gleichzeitig entstehen Nachrichten heute schneller denn je, verbreiten sich über unterschiedlichste Kanäle und treffen auf ein Publikum, das Inhalte oftmals innerhalb weniger Sekunden aufnehmen, bewerten und einordnen muss. Umso wichtiger ist es zu lernen, dass nicht alles stimmt, was in der digitalen Welt zu lesen, zu sehen und zu hören ist. Aufklärungsarbeit sowie die Vermittlung dieser Kompetenzen leisten dazu einen wesentlichen Beitrag.

Vor diesem Hintergrund widmet sich der diesjährige Medienkompetenz-Bericht dem Leitthema:

„Wissenschaft: Verstehen. Einordnen. Nutzen."

Dieses Leitthema beschreibt zugleich jene Kompetenzen, die heute für einen reflektierten Umgang mit wissenschaftlichen Informationen von besonderer Bedeutung sind: Wissenschaft zu verstehen muss auch heißen, Wissenschaft verständlich zu machen, komplexe Zusammenhänge nachvollziehbar zu vermitteln und dadurch Wissen möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen. Wissenschaft einzuordnen bedeutet, Informationen kritisch zu hinterfragen, Quellen zu bewerten und Erkenntnisse in ihren jeweiligen Kontext zu stellen. Und Wissenschaft zu nutzen bedeutet schließlich, fundiertes Wissen als Grundlage für verantwortungsvolle Entscheidungen im persönlichen, gesellschaftlichen und politischen Leben heranzuziehen. Denn wissenschaftliche Erkenntnisse entfalten ihren gesellschaftlichen Wert erst dann, wenn sie verständlich vermittelt, richtig eingeordnet und verantwortungsvoll genutzt werden können. Medien, Wissenschaftseinrichtungen, Bildungseinrichtungen und viele weitere Akteur:innen tragen gemeinsam Verantwortung dafür, Orientierung zu schaffen und Vertrauen in wissenschaftliche Erkenntnisse zu stärken.

Diese drei Perspektiven bilden den Leitfaden des diesjährigen Berichts und spiegeln sich in den unterschiedlichen Beiträgen wider.

Im ersten Schwerpunkt **„Verstehen"** möchten wir durch eine Einführung von Wolfgang Renner begreifen lernen, was Wissenschaftskommunikation überhaupt ist. Darauffolgend richten wir den Blick auf unterschiedliche Wege der Wissenschaftskommunikation und zeigen unter anderem anhand ausgewählter Projekte, wie Medien komplexe wissenschaftliche Inhalte verständlich und erlebbar vermitteln. Ob durch einzigartige Events, dialogorientierte Veranstaltungsformate, Podcasts oder innovative digitale Kommunikationsangebote: Die Beiträge machen deutlich, dass erfolgreiche Wissenschaftskommunikation dort beginnt, wo wissenschaftliche Erkenntnisse nachvollziehbar werden und Menschen die Möglichkeit erhalten, mit Wissenschaft in Berührung zu kommen. So zeigen etwa das Citizen-Science-Format „Wissen macht Leute", die Science-Video-Initiative „FÄKT" oder die Dialogreihe „Am Puls", wie vielfältig die Ansätze sein können, um auf unterschiedliche Weise Interesse zu wecken, Vertrauen zu stärken und Wissenschaft für unterschiedliche Zielgruppen zugänglich zu machen.

„Kaum ein Thema zeigt derzeit deutlicher, wie wichtig Medienkompetenz geworden ist, als die Kommunikation wissenschaftlicher Erkenntnisse."

Im zweiten Abschnitt **„Einordnen"** widmen wir uns der Frage, welche Verantwortung Medien und insbesondere der Wissenschaftsjournalismus bei der Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse übernehmen. Beiträge von Lena Yadlapalli, Ulla Ebner und Alexander Filipović beleuchten die strategische Bedeutung von Wissenschaftskommunikation, zeigen die Rolle des Wissenschaftsjournalismus anhand konkreter Praxisbeispiele aus dem Radio und gehen der Frage nach, wie wissenschaftliche Inhalte verständlich vermittelt werden können, ohne dabei an Differenziertheit oder wissenschaftlicher Qualität zu verlieren.

Ergänzt werden diese Perspektiven durch unterschiedliche Praxisbeispiele und Initiativen, die zeigen, wie Wissenschaft und Öffentlichkeit erfolgreich miteinander in Dialog treten können. Die Initiative „Wissenschaftsbotschafter:innen" des OeAD bringt Forschende direkt in Schulen, Kindergärten und Bibliotheken. Die Science Cafés von COMMIT sind niederschwellige und interaktive Formate, welche Räume für den Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft eröffnen. Mit den Science Clubs zeigt Science Pool, wie wissenschaftliches Denken bereits bei Kindern und Jugendlichen nachhaltig gefördert werden kann.

Im dritten Schwerpunkt **„Nutzen"** beschäftigen wir uns mit der Frage, wie Wissenschaftskommunikation ihren gesellschaftlichen Mehrwert entfalten kann. Die Beiträge zeigen, wie Forschungseinrichtungen Wissenschaftskommunikation heute strategisch gestalten, welche Rahmenbedingungen erfolgreiche Vermittlung benötigt und wie wissenschaftliche Erkenntnisse unterschiedliche Zielgruppen nachhaltig erreichen können. Gerlinde Tuscher beleuchtet die strategische Bedeutung von Wissenschaftskommunikation an Hochschulen, während das ScienceCenter-Netzwerk aufzeigt, wie insbesondere junge Menschen für Wissenschaft begeistert werden können. Gabriele Falböck richtet den Blick auf die gewinnbringende Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse und verdeutlicht, warum der verantwortungsvolle Umgang mit Informationen eine zentrale Voraussetzung für den Nutzen wissenschaftlicher Erkenntnisse ist. Die Beiträge machen deutlich, dass Wissenschaftskommunikation ihren Auftrag erst dann vollständig erfüllt, wenn wissenschaftliches Wissen Orientierung bietet, Entscheidungen unterstützt und gesellschaftliche Teilhabe ermöglicht.

Gerade die Vielfalt der Beiträge macht deutlich, dass Wissenschaftskommunikation nicht isoliert betrachtet werden kann. Sie lebt vom Dialog zwischen Wissenschaft, Medien, Bildungseinrichtungen und vielen weiteren Akteur:innen. Ergänzend zu den vorgestellten Beiträgen haben wir auch einige Autor:innen der vergangenen Jahre nach ihrer Einschätzung zur Entwicklung der Medienkompetenz gefragt. Darüber hinaus kommen auch Politiker:innen zu Wort und teilen ihre Perspektiven zur Bedeutung des Themas. Unterschiedliche Sichtweisen und Erfahrungen ermöglichen es schließlich, Fragestellungen aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten und gemeinsam Antworten auf aktuelle Herausforderungen zu entwickeln.

Mein besonderer Dank gilt allen Autor:innen, Interviewpartner:innen und Mitwirkenden, die mit ihrer Expertise und ihrem Engagement zum Gelingen dieses Berichts beigetragen haben. Ebenso danke ich ganz besonders dem Team der Servicestelle Medienkompetenz der RTR Medien, das den Medienkompetenz-Bericht bereits zum fünften Mal mit großem Einsatz umgesetzt hat und damit neben vielen weiteren Tätigkeiten einen wichtigen Beitrag zur Förderung von Medienkompetenz in Österreich leistet.

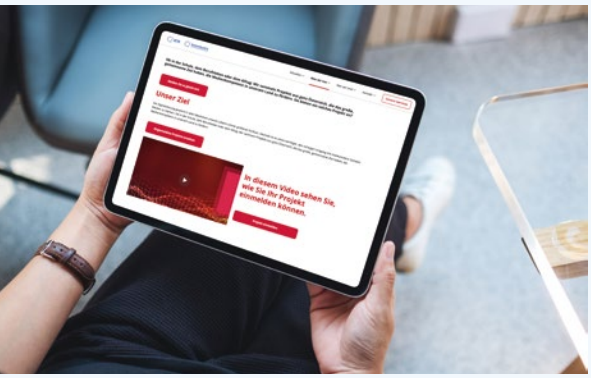
Ich freue mich, dass wir auch mit diesem Bericht neue Perspektiven eröffnen und Impulse für den öffentlichen Diskurs setzen können.

Ich wünsche eine anregende Lektüre und viele interessante Erkenntnisse.

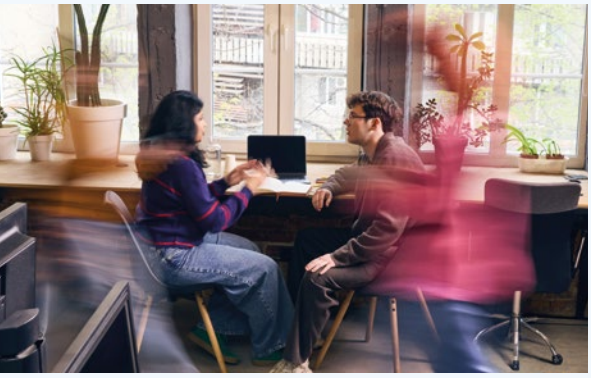
Wolfgang Struber

Geschäftsführer RTR Medien
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Inhalt



Seite 8
Die RTR fungiert als Servicestelle für Initiativen im Bereich Medienkompetenz.



Seite 10
Zum fünften Medienkompetenz-Bericht fragen wir nach:
Was hat sich in Österreich in Sachen Medienkompetenz bewegt?
Welche Entwicklungen sind besonders prägend in Erinnerung geblieben und welche Themen werden uns auch in Zukunft beschäftigen?

8 **Der Medienkompetenz-Atlas der RTR**

10 **Nachgefragt** – Bilanz zum Jubiläum des 5. Berichts

24 **Wordrap** zum Thema Wissenschaftskommunikation

Verstehen

Wie wird Wissenschaft verständlich?

30 **Wissenschaftskommunikation im Zeitalter der Künstlichen Intelligenz**
Dr. h. c. Wolfgang Renner, MSc

34 **Rätsel der Wissenschaft**

36 **Wissen macht Leute** – Vom Zuhören zum Mitforschen

38 **Med Uni Graz News**

40 **FÄKT** – Wissenschaft für die nächste Generation

42 **Hereinspaziert!** Wissenschaft im Theater

43 **Confirm Humanity**

44 **INNside Gender Studies**

Im heurigen Medienkompetenz-Bericht vorgestellte Projekte.



Seite 48
Lena Yadlapalli (APA):
„Wissenschaft ist längst kein eigenes Ressort mehr. Sie berührt nahezu jedes gesellschaftliche Thema."



Seite 84
Sarah Funk (Wissens°raum):
„Was Wissenschaftsvermittlung und Medienkompetenz gemeinsam haben, ist das kritische Hinterfragen von Informationen, Fakten und Wissen."

Einordnen

Wie schaffen Medien Orientierung?

48 **Orientierung im Ungewissen**
Im Interview mit Dipl.-Geogr. Lena Yadlapalli

52 **Wissenschaft beginnt mit einer guten Geschichte**
Im Interview mit Mag.ª Ulla Ebner

56 **Zwischen Präzision und Publikum: Wie viel Vereinfachung verträgt Wissenschaft?**
Im Interview mit Prof. Dr. Alexander Filipović

60 **Die Initiative „Wissenschaftsbotschafter:innen"**

62 **Die Lange Nacht der Forschung**

64 **Science Clubs**

66 **Wunderwerk Leben**

68 **Wissenschaft bei Kaffee**

Nutzen

Wie wird Wissen wirksam?

72 **Die Sprache der Wissenschaft**
Im Interview mit Mag.ª (FH) Linde Tuscher

76 **Wissen ist für alle da: Baukasten zur gewinnbringenden Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse**
FH Prof. Mag.ª Dr. Gabriele Falböck

84 **Wo Neugier ein Zuhause findet**
Im Interview mit Mag.ª Sarah Funk

88 **Bilanz**
Was fünf Jahre Medienkompetenz-Berichte zeigen

90 **Impressum**

Der Medienkompetenz-Atlas der RTR

Die RTR fungiert als Servicestelle für Initiativen im Bereich Medienkompetenz.

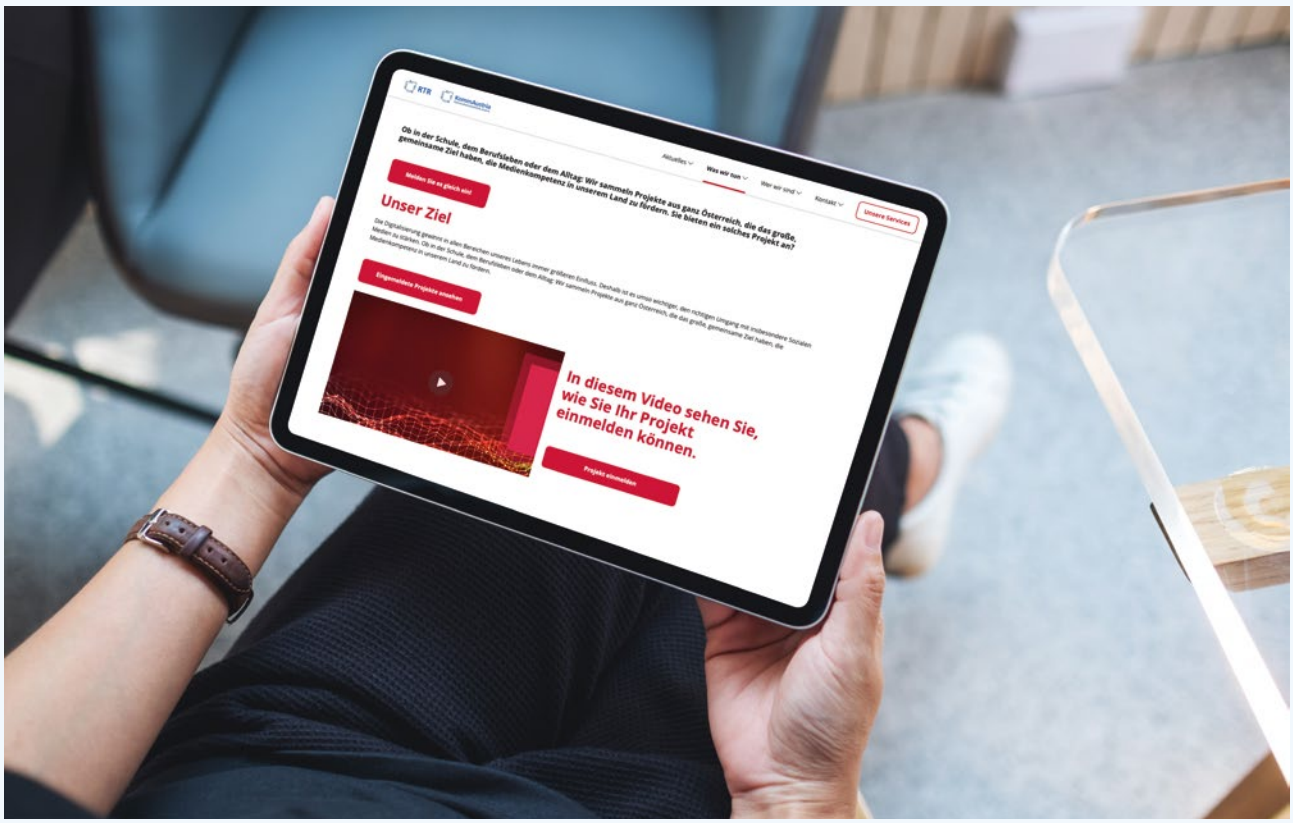
Die RTR betreibt ein Informationsportal, auf dem Projekte und Initiativen, die der Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz dienen, insbesondere solche, die aus öffentlichen Mitteln gefördert werden, dargestellt werden. Es besteht die Möglichkeit, Ihr Projekt oder Ihre Initiative bei der RTR zu melden und diese so einem breiteren Publikum bekannt zu machen. Zusätzlich können Sie sich über verschiedene Projekte und Veranstaltungen zum Thema Medienkompetenz im RTR Portal informieren. Für von Bundesstellen geförderte Projekte ist es verpflichtend, ihre Daten bei uns zu melden.

Wie funktioniert die Meldung?

Einfach online auf medienkompetenz.rtr.at

1. **„Projekt einreichen“ wählen**
2. **Ihr Projekt beschreiben (Titel, Bilder, Zielgruppe, Bereich und Bundesland auswählen)**
3. **Ansprechperson angeben & absenden**
4. **Ihre Eingabe wird von der Servicestelle Medienkompetenz geprüft und veröffentlicht.**

Startseite Medienkompetenz-Atlas, medienkompetenz.rtr.at



© stock.adobe.com

Hier geht es zum
Medienkompetenz-Atlas der RTR

Im Medienkompetenz-Atlas wurden bislang 127 Projekte aus den Bundesländern eingemeldet, die meisten in Wien. Hinzu kommen 6 österreichweite Projekte.*



133
Projekte*

(inkl. 6 bundesweiter Projekte)

- **55** im Bereich **Bildung**
- **35** im Bereich **Online-Medien / Soziale Medien**
- **27** im Bereich **Radio**
- **14** im Bereich **Veranstaltungen**
- **1** im Bereich **Fernsehen**
- **1** im Bereich **KI-Medien**

*Stand August 2026

Nachgefragt
Bilanz zum Jubiläum des 5. Berichts

Zum fünften Medienkompetenz-Bericht fragen wir nach:
Was hat sich in Österreich in Sachen Medienkompetenz bewegt?
Welche Entwicklungen sind besonders prägend in Erinnerung geblieben
und welche Themen werden uns auch in Zukunft beschäftigen?



© stock.adobe.com

Stellen Sie Ihre Institution bitte in vier bis fünf Sätzen für unsere Leser:innen vor!

Freies Radio Salzkammergut
Besteht seit 1999

Das Freie Radio Salzkammergut (FRS) ist ein Bürger:innen-Radio mit offenem Zugang und lebt somit von der Beteiligung vielfältiger Menschen. Aktuell gestalten mehr als 140 Personen quer durch die Bevölkerung das werbefreie 24-Stunden-Hörfunkprogramm des FRS mit, das auf acht Frequenzen in die drei Bundesländer des Salzkammerguts ausgestrahlt wird sowie online im Livestream und auf sound.orf.at. Die technische Infrastruktur und Sendezeit stehen den ehrenamtlichen Sendungsgestalter:innen dabei kostenlos zur Verfügung. Unabhängig von den jeweiligen Voraussetzungen können Radiointeressierte im FRS alle Fähigkeiten lernen, die es am Weg von der ersten Idee bis zur fertigen Radiosendung braucht.

Verband Freier Rundfunk Österreich
Besteht seit 1993

Als Interessenvertretung des nichtkommerziellen Privatrundfunks arbeiten wir für die Verbesserung der äußeren und inneren Rahmenbedingungen unserer Mitgliedssender. Dabei achten wir besonders auf deren Alleinstellungsmerkmale: offener Zugang, Werbefreiheit und Gemeinnützigkeit. Medienbildung für alle und demokratischer Zugang zu technischen Infrastrukturen sowie crossmediale Verbreitung zivilgesellschaftlicher Sendungsinhalte sind für uns wichtige Zielsetzungen. Wir bringen unser praktisches Wissen über kulturelle Vielfalt und Partizipation in die Arbeit mit Entscheidungsträger:innen und Meinungsführer:innen ein und verändern die Gesellschaft dadurch positiv und zukunftsweisend.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg
Besteht seit 1993

Das Katholische Bildungswerk Vorarlberg ist ein Verein innerhalb der Katholischen Kirche mit dem Ziel, Erwachsenenbildung vor Ort für alle Menschen (unabhängig von Religion, Geschlecht, ethnischer Zugehörigkeit, usw.) anzubieten. Schwerpunkte bilden dabei Eltern- und Senior:innenbildung. Darüber hinaus werden Themen zu Gesellschaft und Politik, Glaube und Weltanschauung, Persönlichkeit und Kommunikation sowie musisch-kulturelle Bildung angeboten. Organisiert werden die Veranstaltungen direkt von Personen in Pfarren und Gemeinden mit Unterstützung der Zentrale.

COMMIT
Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung
Besteht seit 2010

COMMIT, das Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung ist die Weiterbildungseinrichtung an der Schnittstelle zwischen nichtkommerziellem Rundfunk, Erwachsenenbildung und Forschung in Österreich. Ziel ist die Förderung der Auseinandersetzung mit und die Weiterentwicklung von nichtkommerziellen Medien auf allen gesellschaftlichen Ebenen. COMMIT gestaltet Weiterbildungen, Projekte und Begleitforschung in Zusammenarbeit mit Akteur:innen nichtkommerzieller Medien, der Bildungsarbeit und der Wissenschaft. Ein besonderer Fokus liegt in der Vermittlung kritischer Medienkompetenz in der Erwachsenenbildung unter verstärkter Berücksichtigung von Digitalisierung, Demokratiebildung und der Förderung von Wissenschaftsvertrauen.

WIENXTRA-Medienzentrum
Besteht seit 1978

Das WIENXTRA-Medienzentrum ist eine offene Produktionsstätte für junge Menschen, die in ihrer Freizeit „irgendetwas mit Medien“ machen möchten. Für sie gibt es eine breite Palette von kostenlosen Angeboten; ein Equipment-Verleih, Studios und Schnittplätze, Workshops und Beratung. Als medienpädagogische Fachstelle für die Wiener Jugendarbeit unterstützt das Medienzentrum medienpädagogische Angebote wienweit, mit Projekt-Kooperationen, Fortbildungen und Lehrgängen, sowie Beratung und Produktionsinfrastruktur.

Wie hat sich Ihr Verständnis von Medienkompetenz in den letzten fünf Jahren verändert?

Freies Radio Salzkammergut

Das Medienangebot und die individuelle Mediennutzung haben sich in den letzten Jahren drastisch verändert. Zentral dabei ist die Medienreflexionskompetenz, also eine aktive, kritische Auseinandersetzung. In Community-Medien wie dem FRS wird seit jeher Medienbildung durch Selbstermächtigung vermittelt: Menschen, quer durch die Bevölkerung, beschäftigen sich mit Medien, indem sie selbst zu Gestalter:innen werden. Dieser Empowerment-Ansatz, der gesellschaftliche Teilhabe ermöglicht und so durchaus als demokratiefördernd zu bezeichnen ist, ist heute wichtiger denn je.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Es ist viel digitaler geworden und geht mehr in die Tiefe infrastruktureller Rahmenbedingungen und deren Auswirkungen auf Information, Kommunikation und Demokratie.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

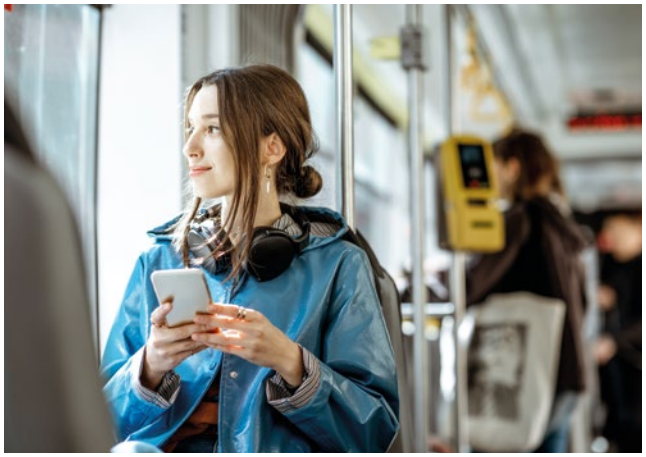
Medienkompetenz wurde und wird vor allem in den Bereichen Social Media und KI immer wichtiger.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

Wir vertreten seit jeher ein Verständnis von kritischer Medienkompetenz, das die politische Dimension des Medienhandelns betont. In den letzten Jahren hat sich dieses Verständnis vor dem Hintergrund der Diskussionen um die zunehmende Wissenschafts- und Demokratieskepsis in der Gesellschaft verfeinert. Die Verschränkung von Kritischer Medienkompetenz mit Demokratiebildung und der Förderung von Wissenschaftsvertrauen in der Erwachsenenbildung steht zunehmend im Fokus der Aktivitäten von COMMIT.

WIENXTRA-Medienzentrum

Das Ziel der Medienpädagogik bleibt gelingendes Leben mit Medien: kreativ, kritisch, selbstbestimmt, sozial- und eigenverantwortlich. Es stellt sich aber zunehmend die Frage, inwieweit Selbstbestimmung im Digitalen überhaupt noch möglich ist. Wir benötigen eine gute Balance zwischen Stärkung der individuellen Kompetenzen im Umgang mit Medien und Kritik und gemeinsam formulierte Veränderungsanforderungen an die Strukturen. Medienkompetenzvermittlung muss stärker als bisher mit Medienpolitik zusammengedacht werden.



© stock.adobe.com



© stock.adobe.com

Auf welche Meilensteine im Bereich Medienkompetenz blickt Ihre Institution in den letzten fünf Jahren besonders zurück?

Freies Radio Salzkammergut

Der langjährigen Kooperation mit einer lokalen Einrichtung der Erwachsenenbildung gedankt, konnten wir mit Gruppen aus Basisbildungs-Kursen zusammenarbeiten. In Workshops beschäftigten wir uns spielerisch und lustvoll mit dem Medium Audio – herausgekommen sind interessante und witzige Beiträge, zum Teil in vielen Sprachen. Außerdem hat uns die Digitalisierung im Zusammenhang mit Menschlichkeit redaktionell beschäftigt. Entstanden sind daraus mittlerweile zwei Staffeln einer aufwendigen Sendung, die bereits preisgekrönt wurde („Confirm Humanity“).

Verband Freier Rundfunk Österreich

Als eine der zwei österreichischen Ausbildungsinstitutionen des nichtkommerziellen Rundfunks sind Meilensteine immer auch konkrete Angebote, die wir schaffen. Mehr dazu finden Sie bei den Antworten auf die nächsten Fragen.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

Hauptamtliche Mitarbeitende wurden in ihrer Medienkompetenz immer wieder geschult. Medienkompetenz ist in unseren Elternbildungsangeboten ein wichtiger Themenbereich. Dazu wurden auch in Zusammenarbeit mit anderen Instiutionen verschiedene Materialien erstellt.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

COMMIT hat mit seinen vielfältigen Projekten und Bildungsangeboten (u. a. bei der ÖGPB) das Thema Kritische Medienkompetenz in der Erwachsenenbildung breit verankert. Weiters führt COMMIT den im Rahmen einer Kooperation und Tagungsreihe mit dem bifeb als interdisziplinärer Austauschgruppe gegründeten „Think Tank Kritische Medienkompetenz“ seit 2024 zwei Mal im Jahr mit verschiedenen Partnern erfolgreich fort und betreut den MIL-Newsletter „Medien- und Informationskompetenz in Österreich“.

WIENXTRA-Medienzentrum

Mit dem Projekt „Digitales Tüfteln in der Jugendarbeit“ ist es uns und zahlreichen Kooperationspartner:innen aus der Wiener Jugendarbeit gelungen, Making-Aktivitäten nachhaltig in der Angebotspalette der offenen Jugendarbeit zu verankern. “Wiener Leitlinie für digitale Jugendarbeit“ wurde in einem organisations- und hierarchieübergreifenden Prozess entwickelt, um den digitalen Aktivitäten der oKJA Ziel und Richtung zu geben. Mit dem ersten Lehrgang Digitale Jugendarbeit (2020) waren wir ganz vorne mit dabei, digitale Kompetenzen von Jugendarbeiter:innen gebündelt zu stärken.

Welches Projekt oder welche Initiative war für Sie in diesem Zeitraum besonders prägend oder erfolgreich und warum?

Freies Radio Salzkammergut

Im Jahr 2025 setzten wir einen Schwerpunkt auf inklusive Medienarbeit. Neben der gezielten Schulung von Mitarbeiter:innen bedeutete das auch, Hands-on konkrete Projekte zu verfolgen: Im Rahmen eines Radioworkshops für Menschen mit und ohne Behinderung wurden erste Erfahrungen in der Radioarbeit gesammelt und das inklusive Team in einer Live-Sendung aus dem öffentlichen Raum sicht- und hörbar. In einem langfristig angelegten Projekt wurden Beschäftigte der Lebenshilfe in Bad Ischl mit ihrer monatlichen Sendung "Was ist schon normal?" Teil der inklusiven Redaktion.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Inklusive Medienarbeit – Menschen mit Behinderung in Journalismus, Radio, Moderation und Film / Wer ist eigentlich Journalist:in und welche Konsequenzen bringt das mit sich? / Der European Media Freedom Act - was hat das alles mit mir zu tun? / Critical Memes Workshop mit Anahita Neghabat / Medien und Schwarze Perspektiven – Sheila Mysorekar auf unsere Einladung beim Journalismusfest Innsbruck zu Gast / Klassismus und Medien – Online-Workshop mit Brigitte Theißl. Warum: Weil von Recht, über Memes bis zur Frage „Wer kommt (nicht) vor und warum?" für alle was dabei ist, das sie medienkompetenter macht.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

Neben der Schulung von Eltern wurden auch Senior:innen in ihrer Medienkompetenz gestärkt. Grundlage dafür ist die Aus- und Weiterbildung unserer Referierenden und Gruppenleiter:innen.

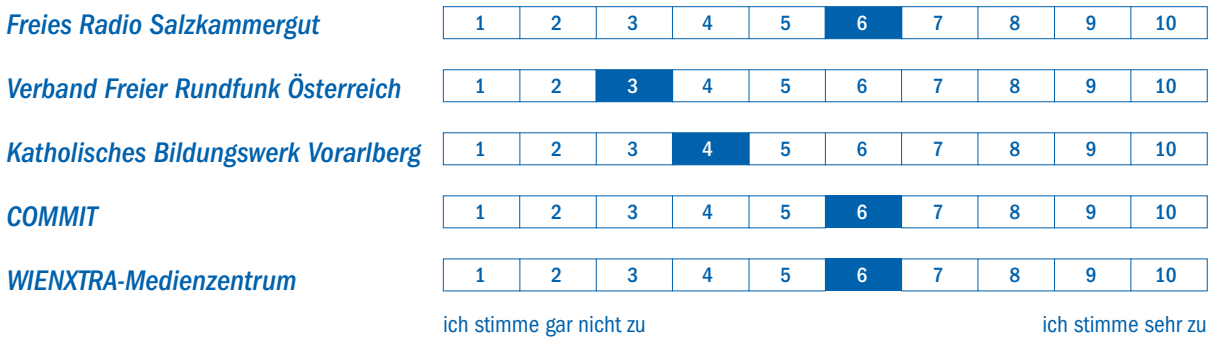
COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

Im Forschungsprojekt MeDeMAP – Mapping Media for Future Democracies (Horizon Europe, 2023–2026, Koordination: ÖAW) war COMMIT für die Konzeption von „Bürger*innenräten Medien und Demokratie" verantwortlich. Diese tagten 2025 in Österreich, Slowenien, Tschechien und Irland zur Frage, welche Rollen Medien erfüllen müssen, um die Demokratie bestmöglich zu unterstützen. Die Erfahrungen aus dem Projekt nutzt COMMIT zur Weiterentwicklung von Methoden, Lehr-/Lernmaterialien und neuen Bildungsangeboten.

WIENXTRA-Medienzentrum

In Zeiten von rasanten, tiefgreifenden Veränderungen, zu welchen niemand fertige pädagogische Lösungen parat hat, wächst die Bedeutung von Learning Communities. Es braucht Anlässe für bereichs- und fachübergreifenden, kollegialen Austausch auf Augenhöhe, um Herausforderungen und Probleme offen anzusprechen und Lösungen gemeinsam zu suchen. Die Barcamps der Initiative Medienbildung JETZT! sind ein Beispiel von einem Setting, wo das den Beteiligten stets gelungen ist.

„Die Medienkompetenz in Österreich ist insgesamt gut ausgeprägt.“ Wie sehr stimmen Sie dieser Aussage zu?



Wie beurteilen Sie aktuell den Stand der Medienkompetenz in Österreich?

Freies Radio Salzkammergut

Medienkompetenz in Österreich ist sehr ungleich verteilt, das sehen wir in unseren diversen Ausbildungsformaten im Radio, wo uns ein ganzes Panorama an Vorwissen begegnet. Der passive Medienkonsum überwiegt in der Bevölkerung, während sich aus unserer Sicht gerade der spielerische, aktivierende Zugang in der Vermittlung bewährt. Wünschenswert wäre, ein flächendeckendes Konzept zu haben, das diese Empowerment-Ansätze aus dem nichtkommerziellen Rundfunk stabil unterstützt und fördert.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Es ist vieles da. Es bleibt verstreut und über wichtige Kompetenzfelder hinweg zu wenig verbunden. Zu wenig auf Augenhöhe und zu wenig Hands-on.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

Die schnellen Entwicklungen im Bereich Medien erfordern ein ständiges Dranbleiben an Medienkompetenz.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

Mit Blick auf die Bildungsangebote ist der Stellenwert von Medienkompetenz im Schulsystem gestiegen (zu sehen an den neuen Schulfächern „Digitale Grundbildung“ und „Medien und Demokratie“). In der allgemeinen Erwachsenenbildung gibt es nach wie vor nicht genügend Angebote und bestehende Angebote sind oft auf die Vermittlung funktionaler Kompetenzen beschränkt. Erfreulich ist die Tatsache, dass Medienkompetenz in der politischen Debatte inzwischen breit anerkannt und nicht mehr wegzudenken ist.

WIENXTRA-Medienzentrum

Sehr positiv ist die strukturelle Verankerung von Medienbildung im schulischen Bereich (Digitale Grundbildung). Die Umsetzung mit Fokus auf Nutzungswissen („Microsoftkunde“) fällt jedoch unterschiedlich und fallweise leider noch sehr flach aus. Es mangelt an Begleitforschung, um festzustellen, mit welchen Methoden und Zugängen tatsächlich Medienkompetenz gefördert wird.

Bei welchen konkreten Kompetenzen besteht in der Bevölkerung aktuell noch Entwicklungsbedarf?

Freies Radio Salzkammergut

Das Konzept von Community-/Bürger:innen-Medien ist vielen Leuten neu. Eine Auseinandersetzung mit der Finanzierung von Medienarbeit passiert für viele Teilnehmer:innen unserer Workshops zum ersten Mal, auch die Frage nach einer Verwertungslogik hinter medialen Inhalten wird nicht selten gestellt. Die Haltung im FRS, dass sprachliche Vielfalt (jenseits von Deutsch, Standarddeutsch und perfekter Artikulation) in Medienprodukten Platz hat und haben sollte, sorgt bei Neuzugängen häufig für Verwunderung (weil das Ohr an anderes gewöhnt ist), gefolgt von Erleichterung.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Quellenbewusstsein, Quellencheck und Quellenbewertung als alltägliche Routine – von Social Media bis zu sogenannten Qualitätsmedien: Was macht Social Media ganz konkret mit meiner Wahrnehmung der Welt? Was meine ich eigentlich, wenn ich die zwei Buchstaben K und I verwende?

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

Aus unserer Sicht liegt der Entwicklungbedarf wesentlich im Umgang mit KI sowie in der Unterscheidung bzw. Differenzierung von der unterschiedlichen medialen Darstellung eines Themas.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

Wissen, Fähigkeiten und Kompetenzen für einen reflektierten Umgang mit Medien im Sinne von Rezipieren, Analysieren und Gestalten von Medieninhalten auf individueller, sozialer und kultureller Ebene, z. B. Wissen über rechtliche und regulatorische Aspekte des Mediensystems, Interessenlagen, Machtstrukturen und ökonomische Verhältnisse sowie Funktionalitäten und Logiken von Plattformen; kritisches Denken; Einschätzung von Quellen; kritische KI-Kompetenz als Teil von Medienkompetenz.

WIENXTRA-Medienzentrum

Wir vergessen insgesamt gerne auf Erwachsene, auch sie brauchen Anlässe zur Reflexion des eigenen Mediennutzungsverhaltens und kritische Auseinandersetzung mit Medieninhalten und -strukturen. Jede Initiative für die erwachsene Bevölkerung, solche Lern- und Erfahrungsräume zu schaffen, sei es von Seiten der freien, nichtkommerziellen Medien, öffentlicher Bibliotheken oder Volkshochschulen, ist sehr zu begrüßen und muss dringlich ausgebaut werden.

Welche Bedeutung hat Medienkompetenz Ihrer Einschätzung nach aktuell für die Gesellschaft?

Freies Radio Salzkammergut

Medienkompetenz, Medienreflexion, Medienmündigkeit – der Wert dieser Fähigkeiten für die Demokratie kann gar nicht hoch genug geschätzt werden. In Zeiten von algorithmisierter Informationsweitergabe, Deep Fakes und gezielter politischer Desinformation wird es für Bürger:innen zusehends schwieriger, informierte Entscheidungen zu treffen und Sachlagen kritisch und objektiv beurteilen zu können, nicht zuletzt aufgrund der Echokammern, in denen wir uns alle bewegen. Über diesen Tellerrand blicken zu können ist eine zentrale Voraussetzung für sozialen Zusammenhalt.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Eine riesige, weil unser Alltag weitestgehend in medierter Form stattfindet und entlang von herrschaftspolitischen und kommerziellen Interessen intransparent manipuliert wird.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

Medienkompetenz hat für die Gesellschaft eine sehr hohe Bedeutung, wenn es um gegenseitige Verständigung und Verständnis geht. Einseitige Nutzung von Medien bedingt eine einseitige Weltsicht.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

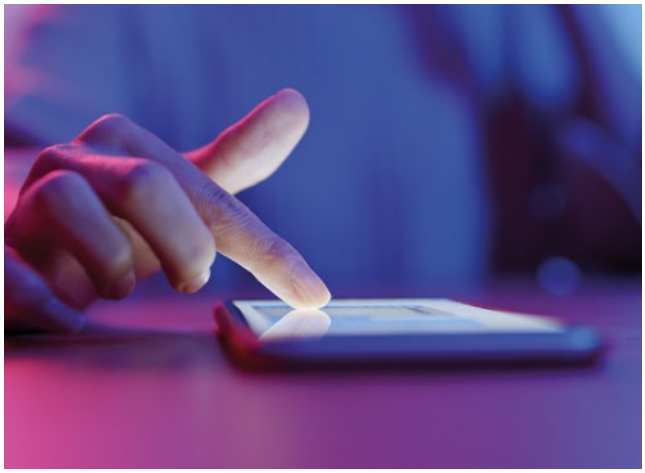
Die aktuellen Diskussionen um die politischen Folgen von Desinformation, die personalisierte Anzeige von Medieninhalten auf Suchmaschinen und Social Media-Plattformen, die Auswirkungen von Hass im Netz oder der zunehmende Einfluss von KI-generierten Inhalten verdeutlichen eindringlich, dass die Fähigkeit zu einem kompetenten und kritischen Umgang mit Medien in unserer Gesellschaft immer relevanter wird und Grundlage für das Verständnis von Demokratie und für politisches Handeln ist.

WIENXTRA-Medienzentrum

Für die Zukunft der Demokratie hat Medienkompetenz einen zentralen Stellenwert; echte demokratische Teilhabe setzt die Fähigkeit und die Bereitschaft voraus, sich mit komplexen Themen auseinanderzusetzen, Informationen dazu zu beschaffen und die Vertrauenswürdigkeit von Informationsquellen zu bewerten.



© stock.adobe.com



© stock.adobe.com

Welche Rolle spielen Medien aktuell bei der Vermittlung von Medienkompetenz?

Freies Radio Salzkammergut

Während in den letzten Jahren dahingehend wenige und kleine, aber doch erfreuliche Initiativen bei diversen großen Medienhäusern beobachtet werden konnten, wird dem nichtkommerziellen Rundfunk, der diese Aufgabe seit jeher als sein Kerngebiet mitträgt, wenig Aufmerksamkeit zuteil. Das mag an den wenig formalisierten, niederschwelligen und oft auch spielerischen Bildungsformaten liegen, die trotz aller Niederschwelligkeit eine partizipative, kritische und offene Begleitung ermöglichen.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Eine viel zu geringe – sie beschränken sich oft mit der Kritik anderer, hauptsächlich großer Plattformen, versäumen aber selbst, ihre Arbeitsweise, Quellen, Schlussforlgerungen und Unabhängigkeit transparenter und nachvollziehbarer zu machen.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

Hier wäre aus unserer Sicht noch Luft nach oben.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

Dass die Medien ihrer Verantwortung zur Vermittlung von Medienkompetenz nicht ausreichend nachkommen, zeigt sich u. a. darin, dass Medienkritik im Journalismus in Österreich nicht besonders gut ausgeprägt ist. Auch die Bürger:innen im Rahmen unseres Bürger:innenrats Medien und Demokratie in Österreich 2025 fordern eine stärkere Verankerung von Medienbildung sowohl im öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF als auch als Anforderung an Medien in der Vergabe von Medienförderungen.

WIENXTRA-Medienzentrum

Medienhäuser, die derzeit wegen Veränderungen im Nutzungsverhalten (Stichwort „Gratiskultur“) und am Werbemarkt um ihre finanzielle Existenzgrundlage ringen, haben verständlicherweise wenig Ressourcen, zusätzlich Programme für Medienkompetenzvermittlung aufzubauen. Es gibt trotzdem einzelne, hervorragende Initiativen, wie etwa medienwissen.at von der Wiener Zeitung oder wasjetzt.schule vom Kurier.



© stock.adobe.com



© stock.adobe.com

Wie wird Medienkompetenz derzeit politisch und institutionell unterstützt?

Freies Radio Salzkammergut
Digitale Grundbildung als Schulfach zu institutionalisieren war ein wichtiger bildungspolitischer Schritt, der dort und da in medienpädagogischen Belangen ausbaufähig ist. Initiativen wie der MLA, die medienpädagogische Projekte fördern, stärken die Sichtbarkeit des Themas für Kinder und Jugendliche. Welche Bedeutung Medienkompetenz in der Erwachsenenbildung hat, wird dabei oft übersehen. Als große Gefahr sehen wir gezielte, politisch motivierte Diffamierungen von Journalist:innen und Medien. Hier nehmen parteiinterne „Medien“ eine eigene, speziell brenzlige Rolle ein.

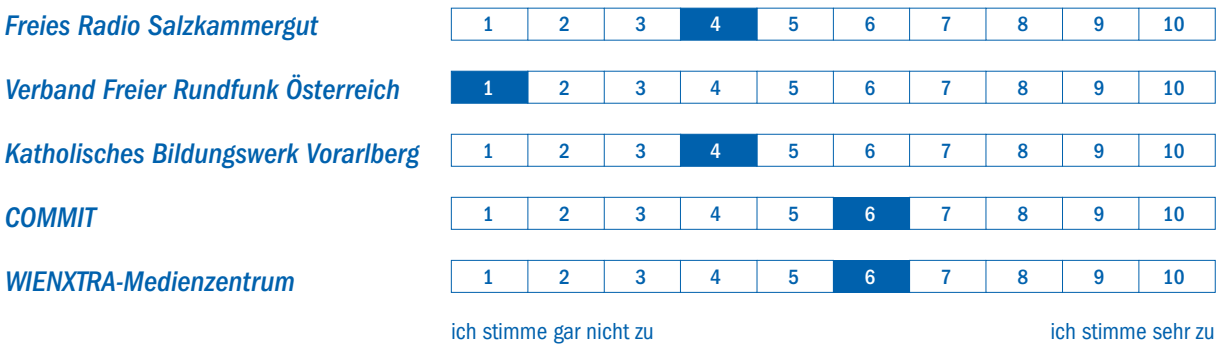
Verband Freier Rundfunk Österreich
Es ist ein Thema. Es wird auch gefördert. Es werden Maßnahmen gesetzt. Es gibt den Medienkompetenzatlas.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg
Medienkompetenz wird aus unserer Sicht vor allem von Bildungseinrichtungen (Schulen, Erwachsenenbildung, Universitäten) unterstützt.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung
Der Stellenwert von Medienkompetenz hat im Schulbereich zugenommen, Nachholbedarf gibt es bei der Lehrer:innenausbildung und in der Erwachsenenbildung. Zugleich vermitteln nicht-kommerzielle Community Medien erfolgreich und niederschwellig „Medienkompetenz in Aktion“. Die Vermittlung und Aneignung von Medienkompetenz ist hier Teil eines Engagements, das vor allem auf die Stärkung von gesellschaftlicher Teilhabe und Empowerment benachteiligter Gruppen abzielt.

WIENXTRA-Medienzentrum
Medienkompetenzvermittlung ist eine Ressourcenfrage; die besten Konzepte scheitern, wenn Pädagog:innen nicht ausreichend dazu befähigt werden, diese umzusetzen, oder im Alltag schlicht die Zeit dafür fehlt. Das sollte man im Auge behalten, wenn im Bildungsbereich gespart wird.

“Österreich ist gut auf zukünftige Entwicklungen bzgl. Medienkompetenz vorbereitet.“ Wie sehr stimmen Sie dieser Aussage zu?



Mit welchen zentralen Herausforderungen werden Menschen im Umgang mit Medien in den nächsten Jahren konfrontiert sein?

Freies Radio Salzkammergut

Wie werden Menschen in Zukunft unterscheiden können, welches mediale Produkt politisch oder kommerziell motiviert ist, und welches objektive Informationen liefert? Was ist Propaganda, was ist Recherche? Was ist vertrauenswürdig und wahr? Diese Fragen beantworten zu können – dem hinken wir in Wahrheit jetzt schon hinterher, und genau das wird uns die nächsten Jahre massiv beschäftigen.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Zugespitzt gesagt, werden Menschen zunehmend Schwierigkeiten haben, mit Medien unmittelbar konfrontiert zu sein, aber eventuell auch dies für nötig halten, wenn nunmehr KI-Assistenten selbst zunehmend als DIE Informationsquellen eingeübt werden.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

Mit dem Erkennen von Fake News und mit der Geschwindigkeit, in der sich die Medienlandschaft verändern wird.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

Die rasanten Entwicklungen um Künstliche Intelligenz verstärken viele der Herausforderungen, die sich im Zuge der Mediatisierung und Digitalisierung an den reflektierten Umgang mit Medien stellen (z. B. Erkennen von Desinformation in KI-generierten Inhalten). Zudem sind die Menschen auch von der ökonomischen Krise der Medien, insbesondere durch das Verschwinden von glaubwürdigen Medien, von der Einschränkung von Medienvielfalt und der Abnahme von qualitätsvoller journalistischer Arbeit direkt betroffen.

WIENXTRA-Medienzentrum

Die zentrale Herausforderung wird die wachsende Abhängigkeit von wenigen globalen Technologiekonzernen sein. OpenAI, Google, Meta oder X prägen, was wir sehen, wissen und glauben. Diese Abhängigkeit gefährdet Vielfalt, Transparenz und demokratische Kontrolle, denn sie kontrollieren Informationszugänge, KI-Systeme und digitale Öffentlichkeit. Alternativen fehlen weitgehend. Medienkompetenz bedeutet daher auch, Machtstrukturen und Abhängigkeiten zu erkennen und digitale Souveränität zurückzugewinnen.

Welche strukturellen oder bildungspolitischen Veränderungen sind notwendig, um diesen Herausforderungen zu begegnen?

Freies Radio Salzkammergut

Es braucht (nicht nur für Kinder und Jugendliche, sondern auch) in der Erwachsenenbildung tragfähige Strukturen, wie Menschen, die in Österreich leben, auch dezentral mit medienpädagogischen Formaten versorgt werden können. Dies sollte interdisziplinär und institutionsübergreifend funktionieren. Dazu braucht es Förderstrukturen, die Initiativen wie die Community-Medien, die damit Erfahrung haben, dabei unterstützen, weiterhin ihre Arbeit in diesem Bereich zu tun.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Es braucht den Mut, verrückte und als unmachbar angesehene Ideen anzugehen. Medienkompetenz als experimentielles und Debatten-orientiertes Fach quer durch die Schulbildungen etablieren. Flächendeckende, sehr vielfältige Vermittlungsmaßnahmen für alle in der Bevölkerung – von Haus zu Haus, im Wirtshaus, am Arbeitsplatz, online etc.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

Medienkompetenz sollte in allen Bildungseinrichtungen – auch schon im Elementarbereich – thematisiert werden. Eine Sensibilisierung von Eltern, Lehrer:innen, Erwachsenenbildner:innen, usw. wird notwendig sein.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

Das Erkennen, Analysieren und Reflektieren von individuellen, sozialen und gesellschaftlichen Auswirkungen von Digitalisierung und Mediatisierung auf unsere Lebenswelten und das Erkennen von Handlungsmöglichkeiten sind von grundlegender Relevanz für die Bildungsarbeit. Die Vermittlung kritischer Medienkompetenz erfordert dafür einen ganzheitlichen, intersektionalen und transdisziplinären Zugang sowie niederschwellige Angebote für Menschen in allen Altersgruppen und in unterschiedlichen Sprachen.

WIENXTRA-Medienzentrum

Aktuell braucht es in Österreich ein konsequentes Vorgehen gegen Slapp-Klagen. Wichtig ist insgesamt eine weitere Stärkung und konsequente Umsetzung von allen Regelwerken auf europäischer Ebene, die darauf abzielen, die Plattformen stärker in die Verantwortung zu nehmen. Im Bildungsbereich beginnt digitale Souveränität bei den Tools – Heranwachsende haben das Recht darauf, Alternativen zu marktbeherrschenden Produkten kennen- und nutzen zu lernen.

Welche internationalen Ansätze oder Strategien könnten als Vorbild für Österreich dienen?

Freies Radio Salzkammergut

Einen Einblick in fatale Zerstörung einer vielfältigen Medienlandschaft haben wir in unserem Kooperationsprojekt „Radio Transfer“ bekommen, in dem wir uns mit Radioaktivist:innen aus Ungarn ausgetauscht haben. Es war augenöffnend, wie schnell gezielte medienpolitische Entscheidungen zu einer faktischen Ausrottung einer vormals blühenden Medienvielfalt geführt haben. Ein Alarmsignal sind die politischen Anbiederungen an das „ungarische Modell“ hierzulande – ist es doch ein Beispiel, wie man es jedenfalls NICHT machen sollte.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Es gibt in einigen Ländern Media Literacy Netzwerke. So etwas könnte auch für die Erhebung von Best Practice und die Entwicklung hierzulande ein Anfang sein.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

Australien könnte beispielsweise in Hinblick auf das Nutzungsverbot von Social Media für Kinder und Jugendliche als Vorbild dienen.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

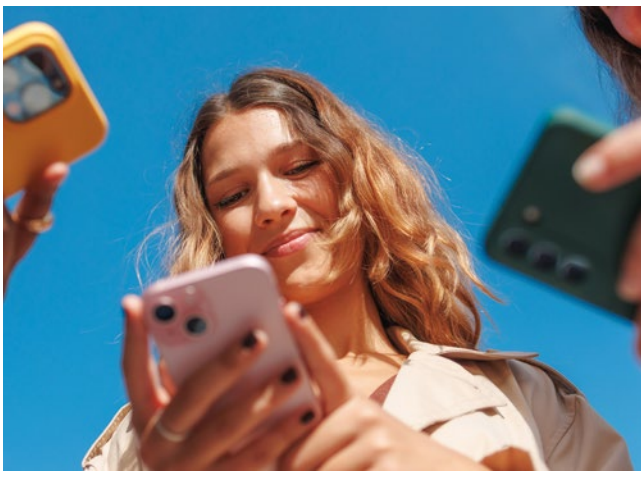
Länder mit einer nationalen MIL-Strategie (Media and Information Literacy) wie Irland könnten als Vorbild dienen – diese zeigen auf, dass es zu einer erfolgreichen gesamtgesellschaftlichen Verankerung von Medien- und Informationskompetenz viele Akteure und ein Evaluierungskonzept braucht. Vorbild könnten auch die Angebote der Bundeszentrale für Politische Bildung in Deutschland sowie die Nutzung von Open Educational Resources sein.

WIENXTRA-Medienzentrum

Bildungssysteme, die einzelnen Schulstandorten und Teams mehr an Eigenständigkeit und Gestaltungsspielräumen zutrauen (wie in Estland oder Finnland), scheinen den Herausforderungen des digitalen Wandels besser gerecht zu werden.



© stock.adobe.com



© stock.adobe.com

Welche Initiativen oder Formate wären notwendig, um Medienkompetenz langfristig in der Gesellschaft zu stärken?

Freies Radio Salzkammergut

Im Sinne des Sprichworts „global denken, lokal handeln“ können lokale, kleinteilige Projekte, wie Community Medien sie Tag für Tag durchführen, unschätzbar wichtig sein. Als lokaljournalistische Institutionen können sie auch eine vertrauenswürdige Anlaufstelle in Sachen Informationsbeschaffung sein. Regionale, lokale und vor allem nicht-kommerzielle Medienprojekte weiterhin und stabil zu fördern sollte daher aus unserer Sicht ganz oben auf der Agenda stehen.

Verband Freier Rundfunk Österreich

Siehe die Antworten auf die letzten beiden Fragen.

Katholisches Bildungswerk Vorarlberg

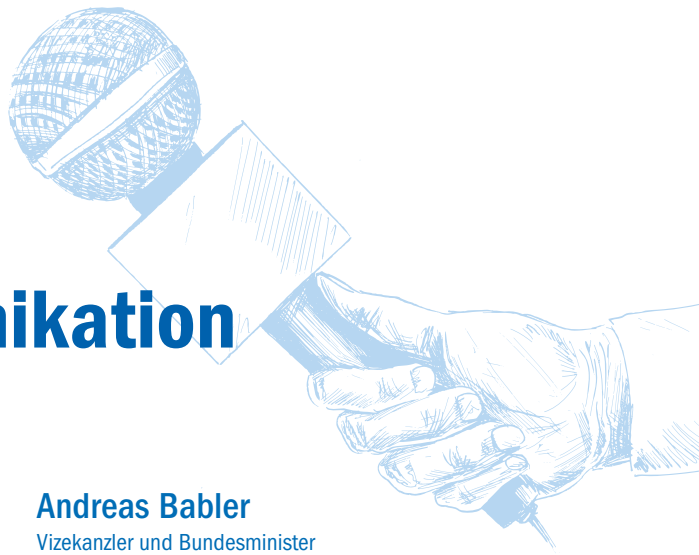
Hier sehen wir vor allem Bildungsmaßnahmen auf allen Ebenen.

COMMIT – Community Medien Institut für Weiterbildung, Forschung und Beratung

Zur Stärkung kritischer Medienkompetenz braucht es breite, leicht zugängliche Weiterbildungsangebote für alle Generationen, Trainer:innen und als Teil betrieblicher Weiterbildungen. Angebote sollten sich nicht auf die Vermittlung von funktionalen Kompetenzen beschränken, sondern Hintergrundwissen zur politischen Dimension von Medienhandeln vermitteln. Zudem bedarf es konsequent Orte und Ressourcen, die einen interdisziplinäreren Austausch und Diskurs innerhalb der Erwachsenenbildung ermöglichen.

WIENXTRA-Medienzentrum

Öffentliche Bibliotheken als Orte des digitalen Lernens für alle Altersgruppen stärken – mit entsprechendem Auftrag und Ressourcen. Potenziale der offenen Jugendarbeit für die Medienkompetenzvermittlung anerkennen und ausbauen. Besonders für junge Menschen, die zu Hause wenig Unterstützung erfahren, kann die OKJA wichtige, komplementäre Orte der Medienkompetenzvermittlung anbieten.



Wordrap zum Thema Wissenschaftskommunikation mit

Alexander Pröll
Staatssekretär für Digitalisierung, Öffentlicher Dienst, Verfassung und Kampf gegen Antisemitismus

Andreas Babler
Vizekanzler und Bundesminister für Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport

Christoph Wiederkehr
Bundesminister für Bildung

Eva-Maria Holzleitner
Bundesministerin für Frauen, Wissenschaft und Forschung

Die letzte wissenschaftliche Erkenntnis, über die ich in den Medien gestolpert bin...

... war, wie schädlich Social Media Konsum sich auf die Kinder und Jugendlichen auswirkt.
Alexander Pröll

... Frauen reißen sich leichter den Meniskus als Männer.
Christoph Wiederkehr

... die Studie zur Journalismusförderung in Österreich. Über diese bin ich natürlich nicht gestolpert, aber ich verfolge die konstruktive Diskussion darüber in der Wissenschaft sehr aufmerksam. Eine zentrale Erkenntnis ist, qualitätsvollen Journalismus als öffentliche Aufgabe zu begreifen und nachhaltig zu fördern.
Andreas Babler

... die Hitzekarte des Complexity Science Hubs.
Eva-Maria Holzleitner

Gute Wissenschaftskommunikation bedeutet für mich ...

... die Erfolge aus Wissenschaft und Forschung einfach und verständlich für alle zu erklären.
Alexander Pröll

... komplexe Sachverhalte verständlich und interessant zu erklären.
Christoph Wiederkehr

... komplexe Inhalte verständlich zu vermitteln und einen klaren Bezug zur Lebensrealität der Menschen herzustellen.
Andreas Babler

... Verständlichkeit, Zugänglichkeit und Relevanz.
Eva-Maria Holzleitner

Ein besonders gelungenes Beispiel für Wissenschaftskommunikation ist für mich ...

... FÄKT Science von der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, das sind spannende und informative Science-Videos, die speziell für ein junges Publikum auf Social Media entwickelt wurden, um die neuesten Erkenntnisse der Wissenschaft zu präsentieren.
Alexander Pröll

... Fakt oder Fake im ORF.
Christoph Wiederkehr

... die Sendung Dok 1 im ORF. Relevante Themen werden unterhaltsam aufbereitet und zugleich faktenbasiert eingeordnet. Jene Folgen zum Handyentzug bei Schulklassen wurden sogar selbst zum Gegenstand der Forschung.
Andreas Babler

... als Florian Aigner Quantenphysik in der ZIB erklärte, oder Elka Xharo, die auf Social Media immer wieder auf die Bedingungen von Frauen in Wissenschaft und Forschung aufmerksam macht.
Eva-Maria Holzleitner

Medien sollten in der Wissenschafts-kommunikation vor allem ...

... die Bedeutung wissenschaftlicher Erfolge auch für den/die Einzelne/n hervorheben.
Alexander Pröll

... informieren und aufklären.
Christoph Wiederkehr

... ausreichend Ressourcen für die Berichterstattung über wissenschaftliche Erkenntnisse zur Verfügung stellen.
Andreas Babler

... eine Brücke zwischen der Unterschiedlichkeit des Zielpublikums und der Komplexität von Forschungserkenntnissen schlagen.
Eva-Maria Holzleitner

Ein wissenschaftliches Thema, das besser erklärt werden müsste, ist zum Beispiel ...

... Künstliche Intelligenz. Künstliche Intelligenz wird unser Leben stärker verändern als die Erfindung des Autos und es ist essenziell, dass man sich mit diesem Thema auseinandersetzt.
Alexander Pröll

... Gentechnik.
Christoph Wiederkehr

... die algorithmische Steuerung unserer Information. Wir können gar nicht aufmerksam genug sein, um Manipulation entgegenzuwirken.
Andreas Babler

... Gender Medizin und Friedens- und Konfliktforschung.
Eva-Maria Holzleitner

Politik kann zur besseren Wissenschaftskommunikation beitragen, indem ...

... auf Erfolge österreichischer Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aufmerksam gemacht wird.
Alexander Pröll

... sie wissenschaftliche Erkenntnisse und diese für Entscheidungen transparent ausschildert.
Christoph Wiederkehr

... sie verlässliche Rahmenbedingungen schafft und wissenschaftliche Expertise anerkennt und einbindet.
Andreas Babler

... politische Entscheidungen sich auf Forschungserkenntnisse stützen und Studien nicht nur berücksichtigt, sondern auch präsentiert und zitiert werden.
Eva-Maria Holzleitner

Wissenschaftliche Erkenntnisse sind politisch relevant, wenn ...

... darauf aufbauend faktenbasierte Entscheidungen getroffen werden.
Alexander Pröll

... sie eine faktenbasierte Anleitung für Entscheidungen liefern können.
Christoph Wiederkehr

... sie zur Lösung konkreter gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen.
Andreas Babler

... ~~wenn~~ sollen immer relevant sein!
Eva-Maria Holzleitner

Ich habe Vertrauen in wissenschaftliche Arbeit, wenn ...

... Mathematik und Logik als Grundlage dienen und wenn sichtbare Erfolge – wie neue Technologien oder medizinische Fortschritte – zeigen, dass die Forschung wirklich funktioniert.
Alexander Pröll

... diese methodisch nachvollziehbar ist.
Christoph Wiederkehr

... Ich habe grundsätzlich Vertrauen in wissenschaftliches Arbeiten.
Andreas Babler

... ~~wenn~~ !!!
Eva-Maria Holzleitner

Ein Missverständnis über Wissenschaft, das mir oft begegnet, ist ...

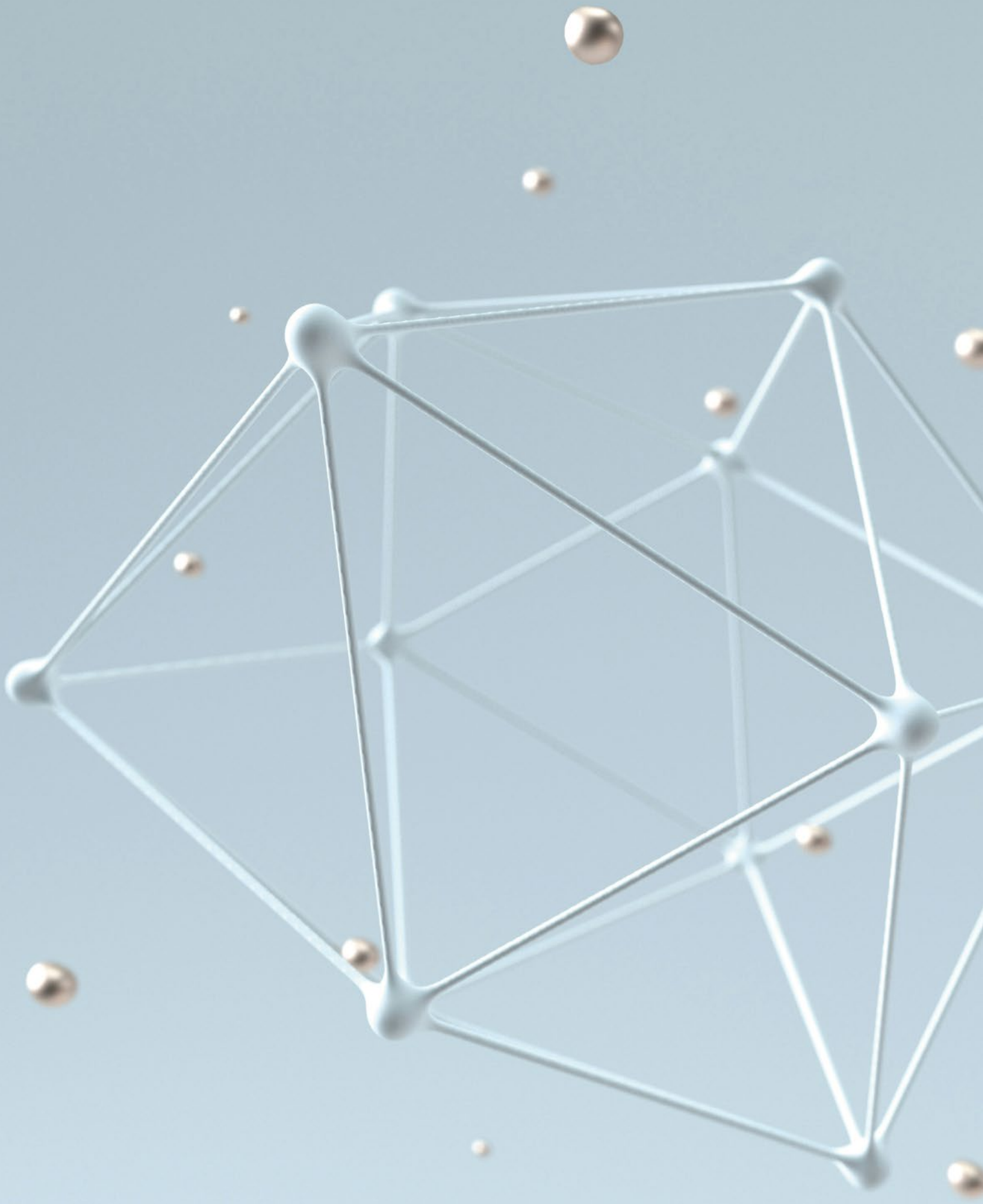
... dass Wissenschaft und praktische Politik zwei getrennte Welten seien. Gute Entscheidungen entstehen genau dort, wo beide zusammenkommen.
Alexander Pröll

... dass es das eigene Leben nicht betrifft.
Christoph Wiederkehr

... dass sie etwas Abgehobenes oder Weltfremdes sei. Dabei geht es meist nur um die richtige Vermittlung.
Andreas Babler

... dass viel Geld investiert wird, ohne genau zu wissen, was das Ergebnis sein soll. Blue Skies Research bedeutet jedoch, sich Themenoffenheit zu bewahren.
Eva-Maria Holzleitner

© dkoi, unsplash.com





Verstehen

Wie wird Wissenschaft verständlich?

Wie können komplexe wissenschaftliche Erkenntnisse unterschiedlichen Zielgruppen zugänglich gemacht und verständlich vermittelt werden? Praxisbeispiele zeigen vielfältige Wege, Wissenschaft erlebbar zu machen und Interesse an Forschung und wissenschaftlichem Denken zu wecken.

Wissenschaftskommunikation im Zeitalter der Künstlichen Intelligenz

Zwischen Wahrheit, Vertrauen, Demokratie und technologischer Beschleunigung

Dr. h. c. Wolfgang Renner, MSc, Social Innovation Research Vienna, Director Academy; Univ.-Lektor an der Universität für angewandte Kunst Wien und der Fachhochschule des BFI Wien

Wissenschaftliche Erkenntnisse bilden eine zentrale Ressource moderner Wissensgesellschaften. Politische Entscheidungen, wirtschaftliche Innovationen sowie individuelle Orientierungs- und Handlungsentscheidungen greifen zunehmend auf wissenschaftlich erzeugtes Wissen zurück. Gleichzeitig findet Wissenschaft nicht mehr ausschließlich innerhalb fachwissenschaftlicher Gemeinschaften statt, sondern ist vielfältig in öffentliche Kommunikationsprozesse eingebunden. Forschungsergebnisse werden journalistisch aufbereitet, über digitale Plattformen verbreitet, in sozialen Netzwerken diskutiert und in politische sowie gesellschaftliche Debatten integriert. Damit verschiebt sich die Aufmerksamkeit von der reinen Wissensproduktion hin zu den Bedingungen ihrer öffentlichen Vermittlung und gesellschaftlichen Aneignung. Das Leitthema „Wissenschaft: Verstehen. Einordnen. Nutzen." verweist auf die zentrale Herausforderung, wissenschaftliche Erkenntnisse in gesellschaftlich anschlussfähiges Wissen zu transformieren.

Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive ist Wissenschaft nicht allein Produzentin gesicherter Fakten, sondern ein institutionalisierter Prozess der Erkenntnisgewinnung, der auf methodischer Kontrolle, Transparenz, Nachvollziehbarkeit und kritischer Überprüfbarkeit beruht. Wissenschaftliches Wissen entsteht in komplexen Verfahren der Beobachtung, Analyse und Evaluation und zeichnet sich durch seine prinzipielle Vorläufigkeit aus. Erkenntnisse gelten nicht als endgültige Wahrheiten, sondern bleiben offen für Revision und Weiterentwicklung. Diese epistemische Offenheit wird in öffentlichen Diskursen jedoch häufig als Unsicherheit interpretiert. Wissenschaftstheoretisch ist Unsicherheit jedoch kein Defizit, sondern Ausdruck eines reflektierten Umgangs mit Evidenz und gesellschaftlicher Komplexität.

Die gesellschaftliche Relevanz wissenschaftlicher Expertise hat insbesondere im Kontext globaler Transformationsprozesse zugenommen. Herausforderungen wie Klimawandel, globale Gesundheitsrisiken, Digitalisierung oder Künstliche Intelligenz verdeutlichen die Bedeutung wissenschaftlichen Wissens für politische Steuerung und gesellschaftliche Entscheidungsfindung. Dies zeigte sich während der COVID-19-Pandemie ebenso wie in aktuellen Debatten über generative KI-Systeme oder klimapolitische Transformationsstrategien. Wissenschaft fungiert dabei nicht nur als Produzentin von Erkenntnissen, sondern auch als Instanz gesellschaftlicher Orientierung. Zugleich ist Forschung zunehmend in transnationale Netzwerke eingebunden. Internationale Kooperationen und digitale Forschungsinfrastrukturen ermöglichen eine globale Wissensproduktion, deren Ergebnisse über nationale Grenzen hinweg zirkulieren. Die gesellschaftliche Bedeutung wissenschaftlicher Erkenntnisse entsteht dabei nicht allein durch ihre Produktion, sondern auch durch ihre kommunikative Vermittlung und öffentliche Interpretation.

Diese Entwicklungen verweisen auf die zentrale Rolle der Wissenschaftskommunikation. Sie bildet die Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Medien, Politik und Öffentlichkeit und macht wissenschaftliche Erkenntnisse gesellschaftlich sichtbar und anschlussfähig. Wissenschaftskommunikation erfüllt dabei weit mehr als eine reine Informationsfunktion. Sie strukturiert öffentliche Wahrnehmungen, unterstützt gesellschaftliche Orientierungsprozesse und schafft Voraussetzungen für informierte Meinungsbildung. Kommunikation ist hierbei nicht lediglich die Übertragung von Informationen, sondern ein Prozess der Sinn- und Bedeutungsproduktion, in dem wissenschaftliches Wissen gesellschaftlich kontextualisiert und interpretiert wird.

„Wissenschaftliches Wissen zeichnet sich durch seine prinzipielle Vorläufigkeit aus – Erkenntnisse bleiben offen für Revision und Weiterentwicklung."



Dr. h. c. Wolfgang Renner, MSc © Paul Pibernig

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Wissenschaftskommunikation beschreibt einen grundlegenden Paradigmenwechsel. Während frühere Ansätze, insbesondere das Defizitmodell, davon ausgingen, dass Wissensdefizite durch einseitige Informationsvermittlung kompensiert werden können, dominieren heute dialogische und partizipative Verständnisse. Wissenschaft wird zunehmend als Bestandteil gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse betrachtet. Kommunikation erscheint dementsprechend als wechselseitiger Prozess von Austausch, Beteiligung und gegenseitigem Lernen. Vertrauen in Wissenschaft entsteht dabei nicht allein durch Information, sondern durch Transparenz, Nachvollziehbarkeit und die offene Kommunikation von Unsicherheiten.

Die digitale Transformation hat die Bedingungen wissenschaftlicher Kommunikation grundlegend verändert. Digitale Medien erweitern den Zugang zu wissenschaftlichen Informationen und ermöglichen neue Formen öffentlicher Beteiligung. Forschungsergebnisse können nahezu in Echtzeit global verbreitet und in unterschiedlichsten Formaten kommuniziert werden. Gleichzeitig verändern sich die traditionellen Rollen journalistischer Vermittlungsinstanzen, da wissenschaftliche Akteur:innen zunehmend direkt mit Öffentlichkeiten kommunizieren. Wissenschaftliche Kommunikation wird damit Teil komplexer digitaler Netzwerke, in denen Informationen schneller und unmittelbarer zirkulieren als in früheren Medienumgebungen.

„Vertrauen in Wissenschaft entsteht nicht allein durch Information, sondern durch Transparenz, Nachvollziehbarkeit und die offene Kommunikation von Unsicherheiten."

Die gesteigerte Verfügbarkeit von Informationen führt jedoch nicht zwangsläufig zu einem höheren gesellschaftlichen Wissensstand. Wissenschaftliche Inhalte konkurrieren in digitalen Öffentlichkeiten mit politischen, journalistischen und persönlichen Kommunikationsangeboten um Aufmerksamkeit. Plattformlogiken, algorithmische Selektionsmechanismen und datenökonomische Geschäftsmodelle beeinflussen maßgeblich, welche Inhalte sichtbar werden. Sichtbarkeit orientiert sich dabei häufig weniger an wissenschaftlicher Qualität als an Emotionalisierung, Personalisierung oder Interaktionspotenzial. Debatten auf Plattformen wie TikTok oder X verdeutlichen, wie wissenschaftliche Inhalte oftmals verkürzt präsentiert und durch Empfehlungsmechanismen verstärkt werden. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive verändern diese Prozesse die Struktur öffentlicher Diskurse und die Bedingungen kollektiver Wissensbildung.

„Wissenschaftliche Erkenntnisse werden erst durch Kommunikation gesellschaftlich wirksam."

Besondere Aufmerksamkeit erfährt in diesem Zusammenhang die Verbreitung von Desinformation. Digitale Kommunikationsräume erleichtern die schnelle Distribution ungesicherter oder irreführender Inhalte. Insbesondere in kontroversen Themenfeldern können wissenschaftlich nicht fundierte Behauptungen erhebliche Reichweiten erzielen. Dies wurde etwa bei Falschinformationen zu Impfungen während der Pandemie oder in Diskussionen über den menschengemachten Klimawandel sichtbar. Die gesellschaftliche Wirksamkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse hängt daher nicht allein von ihrer Verfügbarkeit ab, sondern ebenso von der Fähigkeit der Rezipierenden, Informationen kritisch zu bewerten und Evidenz von Behauptungen zu unterscheiden.

Vor diesem Hintergrund gewinnt die Verbindung von Wissenschafts- und Medienkompetenz an Bedeutung. Wissenschaftskompetenz umfasst die Fähigkeit, wissenschaftliche Informationen zu verstehen, einzuordnen und hinsichtlich ihrer Aussagekraft zu bewerten. Medienkompetenz bezeichnet die reflektierte Nutzung, Analyse und Bewertung medialer Inhalte und Kommunikationsstrukturen. Beide Kompetenzbereiche stehen in engem Zusammenhang. Die Beurteilung wissenschaftlicher Aussagen setzt Kenntnisse über ihre mediale Vermittlung voraus, während die kritische Analyse von Medieninhalten ein grundlegendes Verständnis wissenschaftlicher Arbeitsweisen erfordert. Besonders deutlich wird dies im Umgang mit KI-generierten Inhalten, bei denen Herkunft, Validität und wissenschaftliche Fundierung von Informationen zunehmend überprüft werden müssen.

„Vertrauen entsteht durch Transparenz – nicht durch Gewissheit."

Diese Verflechtung wird insbesondere in gesellschaftlich relevanten Themenfeldern wie Gesundheit, Klima oder Künstlicher Intelligenz sichtbar. Entscheidungen in diesen Bereichen basieren häufig auf wissenschaftlichen Erkenntnissen, die gleichzeitig Gegenstand intensiver medialer Kommunikation sind. Die Fähigkeit zur kritischen Einordnung wissenschaftlicher Informationen wird damit zu einer zentralen Voraussetzung demokratischer Teilhabe in digitalen Öffentlichkeiten.

Den normativen Rahmen dieser Entwicklungen bildet die Medienethik. Sie untersucht Fragen von Verantwortung, Transparenz und Fairness innerhalb öffentlicher Kommunikationsprozesse und richtet den Blick auf die strukturellen Bedingungen digitaler Öffentlichkeiten. Im Mittelpunkt stehen dabei nicht nur individuelle Akteure, sondern auch technische Infrastrukturen, Plattformen und algorithmische Systeme, die öffentliche Kommunikation prägen.

Ein wichtiger Referenzrahmen ist der Digitale Humanismus. Dieser Ansatz betrachtet technologische Entwicklungen als gesellschaftlich eingebettete Prozesse und fordert deren Ausrichtung an demokratischen Werten, Menschenrechten und dem Gemeinwohl. Die Diskussionen um die europäische Regulierung Künstlicher Intelligenz sowie Transparenzanforderungen für digitale Plattformen verdeutlichen seine praktische Relevanz.

Für die Wissenschaftskommunikation eröffnet der Digitale Humanismus eine Perspektive, die technologische Innovation mit Fragen von Transparenz, Partizipation und demokratischer Öffentlichkeit verbindet.

Aus medienethischer und kommunikationswissenschaftlicher Sicht stellt sich daher die Frage, unter welchen Bedingungen wissenschaftliche Inhalte in digitalen Öffentlichkeiten Sichtbarkeit, Glaubwürdigkeit und gesellschaftliche Relevanz erlangen. Wissenschaftliche Differenziertheit steht dabei häufig in einem Spannungsverhältnis zu den Logiken digitaler Plattformen, die Vereinfachung, Personalisierung und Zuspitzung begünstigen. Gleichzeitig rücken Fragen nach Vertrauen, Verantwortlichkeit und der Regulierung digitaler Kommunikationsräume zunehmend in den Mittelpunkt wissenschaftlicher und gesellschaftlicher Debatten.

„Wissenschafts- und Medienkompetenz sind Schlüssel demokratischer Teilhabe."

Orientierung in digitalen Wissensgesellschaften kann nur gelingen, wenn wissenschaftliche Erkenntnisse nicht allein verfügbar, sondern auch verständlich, nachvollziehbar und gesellschaftlich einordnungsfähig sind. Wissenschaftskommunikation übernimmt hierbei eine zentrale Vermittlungsfunktion zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit. Wissenschafts- und Medienkompetenz bilden die Voraussetzungen für informierte gesellschaftliche Teilhabe, während Medienethik die normativen Bedingungen öffentlicher Kommunikation reflektiert.

Gelingt es, diese drei Dimensionen – Vermittlung, Kompetenz und Ethik – konsequent miteinander zu verbinden und weiterzuentwickeln, eröffnet sich der Weg zu einer aufgeklärten, resilienten und zukunftsfähigen Wissensgesellschaft.



© jaronnix, unsplash.com

Wolfgang Renner ist Direktor der Social City Academy Vienna und Universitätslektor an der Universität für angewandte Kunst Wien sowie Lehrender an der Hochschule für Wirtschaft & Gesellschaft des BFI Wien. Er lehrt und arbeitet zu Medienethik, Medienkompetenz und Digitalem Humanismus. Als Vortragender und Moderator ist er bei nationalen und internationalen Konferenzen und Kongressen tätig. Zu seinen fachlichen Schwerpunkten zählen Wissenschaftskommunikation, Medienkompetenz und Digitaler Humanismus sowie die gesellschaftlichen und kulturellen Dimensionen des wissenschaftlichen und technologischen Wandels.

Rätsel der Wissenschaft

In einer chaotischen Welt der politischen Extreme und fantastischen Technologie-Versprechen braucht es mittlerweile gigantische Megafone, um noch gehört zu werden. Kein Zufall, dass sowohl der reichste Mann Elon Musk als auch der mächtigste Mann Donald Trump ihre eigenen Medienplattformen besitzen. Fakten haben es in dieser Denke der Aufmerksamkeitsökonomie schwer. Und ein Satz, der hier gar nicht gerne gehört wird, lautet: Ich weiß es nicht.



Die Hosts Tanja Traxler und David Rennert erforschen im Podcast die großen und kleinen ungeklärten Phänomene unseres Universums.

© Lukas Friesenbichler und DER STANDARD

Mit „Ich weiß es nicht“ gewinnt man keine Propagandaschlachten, keine Anleger:innen an der Börse und auch keine Schlagzeilen. Insofern mag es paradox erscheinen, dass wir im STANDARD vor drei Jahren ausgerechnet das Eingeständnis des Nichtwissens zum Kern eines Podcasts gemacht haben. Doch fast zwei Millionen Downloads später beweist „Rätsel der Wissenschaft“ jeden zweiten Mittwoch aufs Neue, dass richtig spannende und vertrauenswürdige Wissensvermittlung damit anfangen kann, zu sagen, was wir nicht wissen.

Diese sehr erdende Perspektive gibt unseren Hosts Tanja Traxler (Ressortleiterin Wissenschaft) und David Rennert (Wissenschaftsredakteur) die Freiheit, die großen und kleinen ungeklärten Phänomene unseres Universums mit Neugier und Ehrlichkeit zu erforschen. Selbst, wenn wir zum Beispiel nicht wissen, was Zeit wirklich ist und woraus genau unser Universum besteht, lernen wir am Weg zu dieser Erkenntnis, unsere Welt besser zu verstehen.

Traxler als studierte Quantenphysikerin und Rennert als Historiker dabei zuzuhören, wie sie sich auf die Suche nach Außerirdischen begeben, Babysprache entschlüsseln (wollen) oder die Bedeutung von Viren ergründen, ist zu gleichen Teilen spannend, unterhaltend und ganz grundlegend informativ. Und genau das kommt beim Publikum an, das „Rätsel der Wissenschaft“ in einer zunehmend faktenskeptischen Zeit mit Spitzenbewertungen auf den Podcastplattformen ihr Gefallen und Vertrauen ausspricht.

„Rätsel der Wissenschaft“ scheut vor den existenziellen Fragen und oftmals unbefriedigenden Antworten nicht zurück. Es beschäftigt sich mit Alltagsmysterien genauso wie mit den Grenzen unserer Wirklichkeit und gibt dabei den Forscher:innen und Expert:innen eine Stimme, die die mühselige Suche nach Wahrheit und Fortschritt betreiben. Im Kampf um Aufmerksamkeit verschaffen Traxler und Rennert echten Fakten Gehör.

„Rätsel der Wissenschaft“ erscheint immer mittwochs alle zwei Wochen.

www.derstandard.at/podcast/raetselderwissenschaft

Hosts
Tanja Traxler, David Rennert

Produktion
Christoph Neuwirth

Head of Podcast, Video, Social Media
Zsolt Wilhelm

zum Podcast



© DER STANDARD

Wissen macht Leute – Vom Zuhören zum Mitforschen

Wissenschaft findet nicht nur im Elfenbeinturm statt, sondern es können sich alle Menschen daran beteiligen. Diesen Grundsatz, also die Einbindung von Bürger:innen in Forschungsprojekte, verfolgt die Plattform „Österreich forscht“, die von der Universität für Bodenkultur Wien (BOKU) koordiniert wird, mit Citizen Science (www.citizen-science.at).



© Alina Hauke

Seit März 2022 produziert „Österreich forscht“ monatlich eine Radiosendung für Radio Orange 94.0, bei der sich alles rund ums Thema Citizen Science dreht. Das Ziel ist, Forschung greifbarer zu machen und den Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu fördern.



Jede Episode bringt Hörer:innen dem Thema durch Interviews mit Wissenschaftler:innen, Citizen Scientists oder Entscheidungsträger:innen näher.

Um diese Forschungsmethode auch bei Bürger:innen bekannter zu machen und die Menschen hinter den Projekten vorzustellen und um zu zeigen, dass Citizen Science Zusammenarbeit auf Augenhöhe bedeutet, wurde 2022 "Wissen macht Leute" (www.citizen-science.at/eintauchen/podcast) als Radiosendung auf dem freien Radio "Radio Orange" und als Podcast auf Spotify ins Leben gerufen.

Mittlerweile wird die Sendung auf sechs weiteren freien Radiostationen in ganz Österreich ausgestrahlt und ist auch auf Apple Podcasts zu hören. In mehr als 40 Folgen werden Projektleiter:innen und Citizen Scientists vor das Mikro geholt, es gibt Reportagen von Veranstaltungen und methodische Ansätze von Citizen Science werden diskutiert. Zentral ist dabei immer, die Menschen, die in den Projekten forschen, ins Rampenlicht zu rücken und zu erkunden, aus welchen Gründen sie in Citizen Science-Projekten mitforschen oder auch warum sie sich für Citizen Science interessieren. Persönliche Geschichten und Erlebnisse machen Wissenschaft greifbar und spannend und zeigen auch die Relevanz von Wissenschaft für das tägliche Leben der Menschen.

Gerade auch die Teilnahme von Citizen Scientists, also Bürger:innen, die in Projekten mitforschen, in einigen Episoden von "Wissen macht Leute" zeigt, wie vielfältig die Interessen und Hintergründe von Menschen sind, die sich an Wissenschaft beteiligen. Dafür wurde "Wissen macht Leute" auch im Jahr 2023 für den "Radiopreis der Erwachsenenbildung" der Konferenz der Erwachsenenbildung Österreichs nominiert. Diese Wertschätzung ist für uns nach wie vor ein Ansporn, mit "Wissen macht Leute" Menschen für Wissenschaft zu begeistern.

Wissen macht Leute von Österreich forscht

Projektverantwortung

Universität für Bodenkultur Wien
Meret Siemen, Daniel Dörler
und Florian Heigl
M.: office@citizen-science.at

www.citizen-science.at/eintauchen/podcast

zum Podcast

Med Uni Graz News (On-Air-Format) mit begleitender Digital-Plattform „Med Uni Graz kompakt“ auf antenne.at und in der Antenne Steiermark App

„Med Uni Graz News“ ist eine Kooperation der Medizinischen Universität Graz und Antenne Steiermark, die seit Jänner 2026 medizinisches Fachwissen ins Radio bringt. Ziel des Projekts ist es, aktuelle Forschungsergebnisse, Neuigkeiten rund um das Studium und Innovationen aus Medizin und Lehre einem breiten Publikum verständlich zu vermitteln und damit einen Beitrag zur Gesundheitskompetenz der Hörer:innen zu leisten. Wissenschaftskommunikation aus dem universitären Kontext wird so niederschwellig, alltagsnah und ohne Fachjargon in den Alltag der Menschen geholt.



© Helmut Lunghammer



© Helmut Lunghammer

Herangehensweise

Jeden Donnerstag um 15:25 Uhr strahlt Antenne Steiermark einen eigens produzierten Newsblock redaktionell aufbereiteter Meldungen der Med Uni Graz aus. Die Themen reichen von Herzgesundheit über Ernährung bis zu psychischen Erkrankungen und fokussieren den PR-Schwerpunkt der Med Uni Graz „Healthy Aging". Begleitend sorgen wöchentlich zehn Promospots für Aufmerksamkeit und lenken die Hörer:innen gezielt auf den Sendeplatz. Auf antenne.at steht zusätzlich die Plattform „Med Uni Graz kompakt" bereit, auf der die Beiträge als kurze, rund anderthalbminütige Audio Snippets jederzeit via Web und App nachgehört werden können.

Ergebnisse und Meilensteine

Seit dem Sendestart sind bereits über 30 Folgen online abrufbar, mit Themen wie „Healthy Aging des Herzens", „Intervallfasten", „Innovationen in der Chemotherapie", „Sport als Zusatz zur Krebstherapie" oder „Autismus-Spektrum-Störung". Über das Kalenderjahr 2026 sind 52 Sendungen sowie 520 Promospots vorgesehen. Basierend auf der durchschnittlichen Viertelstundenreichweite erreicht Antenne Steiermark im relevanten Zeitraum über 24,4 Millionen Kontakte. Rückmeldungen aus Redaktion und Hörer:innenschaft sowie aus dem Umfeld der Med Uni Graz zeigen, dass komplexe medizinische Inhalte im Kurzformat auf großes Interesse stoßen und Wissenschaft so einen festen Platz im Alltagsmedium Radio findet.

Med Uni Graz News

Projektverantwortung

Gerwin Fink
Head of Sales
Antenne Steiermark Regionalradio GmbH & Co KG
Gadollaplatz 1, 8010 Graz
T.: +43 664 8551103
M.: gerwin.fink@antenne.at
www.antenne.at

MMag. Gerald Auer
Leitung Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsmanagement
Medizinische Universität Graz
Neue Stiftingtalstraße 6, 8010 Graz
M.: gerald.auer@medunigraz.at

www.steiermark.antenne.at/player/beitraege/med-uni-graz-kompakt

zu den Sendungen

FÄKT – Wissenschaft für die nächste Generation

Science-Videos für junge Menschen



Host: Miso Tschak, Location: Uni Graz

©faekt.science/ÖAW

Komplexe wissenschaftliche Zusammenhänge in 30-sekündigen Social Media-Clips darstellen? Experimentalphysik, Zellbiologie oder Biodiversität für junge Menschen so erklären, dass diese sie verstehen, dranbleiben und im Idealfall mehr Lust auf Forschung bekommen? Die Videos auch noch für den Schulunterricht verwendbar machen und mit Begleitmaterial ausstatten?

Ja, das ist eine Herausforderung. FÄKT hat sie genommen. FÄKT ist eine Initiative der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW), finanziert vom Fonds Zukunft Österreich (FZÖ). Das Projekt zeigt, wie moderne, qualitätsgesicherte Forschung im digitalen Raum und im Schulunterricht verankert werden kann, um erste Berührungspunkte zur Forschung anzubieten und das Vertrauen in die Wissenschaft zu stärken. Das Projekt vermittelt, wie Erkenntnisse in oft sehr diversen wissenschaftlichen Teams gewonnen werden und warum evidenzbasierte Forschung verlässliche Orientierung bietet.



© faekt.science/ÖAW

Host: Julia Winkler, Location: Forschungsinstitut für Limnologie, Mondsee, Universität Innsbruck

Die Vermittlung basiert auf einer engen Verschränkung von digitalen Formaten und klassischer Bildungsarbeit. Drei junge Moderatorinnen führen als Hosts auf Augenhöhe durch die Inhalte. Im Mittelpunkt stehen exzellente Forschende aus Österreich, die sich über eine Ausschreibung und Jurysitzung qualifizieren. Zu den Porträtierten gehören renommierte Persönlichkeiten wie Elly Tanaka, Andrea Pauli oder Nuno Maulide. Die Videos nutzen die Sehgewohnheiten der Zielgruppe auf YouTube, TikTok und Instagram.

Jedes Science-Video dauert rund 7 Minuten und ist direkt dem Lehrplan der Sekundarstufe 1 zugeordnet. Zu jedem Film existiert ein passendes Unterrichtsmaterial, mit dem Lehrkräfte ohne Vorbereitungsaufwand eine komplette Unterrichtseinheit gestalten können. Auf der nationalen Plattform edutube sind die Videos von Anfang an integriert, zudem wird das Netzwerk in den Medienzentren der Bundesländer kontinuierlich erweitert.

Seit dem Online-Start im Mai 2024 verzeichnet das Projekt große Erfolge. Nach gut zwei Jahren Laufzeit wurden 43 Science-Videos sowie mehr als 450 Social-Media-Clips produziert. Diese Inhalte erzielten allein auf YouTube über eine Million Abrufe. Bis zum Dezember 2026 werden rund 50 Filme zur Verfügung stehen.



Host: Jafait Lema Location: IMBA/ÖAW, Pauli Lab
©faekt.science/ÖAW

FÄKT

Projektverantwortung

Österreichische Akademie der Wissenschaften
M.: kontakt@faekt.science

Instagram und TikTok
@faekt.science
YouTube
youtube.com/@faekt.science

FÄKT YouTube

FÄKT – nicht Fake! – beweist, dass moderne Wissenschaftskommunikation gelingt, wenn sich die Exzellenz unserer Forschenden in die Lebenswelt der nächsten Generation wagt.



© Luiza Puiu

Die Veranstaltungsreihe „Am Puls“ des Wissenschaftsfonds (FWF) fördert seit 2007 den Dialog zwischen Öffentlichkeit und Wissenschaft.

Hereinspaziert! Wissenschaft im Theater

Mit der Veranstaltungsreihe „Am Puls“ fördert der Wissenschaftsfonds FWF den Dialog zwischen Forschenden und der Öffentlichkeit. Ob im Wiener Kabarett Simpl für über 300 Gäste oder im Grazer Orpheum – auf der Bühne tauschen sich FWF-geförderte Wissenschaftler:innen mit Personen aus der Praxis zu gesellschaftlich relevanten Themen aus, wobei das Publikum aktiv in die Diskussion eingebunden ist. Wichtigstes Kennzeichen ist das Zusammenführen von aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen mit Erfahrungen aus der Praxis oder aus dem alltäglichen Leben.

Der Themenbogen spannt sich über alle Wissenschaftsdisziplinen. Die letzten Ausgaben widmeten sich beispielsweise dem Fasten als Jungbrunnen, der neuen Arbeitswelt, der Sonne und dem Universum, der Herzgesundheit, dem Stress und Wege zu mehr Gelassenheit, dem Fundament unseres Wohlbefindens: dem Schlaf sowie dem Umgang mit sozialen Medien. Die Themen werden auf der Bühne in einem moderierten Gespräch diskutiert und das Publikum hat die Möglichkeit, sich mit Statements am Gespräch zu beteiligen.

Um Reichweite und Nachhaltigkeit zu erhöhen, führt der FWF die Veranstaltungsserie in Kooperation mit breitenwirksamen Medien durch und stellt die Mitschnitte im FWF-Podcast „Was wir wissen“ langfristig zur Verfügung. 2026 fand die insgesamt 100. Ausgabe von „Am Puls“ statt.

Hereinspaziert!
Wissenschaft im Theater

Projektverantwortung

Stefan Kranewitter
Österreichischer
Wissenschaftsfonds FWF
Abteilungsleiter Kommunikation
T.: +43 676 83487 8108
M.: stefan.kranewitter@fwf.ac.at

Natascha Rueff
Österreichischer
Wissenschaftsfonds FWF
Event- und Projektmanagerin
T.: +43 676 83487 8114
M.: natascha.rueff@fwf.ac.at

www.fwf.ac.at

„Confirm Humanity“

„Confirm Humanity“ ist eine vom Freien Radio Salzkammergut entwickelte Radioreihe zum Thema Digitalisierung, die Wissenschaftskommunikation mit Medienbildung verbindet.

In zwei Staffeln (2021, 2025) widmeten sich 15 Sendungen den gesellschaftlichen Auswirkungen der Digitalisierung und den Folgen des rasanten Fortschritts Künstlicher Intelligenz. Ziel der Reihe war es, Orientierung in technologischen Umbrüchen zu bieten, wissenschaftliche Erkenntnisse verständlich aufzubereiten und Menschen zu befähigen, digitale Entwicklungen kritisch und selbstbestimmt einzuordnen.

Im Mittelpunkt stehen nicht technische Innovationen, sondern ihre Auswirkungen auf Demokratie, Bildung, Arbeit, Kultur, Nachhaltigkeit und das Zusammenleben. Während die Form offen und experimentierfreudig als Hör-Erlebnis gestaltet ist, wird wissenschaftliche Expertise durch Forscher:innen aus verschiedenen Disziplinen vermittelt und mit alltagsnahen Fragen verknüpft. Komplexe Zusammenhänge werden verständlich erklärt, ohne sie zu vereinfachen – eine Einladung an die Hörer:innen, sich eine fundierte eigene Meinung zu bilden. Damit verfolgte das Projekt einen dialogischen Ansatz der Wissenschaftskommunikation: Forschung wird nicht als fertige Wahrheit präsentiert, sondern als Grundlage für gesellschaftliche Diskussionen. Das Radio wird zum Ort des Austauschs zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit.

Ein wichtiger Meilenstein war die Auszeichnung der ersten Staffel (2021) mit dem Eduard-Ploier-Preis im Rahmen des Radiopreises der Erwachsenenbildung. Die Jury würdigte insbesondere die gelungene Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte und ihren Beitrag zur Erwachsenenbildung. Die Fortsetzung „Epochenbruch“ (2025) knüpfte daran an und erweiterte den Blick auf aktuelle Herausforderungen rund um generative KI und den digitalen Wandel. Mit „Confirm Humanity“ hat das FRS gezeigt, wie Freie Radios wissenschaftliche Themen fundiert, verständlich und gesellschaftlich relevant vermitteln können.



© FRS

Confirm Humanity

Projektverantwortung

Freies Radio Salzkammergut
Mag.ª Magdalena Stammler
(verantwortlich für Staffel 1, 2021)
M.: magdalena@freiesradio.at

www.freiesradio.at/sendungen/confirm-humanity

zur Sendung



© FRS

In der ersten Folge geht Mathematiker und Informatiker Aaron L. Kaplan zurück an die Ursprünge des Internets. Wie hat es sich entwickelt und wohin gehen wir?

In der Sendereihe über Digitalisierung und Menschlichkeit machen sich Expert:innen Gedanken über digitale Gegenwart und Zukunft sowie das gesellschaftliche Zusammenleben.

INNside Gender Studies – FM*inistisch on air

„Gender Studies? Was lernt man da eigentlich?“ Diese Frage bekommen die Masterstudentinnen Clara und Maria regelmäßig gestellt. Seit März 2025 beantworten sie diese in ihrer Sendereihe mit der monatlichen Radiosendung INNside Gender Studies beim Freien Radio Innsbruck FREIRAD.



© Serena Obkircher

Clara Händeler und Maria Zahn geben Einblicke in einige ihrer Studienbereiche – wie Critical Race, Trans* oder Queer Studies – sowie in das Studienleben in Innsbruck.



© Julia Miesbauer

In der Sendung gibt es natürlich auch etwas für die Ohren: Als passender Soundtrack werden eine Auswahl feministischer Tracks präsentiert.

Ziel ist, wissenschaftliche Erkenntnisse aus den Gender Studies verständlich, alltagsnah und außerhalb universitärer Kontexte zu vermitteln. Denn feministische Forschung beschäftigt sich mit Fragen, die uns alle betreffen: Warum sehen wir bei gewissen Berufsbezeichnungen oft zuerst Männer vor unserem inneren Auge? Was hat Gender eigentlich mit Sport zu tun? Und wie entstehen gesellschaftliche Vorstellungen davon, was „normal" ist? Über Fragen wie diese sprechen die ehrenamtlichen Radiomacherinnen Clara und Maria jeden Monat eine Stunde on air im FREIRAD Studio. Ergänzt wird das Format durch Expert*inneninterviews und thematisch passende Musik.

Ein besonderes Anliegen in der Sendereihe ist, akademische Sprache aufzubrechen. Dafür gibt es in jeder Folge einen „Begriff der Sendung", den die Moderatorinnen niederschwellig erklären. Im Studium begegnen dir zahlreiche Fachbegriffe wie Gender, Intersektionalität, Heteronormativität oder Patriarchat. Sie sind notwendig, können aber auch exkludierend wirken und Menschen den Zugang zu feministischen Themen erschweren. Genau hier setzt die Sendung an: Komplexe Konzepte werden verständlich erklärt. Dabei reflektieren die Sendungsmacherinnen auch ihre eigene Sprache und erleben, wie herausfordernd es ist, gewohnte akademische Ausdrucksweisen abzulegen und Wissenschaftskommunikation für eine breite Öffentlchkeit zugänglich zu machen.

Nach über einem Jahr und zahlreichen Sendungen – wie zu feministischer Linguistik, Trans* Studies oder kritischer Männlichkeitsforschung – hat sich INNside Gender Studies als Format etabliert, das Wissenschaft aus der Universität ins Radio bringt. Alle Folgen sind auch als Podcast dauerhaft zum Nachhören verfügbar. Damit stärken Clara und Maria den Dialog zwischen Universität und einer demokratischen Zivilgesellschaft.

INNside Gender Studies – FM*inistisch on air

Projektverantwortung

Maria Zahn, Clara Händeler
M.: INNsideGenderStudies@gmx.at

Radiosender
Freies Radio Innsbruck FREIRAD

Senderythmus
monatlich am letzten Montag
von 19:00 bis 20:00 Uhr

Zum Nachhören
https://cba.media/podcast/innside-gender-studies

zum Podcast



© silverkblack, unsplash.com



Einordnen

Wie schaffen Medien Orientierung?

Welche Rolle spielen Medien und insbesondere der Wissenschaftsjournalismus bei der Vermittlung und Einordnung wissenschaftlicher Erkenntnisse? Beiträge aus Journalismus und Praxis zeigen, wie Wissenschaft verständlich, differenziert und verantwortungsvoll vermittelt werden kann.

Orientierung im Ungewissen

Im Interview mit Lena Yadlapalli, Leiterin der Wissenschaftsredaktion der Austria Presse Agentur (APA), erörtert Redakteur Mag. Michael Hrobath die Herausforderungen des Wissenschaftsjournalismus. Im Mittelpunkt stehen die verantwortungsvolle Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse, der Umgang mit Unsicherheiten und die Frage, wie Journalismus Orientierung schafft.



© Martina Berger

Lena Yadlapalli, Leiterin der Wissenschaftsredaktion der Austria Presse Agentur (APA)


© Martina Berger

„Wissenschaft ist längst kein eigenes Ressort mehr. Sie berührt nahezu jedes gesellschaftliche Thema."

Jeden Tag erscheinen weltweit tausende neue wissenschaftliche Studien. Sie beschäftigen sich mit dem Klimawandel, neuen Medikamenten, Künstlicher Intelligenz, Quantenphysik oder gesellschaftlichen Entwicklungen. Die meisten davon werden außerhalb der Fachwelt kaum wahrgenommen. Andere schaffen es in die Nachrichten, prägen öffentliche Debatten oder beeinflussen politische Entscheidungen. Doch wie wird aus einer wissenschaftlichen Publikation eigentlich eine Nachricht? Wer entscheidet, welche Erkenntnisse relevant sind? Wie werden komplexe Forschungsergebnisse verständlich aufbereitet? Und wie gelingt es, wissenschaftliche Unsicherheiten zu vermitteln, ohne Menschen zu verunsichern?

Mit genau diesen Fragen beschäftigt sich Lena Yadlapalli täglich. Als Leiterin der Wissenschaftsredaktion der Austria Presse Agentur und der Online-Plattform APA-Science begleitet sie mit ihrem Team Forschung aus nahezu allen Disziplinen – von Naturwissenschaften über Klimaforschung bis hin zu Geistes- und Sozialwissenschaften. Ihre Aufgabe beginnt lange bevor eine Meldung veröffentlicht wird. „Wir wollen nicht einfach eine Presseaussendung umschreiben – wir wollen zu den Neuigkeiten aus der Wissenschaft nach Möglichkeit auch Kontext bieten und idealerweise eine Geschichte erzählen." Denn Wissenschaftsjournalismus bedeutet weit mehr, als Studien zusammenzufassen. Er ordnet ein, hinterfragt und übersetzt. Er sucht nach der Bedeutung hinter den Zahlen und nach der Relevanz für den Alltag der Menschen.

Hinter jeder Nachricht steckt eine Entscheidung

Montagmorgen in der APA. Während viele Menschen gerade erst ihre ersten E-Mails öffnen, laufen im Wissenschaftsdienst bereits mehrere Geschichten gleichzeitig. Internationale Fachjournale stellen akkreditierten Redaktionen ihre Inhalte oft schon vor Ablauf der Sperrfrist zur Verfügung. Manche Meldungen sind bereits fertig geschrieben, obwohl sie noch gar nicht veröffentlicht werden dürfen. „Wir versuchen, uns möglichst gut vorzubereiten. Wenn die Sperrfrist fällt, soll die Geschichte bereits fertig sein," so Yadlapalli. Dazu kommen Besuche von Pressekonferenzen, das Sichten der vielen Presseaussendungen von Universitäten und Forschungseinrichtungen sowie das Aufgreifen aktueller Ereignisse, die gegebenenfalls von Expert:innen wissenschaftlich eingeordnet werden sollten: Ein Erdrutsch in den Alpen. Eine neue Klimastudie. Eine medizinische Entdeckung. „Wissenschaft steckt heute eigentlich überall drinnen. Klima, Energie, Medizin, Wirtschaft, Migration oder Künstliche Intelligenz – überall gibt es wissenschaftliche Perspektiven." Genau das macht die Arbeit so besonders. Wissenschaft ist längst kein eigenes Ressort mehr. Sie berührt nahezu jedes gesellschaftliche Thema. Für den Wissenschaftsjournalismus bedeutet das vor allem eines: Zusammenhänge sichtbar machen.

„Es gehört genauso dazu zu sagen, was wir heute noch nicht wissen."

Vom Forschungsergebnis zur Geschichte

Nicht jede Studie verändert unser Weltbild. Nicht jede neue Veröffentlichung rechtfertigt eine Schlagzeile. Deshalb reicht es nicht aus, Forschungsergebnisse lediglich zusammenzufassen. „Warum ist das, was ich jetzt berichte, für jemanden da draußen überhaupt wichtig?" Für Yadlapalli beginnt genau hier journalistische Arbeit. Studien und wissenschaftliche Arbeiten müssen eingeordnet werden. Welche Bedeutung haben sie? Welche Folgen könnten sich daraus ergeben? Welche Fragen beantworten sie – und welche bleiben offen? Erst dadurch entsteht aus einer wissenschaftlichen Publikation eine journalistische Geschichte.

„Wir suchen nach dem gesellschaftlichen Bezug," erläutert Yadlapalli. Dafür spricht die Redaktion mit den Autor:innen oder auch ergänzenden Wissenschaftler:innen. Im Idealfall, denn: „In Zeiten von vergleichsweise kleinen Wissenschaftsredaktionen – gegenüber einer wachsenden Wissenschafts-PR – sowie fortschreitender Digitalisierung und Social Media ist der Arbeitsdruck hoch. Das Angebot für News aus der Wissenschaft ist oft groß, die Wahl nicht immer leicht", so Yadlapalli.

Wissenschaft kennt keine endgültigen Antworten

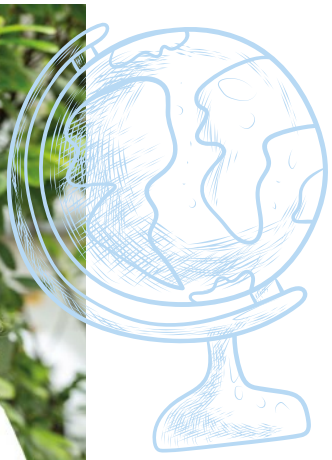
Wer über Wissenschaft berichtet, muss zudem mit einer Besonderheit umgehen, die andere Ressorts in dieser Form kaum kennen. Wissenschaft ist niemals abgeschlossen. Neue Methoden, zusätzliche Daten oder andere Forschungsansätze können bisherige Erkenntnisse erweitern, relativieren oder sogar widerlegen. „Wir können immer nur den Stand des Wissens transportieren." Genau diese Offenheit gehört für Yadlapalli zum Wesen wissenschaftlicher Arbeit. Viele Menschen erwarteten von Wissenschaft eindeutige Antworten. Tatsächlich aber entwickle sich Wissen Schritt für Schritt weiter. „Mit neuen Methoden und neuen Erkenntnissen ergibt sich oft wieder ein neuer Blick auf ein Thema." Deshalb sei es auch eine Aufgabe des Wissenschaftsjournalismus, nicht nur Ergebnisse zu präsentieren, sondern bestmöglich den Weg dorthin sichtbar zu machen. Wie wurde geforscht? Welche Methoden kamen zum Einsatz? Wie belastbar sind die Ergebnisse? Und welche Unsicherheiten bestehen noch? „Es gehört genauso dazu zu sagen, was wir heute noch nicht wissen."

Die Verantwortung der Einordnung

In einer Zeit, in der Informationen und vor allem auch Falschinformationen innerhalb weniger Sekunden rund um den Globus verbreitet werden, wächst die Rolle und die Verantwortung des Wissenschaftsjournalismus. Nicht jede Behauptung hält einer wissenschaftlichen Überprüfung stand. Fake News verlangen eine Gegenüberstellung von Fakten. Aber auch nicht jede wissenschaftliche Studie ist gleich aussagekräftig. Es reicht nicht aus, Forschungsergebnisse einfach weiterzugeben. Sie müssen bewertet, eingeordnet und in Beziehung gesetzt werden. „Man darf konträre Ansätze durchaus darstellen. Aber man muss das faktenorientiert tun – und in der richtigen Gewichtung." Damit spricht Lena Yadlapalli ein Phänomen an, das spätestens während der Pandemie intensiv diskutiert wurde: die sogenannte „False Balance". Gemeint ist die Gefahr, wissenschaftliche Mehrheitsmeinungen und einzelne Gegenpositionen als gleich-



© Martina Berger



„Visuelle Kommunikation ist heute ein ganz wichtiger Teil wissenschaftlicher Vermittlung."

wertig darzustellen – obwohl die Evidenz eindeutig verteilt ist. Für die Wissenschaftsredaktion der APA beginnt Qualität deshalb bereits bei der Auswahl der Quellen. „Peer-Review-Verfahren oder wissenschaftliche Begutachtungen geben uns eine wichtige Orientierung. Sie zeigen, welche Erkenntnisse bereits überprüft wurden und welchen Stellenwert sie im aktuellen Forschungsstand haben." Das bedeutet jedoch keineswegs, dass Journalismus unkritisch über Wissenschaft berichtet oder Forschungsleistungen unreflektiert feiert. Zudem können Ergebnisse sich im Laufe der Zeit verändern. „Wenn sich später herausstellt, dass sich der Forschungsstand verändert hat, dann gehört es selbstverständlich dazu, auch darüber wieder zu berichten." Für Yadlapalli ist das kein Zeichen von Schwäche – sondern Ausdruck eines funktionierenden Wissenschaftssystems.

Zwischen Gewissheit und Zweifel

Gerade darin unterscheidet sich Wissenschaft von vielen anderen Bereichen des öffentlichen Lebens. Sie liefert selten endgültige Wahrheiten. Viel häufiger arbeitet sie mit Wahrscheinlichkeiten. Diese Unsicherheit sichtbar zu machen, ohne Zweifel an der Wissenschaft selbst zu erzeugen, gehört zu den anspruchsvollsten Aufgaben des Wissenschaftsjournalismus.

> „Wir müssen kommunizieren, was wir zum jetzigen Zeitpunkt wissen – aber genauso, was wir noch nicht wissen."

Das gilt für medizinische Studien ebenso wie für Klimamodelle oder neue Entwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz. Die Aufgabe des Journalismus besteht deshalb nicht darin, spektakuläre Prognosen zu formulieren, sondern Unsicherheiten verständlich zu erklären. Gerade dadurch entsteht Glaubwürdigkeit.

Wissenschaft braucht Geschichten

Wer wissenschaftliche Erkenntnisse vermitteln möchte, muss eine Sprache finden, die Menschen erreicht. Denn Forschung spricht oft in Fachbegriffen, statistischen Zusammenhängen und methodischen Details. Journalismus muss daraus Geschichten machen. „Für eine Geschichte braucht es Übersetzungsarbeit." Diese Übersetzung bedeutet jedoch nicht nur, wissenschaftliche Inhalte zu vereinfachen oder zu verkürzen. Sie bedeutet, ihren Kern sichtbar zu machen. Dabei helfen Beispiele, Vergleiche oder Metaphern. Auch Bilder und Grafiken spielen eine immer größere Rolle: „Visuelle Kommunikation ist heute ein ganz wichtiger Teil wissenschaftlicher Vermittlung," erläutert Yadlapalli. Doch trotz aller gestalterischen Möglichkeiten bleibt die wichtigste Regel dieselbe: Die Geschichte darf nie wichtiger werden als die wissenschaftliche Aussage.

Wissenschaft darf auch unterhalten

Bei aller Ernsthaftigkeit möchte Lena Yadlapalli Wissenschaft aber nicht auf Krisen, Entwicklungen oder komplexe Fachthemen reduzieren. Ganz im Gegenteil. „Es ist genauso wichtig, Wissenschaft als etwas Unterhaltsames darzustellen." Immer wieder sind es überraschende Tierstudien, ungewöhnliche Forschungsprojekte oder kuriose Experimente, die große Aufmerksamkeit erzeugen. „Zum Staunen einladen, Neugier wecken – das gehört genauso zum Wissenschaftsjournalismus." Gerade diese scheinbar kleinen Geschichten könnten Menschen erstmals mit Wissenschaft in Berührung bringen. Manchmal genüge es, Interesse zu wecken. Denn Neugier ist der Anfang jedes Erkenntnisprozesses.



© Martina Berger

> „Die Geschichte darf nie wichtiger werden als die wissenschaftliche Aussage."



Ulla Ebner ist Wissenschafts- und Technologiejournalistin bei Ö1. © Martina Berger

Wissenschaft beginnt mit einer guten Geschichte

Im Interview mit Redakteur Mag. Michael Hrobath spricht Ulla Ebner, Wissenschafts- und Technologiejournalistin bei Ö1, darüber, warum gute Wissenschaftskommunikation weit mehr ist als das Erklären komplexer Zusammenhänge. Es geht darum, Menschen neugierig zu machen, Relevanz herzustellen und wissenschaftliche Erkenntnisse in Geschichten zu übersetzen, die den Alltag der Menschen berühren.

Eine Motte mit der Frisur von Donald Trump. Eine Influencerin, die Millionen Menschen begeistert – obwohl sie nie existiert hat. Oder ein Chatbot, der Falschinformationen übernimmt, weil jemand das Internet gezielt manipuliert hat. Für Ulla Ebner sind genau solche Geschichten der Schlüssel zu gutem Wissenschaftsjournalismus. Nicht, weil sie spektakulär sind. Sondern weil sie etwas sichtbar machen, das sich mit Fachbegriffen allein kaum erklären lässt. „Wir wollen immer eine Geschichte erzählen." Was zunächst wie eine einfache journalistische Regel klingt, beschreibt für die Ö1-Journalistin den Kern moderner Wissenschaftskommunikation. Denn Forschung beginnt häufig mit Daten, Studien und wissenschaftlichen Papers. Beim Publikum kommt sie aber erst dann an, wenn daraus Geschichten werden, die Menschen verstehen – und die zeigen, warum wissenschaftliche Erkenntnisse ihren Alltag überhaupt betreffen.

Von der Nische ins Hauptprogramm

Als Ulla Ebner 2010 begann, sich intensiv mit Digitalisierung und Technologiethemen zu beschäftigen, war das noch ein Spezialgebiet. „Das war eine komplette Nische. Da begannen Social-Media-Plattformen, wie Facebook und Twitter

gerade erst, politisch zu werden und Künstliche Intelligenz gab es im Alltag der Menschen noch gar nicht." Auch das Ö1-Magazin Matrix spiegelte diese Zeit wider. Die Sendung lief spät am Sonntagabend – ein Programm für technikaffine Hörerinnen und Hörer, die sich bereits intensiv mit Computern, Digitalisierung und neuen Medien beschäftigten. „Wir haben damals viel nerdiger gesprochen. Fremdwörter mussten wir nicht ständig erklären." Mit der Digitalisierung änderte sich jedoch nicht nur die Gesellschaft. Auch der Wissenschaftsjournalismus musste sich verändern. Heute läuft Matrix am Freitagabend auf einem prominenten Sendeplatz. Themen wie Künstliche Intelligenz, soziale Netzwerke oder digitale Demokratie betreffen längst nicht mehr nur Fachpublikum, sondern praktisch jeden Menschen. „Wir reden heute nicht mehr zu einem nerdigen Fachpublikum, sondern zur allgemeinen Öffentlichkeit." Mit dem neuen Publikum änderte sich zwangsläufig auch die Sprache. Komplexe technische Zusammenhänge müssen heute so erklärt werden, dass sie auch Menschen verstehen, die sich im Alltag kaum mit Informatik oder Forschung beschäftigen. „Wir müssen immer erklären: Warum betrifft dieses Digitalisierungsthema jetzt dich persönlich? Warum betrifft es unsere Gesellschaft?" Diese Frage zieht sich wie ein roter Faden durch Ebners Arbeit.

Relevanz schlägt Komplexität

Dabei beginnt guter Wissenschaftsjournalismus für sie nicht mit einer Studie. Sondern mit einer ganz einfachen Überlegung. „Wenn mich etwas interessiert, interessiert es vielleicht auch andere," so Ebner. Neue Themen entdeckt sie oft zufällig. Eine wissenschaftliche Veröffentlichung. Ein ungewöhnliches Forschungsprojekt. Ein Gespräch mit Kolleg:innen oder Wissenschaftler:innen. Einmal pro Woche diskutiert die Redaktion darüber, welche Geschichten weitererzählt werden sollten. Nicht jede neue Studie schafft es ins Programm. Entscheidend ist eine andere Frage: „Warum ist das für die Menschen relevant?" Genau darin unterscheidet sich Wissenschaftsjournalismus von wissenschaftlicher Kommunikation. Während Forschung möglichst vollständig dokumentiert, sucht Journalismus nach der Geschichte hinter den Daten. Was verändert diese Erkenntnis? Welche Auswirkungen könnte sie haben? Warum sollten Menschen zuhören? „Wir können hintergründiger arbeiten. Das ist ein großer Vorteil." Weil Formate wie *Matrix, Digital.Leben* oder der Gesprächspodcast *Browserverlauf. Das Digital.Leben Update* nicht permanent dem Takt aktueller Nachrichten folgen müssen, bleibt Zeit für Recherche, Gespräche und Einordnung. Diese Freiheit ermöglicht Geschichten, die weit über eine einzelne Schlagzeile hinausreichen.

Die Motte mit der Trump-Frisur

Wie erzählt man aber ein Thema, das auf den ersten Blick hochkomplex wirkt? Etwa die Manipulation von Sprachmodellen wie ChatGPT? Ulla Ebner lächelt. Anstatt mit wissenschaftlichen Papers über sogenannte Large Language Models oder Data Poisoning einzusteigen, beginnt sie lieber mit einer Geschichte. Mit einer Motte. Genauer gesagt mit einer seltenen amerikanischen Mottenart, die nach Donald Trump benannt wurde. Eine Künstlerinnengruppe veränderte deren Bild digital und verpasste ihr die charakteristische Frisur des US-Präsidenten. Anschließend verteilte sie dieses manipulierte Bild über zwei Jahre hinweg gezielt auf Webseiten, in Foren und sozialen Netzwerken. Das Ergebnis überraschte selbst Fachleute. „Zwei Jahre später hat ChatGPT genau dieses manipulierte Bild ausgespuckt." Was zunächst wie ein kurioses Kunstprojekt klingt, macht ein hochkomplexes Problem plötzlich greifbar. Denn die Geschichte zeigt auf verblüffend einfache Weise, wie leicht sich die Datenbasis großer KI-Systeme beeinflussen lässt. „Natürlich erkläre ich später auch die wissenschaftlichen Papers. Aber zuerst erzähle ich die Geschichte von der Motte." Genau darin liegt für Ebner guter Wissenschaftsjournalismus. Nicht schwierige Inhalte vereinfachen. Sondern den richtigen Einstieg finden.

„Wenn mich etwas interessiert, interessiert es vielleicht auch andere."



Zwischen Weltuntergang und Hoffnung

Künstliche Intelligenz. Klimawandel. Soziale Medien. Kaum ein Tag vergeht, an dem diese Themen nicht die Schlagzeilen bestimmen. Gleichzeitig gehören sie zu jenen Entwicklungen, die viele Menschen verunsichern. Auch darüber wird in der Redaktion intensiv diskutiert. „Wir nehmen uns immer wieder an der Nase und sagen: Wir dürfen nicht ständig nur dystopische Weltuntergangsszenarien zeichnen." Denn gerade Technologiejournalismus bewegt sich permanent auf einem schmalen Grat. Einerseits gibt es reale Risiken, über die berichtet werden muss. Andererseits besteht die Gefahr, dass Berichterstattung ausschließlich Ängste verstärkt. „Natürlich gibt es bei Künstlicher Intelligenz massive Gefahren. Aber KI ist keine böse Technologie. Damit kann man unglaublich viele großartige Dinge machen." Ebner spricht dabei nicht von einem Ausgleich zwischen positiven und negativen Nachrichten. Es geht vielmehr um journalistische Verantwortung. „Wir diskutieren in der Redaktion ständig darüber: Welche Emotionen vermitteln wir eigentlich? Erzeugen wir Angst? Erzeugen wir Euphorie?" Gerade Themen wie Künstliche Intelligenz oder Klimawandel seien so tiefgreifende gesellschaftliche Veränderungen, dass sie fast zwangsläufig starke Gefühle auslösen. Umso wichtiger sei ein Journalismus, der weder dramatisiert noch beschönigt.

Geschichten bleiben hängen

Dass gute Wissenschaftskommunikation vor allem über Geschichten funktioniert, zeigt ein weiteres Beispiel, das Ulla Ebner besonders fasziniert. Eine junge US-amerikanische Influencerin namens Emily Hart begeistert auf Social Media mit patriotischen Botschaften, Millionenreichweite und perfekt inszenierten Bildern: Blond, charmant, politisch eindeutig positioniert. Nur eines stimmt nicht. Emily Hart existiert gar nicht. „Sie war komplett KI-generiert." Hinter der Figur steckte kein politisches Netzwerk, sondern ein indischer Medizinstudent, der ursprünglich lediglich nach einer Möglichkeit suchte, sein Studium zu finanzieren. Gemeinsam mit Google Gemini entwickelte er die Idee einer künstlichen Influencerin – zunächst ohne Erfolg. Erst als die Figur eine politische Identität erhielt, explodierten Reichweite und Aufmerksamkeit. Für Ebner steckt darin weit mehr als eine kuriose Anekdote. Es ist ein Beispiel dafür, wie sich Desinformation verändert. Wie künstliche Intelligenz neue Formen der Manipulation ermöglicht. Und warum abstrakte technologische Entwicklungen plötzlich verständlich werden, wenn sie an einer konkreten Geschichte erzählt werden. „Solche Beispiele machen ein Thema viel anschaulicher, als wenn ich nur wissenschaftliche Papers zitiere." Erst danach folgt die wissenschaftliche Einordnung. Nicht umgekehrt.



© Martina Berger

Die Aufgabe von Journalist:innen ist es, Wissenschaftsjargon in eine normalsterbliche Sprache zu übersetzen.

Wissenschaft auf Augenhöhe

Noch stärker als technische Entwicklungen beschäftigt Ulla Ebner jedoch eine andere Frage: Wie spricht man heute eigentlich mit seinem Publikum? Ihre Antwort fällt überraschend selbstkritisch aus. „Ich glaube, viele Menschen wollen sich heute nicht mehr belehren lassen." Journalismus habe sich lange Zeit als Instanz verstanden, die Wissen vermittelt. Heute funktioniere Kommunikation anders. „Die Leute wollen nicht mehr, dass wir von oben herab erklären, wie die Welt funktioniert." Gerade wissenschaftliche Themen seien dafür besonders anfällig. Komplizierte Fachbegriffe, lange Erklärungen, eine Sprache, die schnell den Eindruck entstehen lässt, Wissenschaft sei nur etwas für Expertinnen und Experten. Für Ebner ist genau das die eigentliche Übersetzungsleistung des Journalismus: „Unsere Aufgabe ist es, Wissenschaftsjargon in eine normalsterbliche Sprache zu übersetzen." Das bedeute jedoch keineswegs, Inhalte zu vereinfachen oder wissenschaftliche Genauigkeit aufzugeben. Es bedeute vielmehr, Menschen mitzunehmen. „Man macht sich gemeinsam mit den Hörerinnen und Hörern auf die Suche nach einer Antwort." Podcasts hätten diese Form des Erzählens in den vergangenen Jahren stark geprägt. Statt fertige Antworten zu präsentieren, erzählen viele Formate den Weg dorthin. Sie beginnen mit einer Frage. Folgen einer Spur. Sprechen mit Expert:innen. Und nehmen das Publikum dabei mit. „Das fühlt sich viel mehr nach Kommunikation auf Augenhöhe an." Für Ebner liegt genau darin eine der spannendsten Entwicklungen des modernen Wissenschaftsjournalismus. Nicht alles zu wissen, sondern gemeinsam herauszufinden, wie Wissen entsteht.



© Martina Berger

Gute Wissenschaftskommunikation ermöglicht einen Zugang zu komplexen Zusammenhängen.

Zwischen Forschung und Alltag

Am Ende führt das Gespräch immer wieder zu derselben Erkenntnis zurück: Wissenschaft beginnt nicht erst dort, wo Forschung betrieben wird. Sie beginnt dort, wo Menschen verstehen, warum sie sie betrifft. Manchmal ist das eine Studie über Künstliche Intelligenz. Manchmal eine Motte mit Donald-Trump-Frisur. Manchmal eine Influencerin, die nie existiert hat. Gute Wissenschaftskommunikation macht aus solchen Geschichten einen Zugang zu komplexen Zusammenhängen – verständlich, nahbar und relevant.

Denn erst wenn wissenschaftliche Erkenntnisse ihren Weg in den Alltag der Menschen finden, können sie Orientierung geben. Und erst dann werden aus Forschungsergebnissen Geschichten, die Menschen nicht nur verstehen, sondern weitererzählen.

> „Die Leute wollen nicht mehr, dass wir von oben herab erklären, wie die Welt funktioniert."

Zwischen Präzision und Publikum: Wie viel Vereinfachung verträgt Wissenschaft?

Wissenschaft produziert Erkenntnisse, Medien machen sie verständlich. Doch auf dem Weg von der Forschung in die Öffentlichkeit lauern Missverständnisse, Verkürzungen und Verzerrungen. Medienethiker Prof. Alexander Filipović diskutiert im Interview mit Mag. Michael Hrobath über die Gratwanderung zwischen Komplexität und Verständlichkeit – und warum Wissenschaft und Journalismus einander heute mehr denn je brauchen.



© Martina Berger

Wissenschaft und Journalismus haben eine gemeinsame Verantwortung bei der Wahrheitssuche. Trotz dieser gemeinsamen Aufgabe bewegen sich die beiden Welten jedoch in einem Spannungsfeld.



Prof. Dr. Alexander Filipović © Martina Berger

Jede wissenschaftliche Erkenntnis beginnt mit Komplexität. Datensätze werden analysiert, Hypothesen überprüft, Methoden diskutiert und Ergebnisse hinterfragt. Oft vergehen Jahre, bis aus einer Forschungsfrage belastbares Wissen entsteht. Doch sobald diese Erkenntnisse die Universität verlassen, beginnt ein völlig anderer Prozess. Aus Fachartikeln werden Zeitungsberichte. Aus Studien werden Schlagzeilen. Aus Forschungsergebnissen werden Posts, Reels oder TikTok-Videos. Die zentrale Frage lautet dabei: Wie viel Vereinfachung verträgt Wissenschaft?

Prof. Alexander Filipović sieht darin eine große Herausforderung, denn Wissenschaft und Medien verfolgen zwar dasselbe Ziel, arbeiten aber nach unterschiedlichen Regeln. „Wissenschaft und Journalismus haben eine gemeinsame Verantwortung bei der Wahrheitssuche“, sagt der Medienethiker. Beide Institutionen seien für demokratische Gesellschaften unverzichtbar, weil sie Orientierung schaffen und helfen, zwischen Fakten, Meinungen und Behauptungen zu unterscheiden. Trotz dieser gemeinsamen Aufgabe trennen beide Welten oft grundlegende Unterschiede. Wissenschaft sucht nach Erkenntnis. Medien müssen Aufmerksamkeit erzeugen. Wissenschaft darf komplex sein. Medien müssen verständlich sein. Wissenschaft kann sich jahrelang mit Detailfragen beschäftigen. Medien haben oft nur wenige Sekunden Zeit, um Interesse zu wecken. Genau in diesem Spannungsfeld entsteht die moderne Wissenschaftskommunikation.



„Wissenschaft und Journalismus haben eine gemeinsame Verantwortung bei der Wahrheitssuche.“

Die Welt ist kompliziert

In öffentlichen Debatten wird Wissenschaft häufig vorgeworfen, sich im Elfenbeinturm zu verschanzen. Forscherinnen und Forscher würden zu kompliziert sprechen, sich zu wenig erklären und den Kontakt zur Gesellschaft verlieren. Filipović sieht das differenzierter: „Der vielbeschworene Elfenbeinturm ist etwas Gutes, weil die Wissenschaft dort das machen kann, was sie gut kann.“ Für ihn gehört Komplexität zum Wesen wissenschaftlicher Arbeit. Viele Fragestellungen seien schlicht nicht in einfachen Botschaften lösbar. „Manche Probleme sind so komplex, dass man für ihre Bearbeitung eine sehr komplexe Sprache und sehr komplexe Methoden braucht.“

Gerade darin liege die Stärke wissenschaftlicher Institutionen. Sie müssen sich zunächst nicht darum kümmern, ob eine Erkenntnis populär, leicht verständlich oder unmittelbar verwertbar ist. Ihre Aufgabe besteht darin, belastbares Wissen zu erzeugen. „Die Wissenschaft braucht sich eigentlich gar nicht darum zu kümmern, ob das Wissen, das sie hervorbringt, jemand versteht oder ob es jemanden interessiert.“ Diese Aussage wirkt zunächst provokant. Tatsächlich beschreibt sie aber eine zentrale Voraussetzung wissenschaftlicher Freiheit. Forschung soll sich nicht primär an Erwartungen von Politik, Wirtschaft oder öffentlicher Stimmung orientieren. Sie muss ihrer eigenen Logik folgen können.

Gleichzeitig wächst der gesellschaftliche Druck auf Universitäten und Forschungseinrichtungen. Fördermittel müssen gerechtfertigt, Leistungen sichtbar gemacht und gesellschaftlicher Nutzen nachgewiesen werden. Wissenschaft wird zunehmend aufgefordert, ihre Relevanz zu erklären. Für Filipović ist das nicht grundsätzlich falsch. Problematisch werde es erst dann, wenn wissenschaftliche Fragestellungen nur noch nach ihrer unmittelbaren Verwertbarkeit beurteilt werden.

Der Moment der Übersetzung

Spätestens wenn Forschungsergebnisse die Universität verlassen, beginnt die eigentliche Herausforderung. Nun müssen komplexe Inhalte für Menschen verständlich werden, die weder Fachsprache noch wissenschaftliche Methoden kennen. Hier kommen Medien ins Spiel und Journalismus übernimmt eine Übersetzungsleistung. Er ordnet ein, erklärt Zusammenhänge und macht wissenschaftliche Erkenntnisse für die Öffentlichkeit zugänglich. Doch jede Übersetzung verändert auch das Original. „Um das Problem der Vereinfachung wird man schlichtweg nicht herumkommen." Die Frage sei daher nicht, ob reduziert wird, sondern wie. Für Filipović besteht verantwortungsvolle Wissenschaftskommunikation darin, Komplexität dort zu reduzieren, wo sie Verständlichkeit verhindert – ohne die Kernaussage zu verfälschen. Die Grenze sei dort erreicht, wo Vereinfachung die Aussage verändert: „Ein Jein aus der Wissenschaft darf nicht zu einem Ja oder Nein werden."

Genau hier beginnt auch die ethische Verantwortung von Medien. Wissenschaftliche Unsicherheit, Wahrscheinlichkeiten oder Einschränkungen dürfen nicht verschwinden, nur weil klare Botschaften attraktiver erscheinen. Denn Wissenschaft produziert selten absolute Gewissheiten. Sie arbeitet mit Evidenz, Wahrscheinlichkeiten und dem jeweils besten verfügbaren Wissen. Wer diese Differenzierungen entfernt, vermittelt am Ende etwas anderes als die eigentliche Erkenntnis.

Wenn Aufmerksamkeit wichtiger wird als Genauigkeit

Besonders sichtbar wird dieses Problem beim sogenannten „False Balance"-Effekt. In der Wissenschaft herrscht bei vielen Themen ein breiter Konsens. Dennoch entsteht in der Berichterstattung manchmal der Eindruck, als stünden sich zwei gleich starke Positionen gegenüber. Während etwa 99 Studien zu einem ähnlichen Ergebnis kommen, erhält die eine abweichende Meinung dieselbe Aufmerksamkeit wie die übrigen 99 zusammen. Für die Wissenschaft wirkt das irritierend. Für Medien folgt es oft einer anderen Logik. Konflikte erzeugen Aufmerksamkeit. Kontroversen schaffen Reichweite. Gegensätzliche Positionen machen Geschichten spannend. „Für den Journalismus ist es oft viel zu langweilig zu sagen: Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sind sich einig." Gerade in sozialen Medien verstärkt sich dieser Mechanismus zusätzlich. Dort konkurrieren Inhalte um kurze Aufmerksamkeitsspannen. Je zugespitzter eine Aussage formuliert ist, desto größer ist oft ihre Reichweite. Die Folge: Komplexität wird zum Nachteil.



© Martina Berger

„Wissenschaftliche Unsicherheit, Wahrscheinlichkeiten oder Einschränkungen dürfen nicht verschwinden, nur weil klare Botschaften attraktiver erscheinen."

Kann TikTok Wissenschaft?

Trotzdem sieht Filipović digitale Plattformen keineswegs nur kritisch. Im Gegenteil. „Auf TikTok beispielsweise gibt es hervorragende Wissenschaftsformate." Entscheidend sei dabei weniger die Länge eines Beitrags als die Art der Vermittlung. Erfolgreiche Wissenschaftskommunikation funktioniere heute häufig über Persönlichkeiten. Menschen folgen Menschen. Sie interessieren sich für Gesichter, Geschichten und individuelle Perspektiven. „Diese Formate leben davon, dass es eine prägnante Figur gibt, die einen eigenen Stil und Wiedererkennungswert hat." Die Herausforderung bestehe deshalb nicht darin, jede Komplexität vollständig abzubilden. Viel wichtiger sei es, Interesse zu wecken und Menschen einen ersten Zugang zu Themen zu ermöglichen. Wer neugierig geworden ist, kann anschließend tiefer einsteigen. Wissenschaftskommunikation müsse deshalb nicht immer die gesamte Komplexität transportieren. Sie müsse vor allem den Weg zu ihr öffnen.

Wenn Wissenschaft selbst kommuniziert

Gleichzeitig verändert sich die Rolle klassischer Medien. Redaktionen werden kleiner, wirtschaftlicher Druck nimmt zu und wissenschaftliche Spezialressorts verschwinden vielerorts. Die Folge: Universitäten, Forschungsinstitute und wissenschaftliche Organisationen bauen ihre eigene Kommunikation aus. Podcasts, Social-Media-Kanäle, Newsletter und Videoformate ermöglichen es, direkt mit der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Für Filipović ist das nachvollziehbar, aber nicht unbedingt der Idealfall. „Ein Wissenschaftssystem braucht starke Medien, die sich informieren, was dort passiert, und darüber berichten." Die direkte Kommunikation könne unabhängigen Journalismus nicht ersetzen. Wissenschaft spreche zwangsläufig aus ihrer eigenen Perspektive. Die kritische Einordnung durch externe Medien bleibe deshalb unverzichtbar.

Dennoch werde Kommunikationskompetenz für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler immer wichtiger. Interviews geben, Inhalte erklären oder Ergebnisse verständlich aufbereiten gehört zunehmend zum wissenschaftlichen Alltag.

KI als neuer Übersetzer

Einen zusätzlichen Schub erhält diese Entwicklung durch künstliche Intelligenz. Während generative KI in Forschung und Lehre kontrovers diskutiert wird, sieht Filipović für die Wissenschaftskommunikation vor allem Chancen. Forschungsberichte lassen sich heute innerhalb weniger Sekunden in Pressemitteilungen, LinkedIn-Beiträge oder Zusammenfassungen umwandeln. „Für die Wissenschaftskommunikation ist KI eher ein Geschenk." Der entscheidende Unterschied: Forschende kennen ihre Inhalte. Sie können beurteilen, ob eine KI wichtige Aussagen korrekt zusammenfasst oder problematisch verkürzt. „Wenn ich einen Monat an einem Forschungsartikel gearbeitet habe, kann ich sehr gut sehen, ob die Verkürzungen richtig sind oder nicht." KI wird damit zu einem Werkzeug, das Übersetzungsarbeit erleichtert. Die Verantwortung für die Richtigkeit bleibt jedoch beim Menschen.

Wahrheit braucht Übersetzer

Wie viel Vereinfachung verträgt also Wissenschaft? Die Antwort von Alexander Filipović lautet weder „so viel wie möglich" noch „so wenig wie nötig". Entscheidend ist vielmehr, dass die Aussage erhalten bleibt. Verständlichkeit darf nicht auf Kosten der Wahrheit gehen. Gleichzeitig nützt die präziseste Erkenntnis wenig, wenn sie niemand erreicht.

Wissenschaft und Journalismus bewegen sich deshalb aufeinander zu, ohne jemals dieselben Regeln zu übernehmen. Die eine Seite produziert Wissen, die andere macht es sichtbar. Gerade in einer Zeit, in der Desinformation, Verschwörungserzählungen und manipulierte Inhalte zunehmen, wird diese Zusammenarbeit immer wichtiger. Vielleicht liegt genau darin auch ihre größte Gemeinsamkeit. Beide suchen nach Orientierung in einer immer komplexeren Welt. Beide versuchen, zwischen Fakten und Behauptungen zu unterscheiden. Und beide stehen vor derselben Herausforderung: Komplexität verständlich zu machen, ohne die Wahrheit dabei zu verlieren.

> „Erfolgreiche Wissenschaftskommunikation funktioniert heute häufig über Persönlichkeiten. Menschen folgen Menschen."

Die Initiative „Wissenschaftsbotschafter:innen“

Wer Wissenschaft verstehen soll, muss sie erleben dürfen.

Über 650 Forschende besuchen als Wissenschaftsbotschafter:innen ehrenamtlich Schulen, Kindergärten und Bibliotheken in ganz Österreich. Sie geben Einblicke in ihren Forschungsalltag und machen Wissenschaft durch persönliche Begegnungen greifbar.



© Michael Obex-Erben



© Julia Wurz

Die Initiative „Wissenschaftsbotschafter:innen“

Projektverantwortung

Jakob Weiss
T.: +43 1 53408-438
M.: youngscience@oead.at

www.youngscience.oead.at/de/wissenschaftsvermittlung

zum Projekt

Wie nachhaltig ist KI? Warum ist Wissenschaft für die Gesellschaft wichtig? Was sieht man am Himmel? Wie beeinflusst die Muskulatur unsere Gesundheit? Und was machen Forschende eigentlich den ganzen Tag? Diese und viele weitere Fragen beantworten Forschende, wenn sie als Wissenschaftsbotschafter:innen Schulen, Kindergärten und Bibliotheken besuchen.

Im Rahmen der Besuche leiten die Forschenden altersgerechte, interaktive Workshops oder halten niederschwellige Vorträge. Dabei vermitteln sie nicht nur Wissen, sondern laden auch zum Mitdenken, Mitmachen und Fragenstellen ein. Sie berichten aus ihrem Forschungsalltag, geben Einblicke in ihre persönlichen Werdegänge und zeigen, wie vielfältig die Wege in die Wissenschaft sein können. So entsteht ein lebendiger Austausch, der Neugier weckt, Verständnis fördert und Wissenschaft unmittelbar erlebbar macht.

Im Jahr 2025 fanden österreichweit 380 Besuche von Forschenden in Schulen und Kindergärten statt. Wie gut diese angekommen sind, zeigen die Ergebnisse einer Befragung jener Lehrpersonen, die im Jahr 2025 Wissenschaftsbotschafter:innen zu Besuch hatten: 98 Prozent sind mit den Besuchen zufrieden, 95 Prozent würden das Angebot weiterempfehlen und 93 Prozent möchten es erneut nutzen. Besonders geschätzt werden die verständliche Vermittlung komplexer Themen, die dialogische Gestaltung der Besuche und die Begegnung „auf Augenhöhe“. Eine Lehrperson beschreibt den Besuch wie folgt:

„Der Workshop war sehr interessant und der Wissenschaftsbotschafter hat auf bemerkenswerte Weise Zugang zu den Schülerinnen und Schülern gefunden. Ich bin sehr dankbar für die Möglichkeit und habe auch in Gesprächen nach dem Besuch feststellen können, dass sich das Bild von Wissenschaftler:innen in den Köpfen der Schüler:innen durch den Besuch auf positive Weise konkretisiert hat.“

Die Initiative ist Teil des Schwerpunkts zur Stärkung des Vertrauens in Wissenschaft und Demokratie des Österreichischen Bundesministeriums für Frauen, Wissenschaft und Forschung (BMFWF). Sie wird von Österreichs Agentur für Bildung und Internationalisierung (OeAD) umgesetzt.

Die Lange Nacht der Forschung

Österreichs größtes Event zu Wissenschaft, Forschung und Innovation richtet sich an alle Altersgruppen. Die Veranstaltung findet alle zwei Jahre österreichweit statt, und das bereits seit 2005.



© AXILS

An mehr als 300 Standorten mit rund 3.000 Programmpunkten erhielten Interessierte heuer Einblicke in die österreichische Forschungslandschaft.



© Matthias Rhomberg

Die lange Nacht der Forschung

Projektverantwortung

Ina Hahn
Bundeskoordination Lange Nacht der Forschung
M.: office@langenachtderforschung.at

www.langenachtderforschung.at

zum Projekt

Ziel ist es, Wissenschaft, Forschung, Technologie und Innovation für alle Bevölkerungsgruppen erlebbar zu machen. Durch den kostenlosen Zugang zu Forschungseinrichtungen, Unternehmen, Hochschulen und Innovationsstandorten werden Barrieren abgebaut und Begegnungen zwischen Wissenschaft und Bevölkerung ermöglicht. Die Veranstaltung stärkt das Verständnis für wissenschaftliche Zusammenhänge, fördert das Vertrauen in Wissenschaft und Forschung und begeistert insbesondere junge Menschen für wissenschaftliche Karrieren.

Im Mittelpunkt steht das persönliche Erleben. Besucher:innen können Wissenschaft aktiv entdecken, Experimente durchführen und Prototypen ausprobieren. Komplexe Inhalte werden verständlich vermittelt und der direkte Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft gefördert. Über die Veranstaltungswebsite stehen alle Standorte und Programmpunkte des österreichweiten Programms zentral zur Verfügung. Begleitende Kommunikationsmaßnahmen erweiterten die Wissensvermittlung bereits im Vorfeld in den digitalen Raum.

Die Lange Nacht der Forschung hat sich zu einem etablierten Format der Wissenschaftskommunikation entwickelt. 2026 erreichte sie mit über 192.000 Besucher:innen einen neuen Rekord. An mehr als 300 Standorten mit rund 3.000 Programmpunkten erhielten Interessierte Einblicke in die österreichische Forschungslandschaft. Die positive Wirkung der Wissenschaftskommunikation bestätigt auch die Evaluierung: 91 % der Besucher:innen konnten die Arbeit von Forschenden nach der Veranstaltung besser nachvollziehen. Gleichzeitig erreichten 84 % der Aussteller:innen Zielgruppen, die über klassische Kommunikationskanäle nur schwer zugänglich sind. Die Lange Nacht der Forschung leistet damit einen nachhaltigen Beitrag zur Wissenschaftskommunikation und stärkt den Dialog zwischen Forschung und Gesellschaft.

Science Clubs
Wissenschaft entdecken. Woche für Woche.

Die Science Clubs von Science Pool zeigen seit 2011, wie Wissenschaftskommunikation Kinder und Jugendliche nachhaltig begeistern kann. Ziel ist es nicht, möglichst viele Fakten zu vermitteln, sondern Neugier zu wecken, Fragen entstehen zu lassen und wissenschaftliches Denken als selbstverständlichen Teil des Alltags zu verankern. Wissenschaft soll nicht abstrakt bleiben, sondern erlebt, hinterfragt und selbst entdeckt werden.

© Science Pool



Das didaktische Konzept der Science Clubs folgt konsequent dem Hands-on-Prinzip.

Science Pool begleitet Kinder und Jugendliche heute durchgängig vom Kindergarten bis zur Sekundarstufe II. Die Science Clubs bilden dabei das Herzstück der außerschulischen Bildungsarbeit. Einmal pro Woche treffen sich Kinder in kleinen Gruppen, um gemeinsam zu experimentieren, zu forschen und aktuelle Themen aus Wissenschaft und Technik zu entdecken. Gleichzeitig sind die Clubs Teil einer durchgängigen Bildungslandschaft, die Kindergärten, Schulen, Ferienprogramme und weiterführende Bildungsangebote miteinander verbindet.

Das Besondere an den Science Clubs ist ihre thematische Vielfalt. Die Kinder beschäftigen sich nicht mit einer einzelnen Disziplin, sondern entdecken Woche für Woche eine neue Welt. Naturwissenschaften, Technik, Mathematik und Informatik werden mit Kultur, Kreativität, Geschichte und gesellschaftlichen Fragestellungen verbunden. Ein Nachmittag führt ins Weltall, der nächste in die Welt der Medizin, zu intelligenten Materialien, zur Archäologie, zu Künstlicher Intelligenz oder zur Entwicklung eigener Spiele. Wissenschaft wird dadurch als lebendiger Bestandteil unserer Kultur und unseres Alltags erfahrbar.

Gerade im Kindergarten- und Volksschulbereich finden die Science Clubs direkt an den Bildungsstandorten statt. Kinder können in ihrer vertrauten Umgebung teilnehmen, zusätzliche Fahrten entfallen und der organisatorische Aufwand für Familien bleibt gering. Wissenschaftskommunikation wird dadurch wohnortnah, niederschwellig und für möglichst viele Kinder zugänglich.

Das didaktische Konzept folgt konsequent dem Hands-on-Prinzip. Kinder beobachten, experimentieren, diskutieren, entwickeln eigene Ideen und überprüfen diese gemeinsam. Wissenschaftliche Inhalte werden altersgerecht übersetzt, ohne ihre fachliche Qualität zu verlieren. Gleichzeitig lernen die Teilnehmer:innen, Informationen kritisch einzuordnen, Zusammenhänge zu erkennen und wissenschaftliche Aussagen zu hinterfragen – Kompetenzen, die in einer digitalen Informations- und Medienwelt zunehmend an Bedeutung gewinnen.



© Science Pool

Ein besonderer Mehrwert der Science Clubs liegt in ihrer Kontinuität. Anders als einzelne Workshops begleiten sie viele Kinder über mehrere Jahre hinweg. Interessen können wachsen, Talente entdeckt und wissenschaftliches Denken Schritt für Schritt entwickelt werden. Die regelmäßigen Treffen schaffen Vertrauen, fördern Eigeninitiative und ermöglichen nachhaltige Bildungsprozesse.

Qualitätsvolle Wissenschaftskommunikation braucht qualifizierte Vermittler:innen. Deshalb investiert Science Pool seit vielen Jahren gezielt in die Ausbildung des eigenen Teams. Studierende unterschiedlicher Fachrichtungen absolvieren eine strukturierte Ausbildung, die wissenschaftsdidaktische Grundlagen, Methodik, Kommunikation sowie umfangreiche Praxiserfahrung verbindet. Hospitationen, Mentoring und laufende Reflexion begleiten den Einstieg in die praktische Vermittlung. So entsteht ein wachsendes Netzwerk qualifizierter Wissenschaftsvermittler:innen, das wissenschaftliche Inhalte fachlich fundiert, altersgerecht und mit großer Begeisterung an Kinder und Jugendliche weitergibt.

Aus den Science Clubs ist in den vergangenen Jahren eine Bildungsorganisation entstanden, die heute Kindergärten, Schulen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Unternehmen und öffentliche Institutionen miteinander verbindet. Mehr als 60 Wissenschaftsvermittler:innen gestalten jährlich mehrere tausend Bildungsangebote in ganz Österreich und entwickeln gemeinsam mit Wissenschaft und Praxis laufend neue Formate.

Wissenschaftskommunikation bedeutet für Science Pool weit mehr als die Vermittlung einzelner Inhalte. Ziel ist es, Menschen von klein auf dabei zu begleiten, wissenschaftliche Erkenntnisse zu verstehen, kritisch einzuordnen und für das eigene Leben nutzbar zu machen. So entstehen aus Neugier Fragen, aus Experimenten Verständnis und aus Begeisterung langfristige Bildungswege.

Im Kindergarten- und Volksschulbereich finden die Science Clubs direkt an den Bildungsstandorten und damit in der vertrauten Umgebung der Kinder statt.

© Science Pool



Science Clubs – das durchgängige Wissenschaftsbildungsprogramm von Science Pool

Projektträger
Science Pool gGmbH

Zielgruppe
Kinder und Jugendliche vom Kindergarten bis zur Sekundarstufe II

Schwerpunkte
Wissenschaftskommunikation
MINT-Bildung · Hands-on-Lernen · Wissenschaftsvermittlung · Ausbildung von Wissenschaftsvermittler:innen

Projektverantwortung
Gerlinde Heil, Geschäftsführung Science Pool gGmbH

Kontakt
Science Pool gGmbH
M.: office@sciencepool.org

www.sciencepool.org

zum Projekt



© Tessa Viktoria Kutsam

Wunderwerk Leben ist kein gewöhnliches Wissenschaftsmagazin.

Wunderwerk Leben

In einer Welt voller Informationsschwall und selbsternannter Gesundheitsexpert:innen versuche ich mit Wunderwerk Leben im Kern etwas ziemlich Einfaches zu machen: wissenschaftlich fundierte Inhalte liefern – ohne Meinung, ohne konkrete Empfehlungen. Unser Prinzip ist: Wer versteht, muss nichts wissen. Es geht nicht darum, Mythen abzuarbeiten, sondern die Grundlagen zu verstehen. Was ist der Mensch? Was passiert im Körper, wenn wir uns bewegen? Wunderwerk Leben erklärt das mit einem klaren österreichischen Zugang und Schmäh – ohne es zu verzerren. Im besten Fall verändert das die Perspektive, wie man durchs eigene Leben geht.



© Tessa Viktoria Kutsam



Projektverantwortung

Dr. Sophie Imhof
Crafted Media Production LLC
Northwest Registered Agent LLC
418 Broadway STE N
ALBANY COUNTY
Albany, NY, 12207, USA
M.: sophie@wunderwerkleben.com

www.wunderwerkleben.com

zum Projekt

Alle zwei Monate kommt eine neue Ausgabe. Jede hat ein klares Thema, das wir aus verschiedenen Richtungen beleuchten – biologisch, psychologisch, gesellschaftlich. Und es kommen Menschen zu Wort, die fachlich tief drinnen sind oder selbst betroffen. Genau dort wird's spannend, weil Theorie und Realität zusammenkommen.

Gleichzeitig ist das kein „ich les das jetzt schnell durch". Jede Ausgabe ist als Erlebnis gedacht. Mit illustrierten Geschichten, Audio-Meditationen, Empfehlungen für Filme und Bücher. Und ganz bewusst nur Print. Kein Scrollen, kein Nebenbei – sondern ein Moment, wo man sich wirklich damit beschäftigt.

Ich komme aus Niederösterreich, und das merkt man. Dialekt, Schmäh, manchmal trocken, manchmal direkter als geplant. Komplex bleibt komplex, aber man muss es nicht künstlich kompliziert machen. Und vieles ist auch für mich nicht intuitiv – ich sitz da genauso und versuch mir das herzuleiten. Wir sitzen alle im selben Boot. Mein Ziel ist klar: Menschen die Möglichkeit geben, diesen biologischen Wahnsinn besser zu verstehen. Nicht, um alles erklären zu können, sondern um ein Gefühl dafür zu bekommen, was da jeden Tag in uns passiert. Der Körper ist kein simples System – und genau deshalb gibt's auch keine einfachen Lösungen.

Wunderwerk Leben ist Ende 2024 in einer kleinen Wohnung auf der Upper East Side entstanden. Die Resonanz war von Anfang an extrem positiv – mehrfach ausverkauft, zwei Lager in Österreich aufgebaut. Uns ist wichtig, nicht nur ein Magazin zu verkaufen, sondern eben ein Erlebnis. Und dass das funktioniert, liegt vor allem an meinem Team. Talentierte und ambitionierte Menschen, die mit ganz viel Herzblut an diesem Projekt arbeiten.

Und vielleicht ist das Ganze weniger ein individueller Erfolg als ein gesellschaftlicher. In einer Zeit, in der uns ständig einfache Antworten verkauft werden, entscheiden sich Menschen bewusst für den anspruchsvolleren Weg – näher an der Realität.

Und wenn man es runterbricht, bleibt eigentlich genau diese Frage: Worum geht es sonst, wenn nicht darum, die paar Jahre hier ein bisschen besser zu verstehen.

Wissenschaft bei Kaffee: Science Cafés bringen Dialog in Stadt und Land

Mit dem Projekt „Wissenschaft im Dialog – Land schafft Wissen“ ermöglicht COMMIT – Community Medien Institut einen niederschwelligen Dialog zwischen Wissenschaftler:innen und Bürger:innen im Rahmen von Science Cafés.



© Helmut Peissl

Lust auf Wissenschaft bei Kaffee? Bei den kostenlosen Science Cafés setzen sich Interessierte spielerisch mit wissenschaftlichen Erkenntnissen auseinander.



© Tania Napravnik

Wissenschaft im Dialog – Land schafft Wissen

Information und Kontakt
www.commit.at/projekte/wissenschaft-im-dialog-1

Andrea Sedlaczek
Projektkoordination
M.: as@commit.at

zum Projekt

Das Projekt, das vom Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung gefördert wird, reagiert auf die zunehmende Wissenschafts- und Demokratieskepsis in Österreich. Ziel ist es, durch persönliche Begegnungen von Bürger:innen mit wissenschaftlichen Expert:innen Wissenschaft erlebbar und verständlich zu machen und damit das Vertrauen in Wissenschaft, Medien und Demokratie zu stärken.

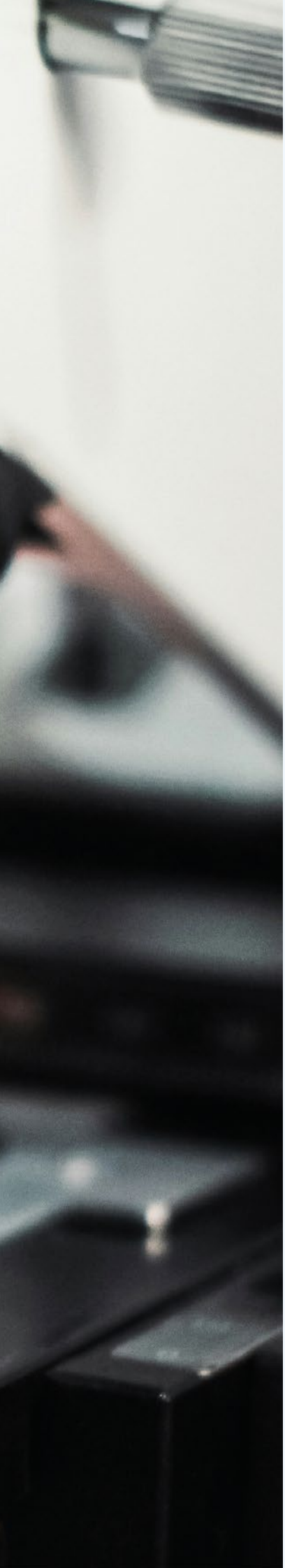
Die Science Cafés sind niederschwellige und interaktive Formate der Wissenschaftskommunikation, in denen sich Erwachsene ohne Vorkenntnisse lustvoll mit wissenschaftlichen Prozessen und Erkenntnissen auseinandersetzen können. Der Dialog auf Augenhöhe in entspannter Atmosphäre steht in den maximal zweistündigen Veranstaltungen im Vordergrund: Kurze Inputs von Expert:innen geben einen anschaulichen Einstieg in das Thema. Im Anschluss wird gemeinsam reflektiert, diskutiert und philosophiert. Teilnehmende bringen ihre Perspektiven ein, stellen ihre Fragen und verbinden wissenschaftliche Themen mit ihrem Alltag. Die Rückmeldungen zu den bisherigen Veranstaltungen belegen, dass gerade dieser offene Austausch sowohl von den Teilnehmenden als auch den beteiligten Expert:innen geschätzt wird und zu einem gegenseitigen Lernen beiträgt.

Nach erfolgreichen Pilotveranstaltungen in Wien und Niederösterreich 2025 wurde das Format 2026 ausgebaut. In Kooperation mit lokalen Partnerorganisationen werden insgesamt 16 Veranstaltungen an acht Standorten in ganz Österreich angeboten, wobei gezielt auch ländliche Regionen einbezogen werden. Thematisch fokussieren die Science Cafés auf Themen aus den Sozial- und Kulturwissenschaften – von Künstlicher Intelligenz über Medien und Demokratie bis zum Gender Pay Gap oder Frauengesundheit. Damit fördern sie neben Wissenschaftsvermittlung auch Medienkompetenz und kritische Reflexion, die für gesellschaftliche Teilhabe und informierte Entscheidungsfindung zentral sind.





© indraprojects, unsplash.com



Nutzen

Wie wird Wissen wirksam?

Wie können wissenschaftliche Erkenntnisse von Menschen aufgenommen, verarbeitet und für den eigenen Alltag und die Gesellschaft nutzbar gemacht werden? Der Schwerpunkt zeigt, wie Wissenschaftskommunikation strategisch gestaltet wird, welche Zielgruppen erreicht werden sollen und welche Voraussetzungen dafür notwendig sind.



© Martina Berger

Linde Tuscher, Leiterin der Kommunikation der Universität Graz

Die Sprache der Wissenschaft

Wissenschaft spricht ihre eigene Sprache. Präzise, differenziert und oft hochkomplex. Damit wissenschaftliche Erkenntnisse jedoch ihre Wirkung über die Fachwelt hinaus entfalten können, müssen sie verständlich werden – ohne an Genauigkeit zu verlieren. Zwischen Forschung und Öffentlichkeit braucht es deshalb Menschen, die wissenschaftliche Inhalte übersetzen, Zusammenhänge einordnen und den richtigen Ton für unterschiedliche Zielgruppen finden. So wie Linde Tuscher. Als Leiterin der Kommunikation der Universität Graz beschäftigt sie sich täglich mit der Frage, wie wissenschaftliche Erkenntnisse ihren Weg aus den Hörsälen und Laboren in die Gesellschaft finden. Im Interview mit Redakteur Mag. Michael Hrobath spricht sie darüber, warum Wissenschaftskommunikation vor allem Handwerk ist und weshalb am Anfang jeder guten Kommunikation das Verständnis steht.

Kommunikation beginnt für Linde Tuscher nicht mit einer Presseaussendung oder einem Social-Media-Posting. Sie beginnt mit einer einfachen Frage: Für wen erzählen wir diese Geschichte? Wer wissenschaftliche Erkenntnisse verständlich vermitteln möchte, müsse zunächst verstehen, wen sie erreichen sollen, welche Themen die Menschen beschäftigen und welchen gesellschaftlichen Mehrwert Forschung leisten kann. Erst danach entscheide sich, welche Botschaft erzählt wird – und über welchen Kanal. „Kommunikation ist für mich vor allem Handwerk." Dieser Satz fällt früh im Gespräch und beschreibt weit mehr als eine berufliche Haltung. Er ist das Fundament einer Kommunikationsphilosophie, die sich konsequent am Menschen orientiert. Kommunikation bedeutet für Tuscher nicht, möglichst laut zu senden. Sie bedeutet zuzuhören, Interessen abzuwägen, Zusammenhänge zu erkennen und wissenschaftliche Inhalte so aufzubereiten, dass sie verständlich werden, ohne ihre Substanz zu verlieren.

Handwerk und Teamwork

Dass Linde Tuscher Kommunikation neben Handwerk auch als Teamwork versteht, ist kein Zufall. Ihr beruflicher Weg führte sie über die Jugendarbeit, den Tourismus, die Kunstuniversität und die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft schließlich an die Universität Graz. Unterschiedliche Stationen – und doch verbindet sie ein Gedanke: Menschen mitzunehmen. „Man muss den Leuten zuhören, die richtigen Schlüsse daraus ziehen und dann im Team die Themen diskutieren und ausarbeiten." Gerade an einer Universität ist das eine anspruchsvolle Aufgabe. Unterschiedlichste wissenschaftliche Disziplinen, Persönlichkeiten und Forschungsinteressen treffen hier aufeinander. Was für die eine Fakultät von zentraler Bedeutung ist, spielt für eine andere kaum eine Rolle.

Kommunikation bedeutet deshalb auch, Prioritäten zu setzen. Nicht jedes Forschungsergebnis eignet sich für die breite Öffentlichkeit. Nicht jede Idee wird automatisch zu einer Geschichte. „Man muss durchaus auch klare Kante zeigen und sagen: Das passt jetzt eher nicht."

Zuhören statt senden

Wer mit der Expertin über Wissenschaftskommunikation spricht, stellt schnell fest, dass sie erstaunlich selten von Kanälen oder Formaten erzählt. Viel häufiger spricht sie vom Zuhören. Von Gesprächen mit Forschenden. Von Redaktionssitzungen und gemeinsamen Entscheidungen. Und davon, wissenschaftliche Themen zunächst zu verstehen, bevor sie kommuniziert werden. „Unsere Aufgabe ist es, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bei ihrer Kommunikation zu unterstützen – kommunizieren müssen sie letztlich selbst." Diese Unterscheidung ist ihr besonders wichtig. Kommunikationsabteilungen ersetzen keine Forschenden. Sie formulieren keine wissenschaftlichen Erkenntnisse neu und sprechen nicht an ihrer Stelle. Ihre Aufgabe besteht vielmehr darin, Rahmenbedingungen zu schaffen: bei Interviews zu beraten, Präsentationen vorzubereiten, komplexe Inhalte zu strukturieren oder gemeinsam zu überlegen, welche Aspekte eines Forschungsthemas für unterschiedliche Zielgruppen besonders relevant sind.

Gerade deshalb investiert die Universität Graz intensiv in Schulungen für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Interviewtrainings, Rhetorikseminare oder Schreibwerkstätten sollen helfen, Forschung verständlich und zugleich wissenschaftlich korrekt zu vermitteln. „Das Bewusstsein dafür, dass Wissenschaft auch verständlich kommuniziert werden muss, ist in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen." Dabei gehe es keineswegs darum, wissenschaftliche Präzision aufzugeben. Es gehe darum, Komplexität verständlich zu machen.

Verstehen, bevor man erklärt

Wie gelingt dieser Spagat? Tuscher nennt darauf keine Methode, sondern eine Haltung: „Man braucht Ehrfurcht, Neugierde und durchaus auch Detailverliebtheit. Ich muss ein Thema zuerst selbst verstehen, bevor ich es verständlich machen kann." Für sie beginnt jede gute Wissenschaftskommunikation deshalb mit echtem Interesse. Wer Inhalte lediglich vereinfacht, ohne sie selbst durchdrungen zu haben, werde ihrer Komplexität kaum gerecht.

Erst wenn man versteht, worum es wirklich geht, könne entschieden werden, welche Aspekte für die jeweilige Zielgruppe entscheidend sind und welche wissenschaftlichen Details im Hintergrund bleiben können. Kommunikation ist für Tuscher deshalb keine Kunst des Weglassens. Sondern eine Kunst des Verstehens.

„Das Bewusstsein dafür, dass Wissenschaft auch verständlich kommuniziert werden muss, ist in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen."

Glaubwürdigkeit entsteht von innen

Wer Wissenschaft nach außen verständlich vermitteln möchte, muss zunächst im Inneren einer Organisation beginnen. Für Linde Tuscher endet Kommunikation deshalb nicht bei Pressearbeit oder Social Media. Sie beginnt innerhalb der Universität, innerhalb der Teams. „Nach draußen kann man nur kommunizieren, was intern stimmig ist." Eine Universität mit mehreren tausend Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, zahlreichen Fakultäten und unterschiedlichsten Forschungsbereichen kann nur dann glaubwürdig auftreten, wenn intern dieselben Werte gelebt werden, die später nach außen vermittelt werden.

Transparenz, Offenheit und regelmäßiger Austausch spielen dabei eine zentrale Rolle. Ein klar definierter strategischer Rahmen sorgt dafür, dass Kommunikation nicht zufällig entsteht, sondern nachvollziehbaren Prinzipien folgt. „Wir behandeln alle Themen gleich. Das ist ein Qualitätsanspruch. Wir bevorzugen niemanden – auch nicht das Rektorat." Nicht persönliche Interessen entscheiden darüber, welche Themen kommuniziert werden, sondern ihre Relevanz für Öffentlichkeit und Gesellschaft. Interventionen oder Einzelwünsche gehören zwar zum Alltag, ändern aber nichts an diesem Grundsatz. „Dafür haben wir viel zu viele spannende Themen, die erzählt werden wollen."

Der Mensch vor dem Medium

Digitalisierung, Social Media und Künstliche Intelligenz verändern die Kommunikationsarbeit rasant. Dennoch warnt Tuscher davor, Kommunikation zu sehr über Kanäle zu definieren. „Das persönliche Gespräch ist noch immer das Wichtigste." LinkedIn, Instagram, Facebook sowie verschiedenste Online-Nachrichtendienste seien tolle Instrumente, um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. Sie ersetzen jedoch nicht den direkten Dialog. Kommunikation bedeute immer auch Begegnung. „Man muss Raum geben fürs Menschsein. Für das Gespräch. Für den Dialog." Gerade Universitäten hätten die Aufgabe, Räume für Austausch zu schaffen – zwischen Forschenden und Öffentlichkeit, zwischen Studierenden und Lehrenden, aber auch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft.

Diese Haltung zeigt sich auch bei Veranstaltungen wie dem Uni Vibes Festival, bei dem Wissenschaft auf Kunst, Musik und Kultur trifft. Forschende entwickeln gemeinsam mit Künstlerinnen und Künstlern neue Formate, die wissenschaftliche Themen auf ungewöhnliche Weise erlebbar machen. Für Tuscher geht es dabei nicht um Unterhaltung um ihrer selbst willen. Es geht darum, Menschen neugierig zu machen. „Wenn man das Herz der Menschen trifft und Emotionen ansprechen kann, dann hat man schon gewonnen."



© Martina Berger

„Wir behandeln alle Themen gleich. Das ist ein Qualitätsanspruch. Wir bevorzugen niemanden – auch nicht das Rektorat."

Gute Kommunikation stellt Fragen

Besonders eindrucksvoll zeigt sich diese Philosophie an einem Beispiel, das der Universität Graz internationale Aufmerksamkeit verschaffte. In der Universitätsbibliothek wurde ein außergewöhnlich altes Papyrusfragment entdeckt – möglicherweise eines der ältesten bekannten Fragmente seiner Art. Statt die Entdeckung vorschnell als Sensation zu präsentieren, entschied sich das Kommunikationsteam für einen anderen Weg. „Universitäten müssen Fragen stellen. Das gilt auch für die Kommunikation." Nicht die vermeintlich endgültige Antwort stand im Mittelpunkt, sondern die wissenschaftliche Fragestellung. Ist das Fragment tatsächlich einzigartig? Welche Bedeutung hätte der Fund? Welche weiteren Untersuchungen sind notwendig?

Mit einer international vorbereiteten Pressekonferenz, Livestreams und sorgfältig abgestimmter Medienarbeit entwickelte sich aus einer wissenschaftlichen Entdeckung eine Geschichte, die weltweit Aufmerksamkeit erhielt – von europäischen Qualitätsmedien bis hin zur New York Times. Für Tuscher ist dieses Projekt bis heute ein Beispiel dafür, wie Wissenschaftskommunikation funktionieren kann. Nicht durch Effekthascherei. Sondern durch kluge Inszenierung wissenschaftlicher Neugier.

Neugier als Antrieb

Wissenschaft lebt von Neugier. Nicht nur auf Seiten der Forschenden, sondern auch auf Seiten jener Menschen, die Wissenschaft vermitteln. „Man darf sich neuen Dingen oder Veränderungen nicht verschließen." Diese Offenheit beschreibt sie als eine der wichtigsten Voraussetzungen gelungener Kommunikation. Wer sich für neue Themen interessiert, Fragen zulässt und Entwicklungen aufmerksam beobachtet, könne wissenschaftliche Erkenntnisse auch für andere verständlich machen.

Denn gute Wissenschaftskommunikation beginnt nicht mit dem Senden von Informationen. Sie beginnt mit echtem Interesse am Gegenüber – mit Zuhören, mit Neugier und mit der Bereitschaft, wissenschaftliche Themen aus der Perspektive der Menschen zu betrachten, die sie erreichen sollen. Vielleicht ist genau das die eigentliche Sprache der Wissenschaft: eine Sprache, die nicht nur erklärt, sondern den Dialog sucht. Eine Sprache, die Brücken baut und eine Sprache, die Menschen nicht belehrt, sondern einlädt, Fragen zu stellen und Antworten gemeinsam zu entdecken.



© Martina Berger

„Gute Wissenschaftskommunikation beginnt nicht mit dem Senden von Informationen, sie beginnt mit echtem Interesse am Gegenüber."

Wissen ist für alle da: Baukasten zur gewinnbringenden Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse

FH Prof. Mag.[a] Dr. Gabriele Falböck, Dozentin an der University of Applied Sciences St. Pölten, Lehrbeauftragte an der Universität Wien

Wissenschaftskommunikation war in den letzten Jahrzehnten einem massiven Wandel unterworfen. Aus der einst einseitigen Kommunikation nach dem Top-Down-Modell von A nach B (Weingart, 2005; Weingart et al., 2007; Stimm, 2020) ist mit der Verbreitung digitaler Kanäle eine vielstimmige, auch usergenerierte und dialogische Kommunikation geworden. Einhergehend mit dem Umstand, dass die Streuung von wissenschaftlichen Befunden im 21. Jahrhundert nicht mehr als Add on, sondern als festgeschriebene Größe in wissenschaftlichen Projekten wie universitären Leistungs- und Qualifikationsvereinbarungen zu betrachten ist (Pansegrau & Bauer, 2018; Stimm, 2020; Waitz, 2023), attestierte die Wissenschaftskommunikationsforschung eine Änderung der institutionellen Wissensordnung bis hin zur Erodierung des Wissenschaftssystems (Neuberger & Jarren, 2017; Neuberger et al., 2019). Die „jüngste" Entwicklung, die Etablierung von generativer KI als Instrument zur Bereitstellung von *auch* wissenschaftlichem Wissen wirft nun die Frage auf, wie die Öffentlichkeit mit den neuen Möglichkeiten des Wissenserwerbs umgeht (Schäfer, 2023). Vor allem aber welche Kompetenzen es braucht, um die verfügbaren Informationen auf ihre Vertrauenswürdigkeit hin zu prüfen und damit gewinnbringend für sich zu nutzen. Vorliegender Beitrag bezieht sich auf die Dimensionen der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit, wie auf die Konzepte Medien- und AI Literacy und leitet daraus Empfehlungen für die kompetente Nutzung des bereitstehenden überdimensionalen Wissensreservoirs ab.

1. Phase des Wandels: Digitalisierte Wissenschaftskommunikation

Wissenschaftsjournalist:innen haben ihre Gatekeeper Kompetenzen eingebüßt. Bereits 2017 lautete die Prognose, dass das Verschwinden der klassischen Intermediäre – klassische Medien und deren Wissenschaftsjournalist:innen, die Wissenschaftskommunikation von Forschenden prüfen, einbetten und kontextualisieren – mit einem Durcheinander und damit Qualitätsverlust von Wissenschaftskommunikation einhergeht (Weingart et al., 2017). Eine Einschätzung, die durch Fähnrich, Weitkamp & Kupper (2023) untermauert wurde. Wie der Wissenschaftssoziologe Peter Weingart (2017) skizziert, sorgen Journalist:innen qua sozialer Rolle dafür, dass auch wissenschaftsferne Gruppen Vertrauen in die rezipierten Erkenntnisse haben können. Die sich durch Soziale Medien nun eröffnenden Chancen zur Kommunikation an eine breite (Laien-) Öffentlichkeit birgt wohl Potenzial zur Demokratisierung von Wissenschaft in sich (Taddicken & Krämer, 2021). Gleichzeitig geht damit aber auch eine massive Veränderung der Rahmenbedingungen einher: Kommuniziert wird nun von Wissenschafter:innen, Wissenschaftsjournalist:innen, PR-Institutionen von Universitäten, Fachgesellschaften und Ministerien ebenso wie von Blogger:innen bzw. Content Creators und interessierten Laien. Die Ziele dieser Kommunikation reichen von aufklärerischer über engagierender bis zu persuasiver Absicht. Unmissverständlich formuliert, geht es einerseits um „Wahrheitskommunikation" andererseits um „Reputationskommunikation" (Weingart, 2017, S. 38), die man nunmehr auch mit Werbekommunikation ergänzen könnte.

Die Nutzung von Social Media zur Kommunikation ihrer Forschung und ihrer Forscherpersönlichkeit(en) durch Wissenschaftler:innen wie durch akademische Organisationen ist mittlerweile dokumentiert (Entradas et al., 2020; Jünger & Fähnrich, 2020). Ebenso evident ist, dass digitale Medien für die Öffentlichkeit außerhalb des Wissenschaftssystems als zentrale Quelle zur Generierung von Informationen genutzt werden (European Commission. Directorate General for Communication, 2021; Starkbaum et al., 2023; Wissenschaft im Dialog., 2023). Wie Zimmermann et al. (2024) für die deutsche Bevölkerung feststellen konnten, geht eine vertrauensvolle Einstellung zu Wissenschaft mit der Nutzung von journalistischen wie wissenschaftlichen Online-Quellen einher, während bei wenig bis gar keinem Vertrauen in die Wissenschaft Telegram und „alternativen" On-


© USTP

„Wie das bereitgestellte überdimensionale Wissensreservoir angemessen genutzt werden kann."

line-Medien genutzt werden. Dass die öffentliche Debatte über Wissenschaft nunmehr auch in Sozialen Plattformen stattfindet, zeigten Studien zur nutzergenerierten Wissenschaftskommunikation. (z. B. auf Reddit und X (vormals Twitter) (Jones et al., 2019; Kaiser et al., 2023; König & Breves, 2021; Record et al., 2018). Ergänzt wird das Informationsangebot zu Wissenschaft auch durch populistische Akteure, die Soziale Medien zur Kommunikation ihres elitenkritischen Wissenschafts-Narrativs einsetzen (Mede & Schäfer, 2020) und damit erfolgreich zur Erosion des Vertrauens in Wissenschaft seitens ihres Publikums beitragen (Motta, 2018; Merkley, 2020).

2. Schritt: AI stellt wissenschaftliche Befunde bereit

Der Erfolgszug von generativer KI im November 2022 führte schließlich zu der nächsten Stufe im Wandlungsprozess von Wissenschaftskommunikation – sowohl der internen, als auch der externen, konkret der Generierung von Wissen durch die Öffentlichkeit (Schäfer, 2023). Unter positiven Vorzeichen sammelte Schäfer die berichteten Potenziale von ChatGPT zur Vereinfachung komplexer Inhalte, zur dialogischen Gestaltung und Vermittlung sowie zur stärkeren Visualisierung von Wissenschaft. Andererseits verwiesen erste empirische Studien auf fehlende Genauigkeit der Antworten, die Abhängigkeit von Trainingsdaten sowie der Möglichkeit einer Informationsflut, aber auch falschen Informationen, die von den Nutzenden nicht erkannt werden.

Die Dispositionen der Nutzenden generativer KI in Hinblick auf wissenschaftliche Informationen wurden mittlerweile mit unterschiedlichsten Fragestellungen empirisch untersucht. Schäfer et al. (2024) konnten feststellen, dass die Deutschen – im Kontrast zu hohem generellem Wissenschaftsvertrauen – generativer KI in der Wissenschaftskommunikation eher skeptisch gegenüberstehen. Online-Umfragedaten aus sieben technologisch fortschrittlichen Ländern – Australien, Dänemark, Deutschland, Israel, Südkorea, Taiwan und den Vereinigten Staaten – verdeutlichen einen deutlichen Anstieg der Nutzung von ChatGPT innerhalb der Vergleichsjahre 2023-2024. Feststellbar waren nationale Unterschiede in der Nutzung, Wissen über die Funktionalität von KI und Vertrauen in die eigene Fähigkeit der Informationssuche (Greussing et al., 2025). Eine österreichische Studie zeigt, dass hierzulande 70 % wenig Kompetenzen haben, um den Einsatz von KI in Nachrichten zu beurteilen (Litschka et al., 2025). KI-Skepsis lassen auch die Befunde von Beckmann et al. (2025) erkennen: Demnach bewerten Rezipient:innen aus Deutschland die Qualität der Informationen von menschlichen Expert:innen zur Frage der Grippeimpfung, besser als die KI generierte Information.

3. Vertrauen – essenziell für die Wissenschaftskommunikation

Die Relevanz von Vertrauen in das System Wissenschaft wie die Kommunikation wissenschaftlicher Befunde beschäftigt die Kommunikationswissenschaft schon lange.

Vertrauen kann als eine relationale Variable zwischen einem Treuhänder (= Subjekt des Vertrauens, hier Öffentlichkeiten) und einem Treuhandobjekt (= Wissenschaft und Wissenschafter:innen) (Mayer et al., 1995) verstanden werden, bei der der Treuhänder darauf angewiesen ist, dass das Objekt des Vertrauens eine Aufgabe erfüllt, die für ihn von Wert ist (Lee & See, 2004). Vertrauen reduziert Unsicherheit, birgt aber immer noch ein Stück Risiko in sich, da es stets die Möglichkeit gibt, dass das Objekt des Vertrauens versagt oder gegen die Interessen des Vertrauenden handelt (Mayer et al., 1995). Gleichzeitig dient Vertrauen aber auch als Mechanismus zur Reduktion von Komplexität: Individuen auf der Informationssuche können mit größerem Vertrauen an sich besser durch unsichere Umgebungen navigieren (Greussing et al., 2025).

Hendriks et al. (2015) denken für das „Münster Epistemic Trustworthness Inventory" mit dem Konzept der „Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit", erfasst durch die Dimensionen „Expertise", „Integrität" und „Wohlwollen". Expertise impliziert dabei

die Kompetenz eines:r Wissenschafter:in, Probleme aufgrund des angeeigneten Wissens, der Qualifikationen, der Erfahrungen und der Ausbildung zu bewältigen. Integrität meint eine objektive Haltung, Unabhängigkeit von äußeren Einflüssen sowie die Berücksichtigung wissenschaftlicher Standards und Regeln. Wohlwollen bezieht sich schließlich auf die Intention von Wissenschaft der Gemeinschaft zu dienen und verantwortungsvoll, Ethik, Normen und moralische Werte berücksichtigend, positiv auf die Sozietät einzuwirken. In der neueren Wissenschaftskommunikationsforschung wird dieser Katalog durch die Kategorien „Offenheit" und „Transparenz" (in Hinblick auf die Darlegung der Befunde, Ziele der Studie und Benennung allfälliger Konflikte durch die Auftraggebenden) und „Dialog" (die Bereitschaft zur Kommunikation der Ergebnisse an eine wissenschaftsferne Öffentlichkeit) ergänzt (Reif et al., 2024; Reif & Guenther, 2021).

Auf Basis einer explorativen Inhaltsanalyse konnten Schröder et al. (2025) schließlich auch belegen, dass digitale Medien – sowohl klassische journalistische Kanäle, Wissenschaftsblogs, Social-Media-Plattformen als auch rechtspopulistischen, nicht-mainstream Medienquellen - inhaltsbezogene Vertrauenshinweise ausgehend von den Dimensionen der Vertrauenswürdigkeit in Beiträgen über Wissenschaft inkludieren.

4. Medien- und AI Literacy als Basis für die Rezeption von Wissenschaft

Mit Blick auf die wachsende Zahl der Kanäle innerhalb derer wissenschaftliche Befunde auffindbar sind, wird rasch klar, dass Medienkompetenz und seit 2022 auch AI-Literacy erforderlich ist, um (wissenschaftliche) Informationen richtig zu bewerten. Sind die in Sozialen Medien auftretenden Expert:innen – wie oben beschrieben - doch nicht immer frei von persuasiven Kommunikationsabsichten, ebenso wenig wie generative KI nicht immer präzise und richtige Informationen bereitstellt.

Der Begriff Medienkompetenz wird seit den 80er Jahren verhandelt und greift bei stetiger Weiterentwicklung immer wieder auf das Basiskonzept von Dieter Baacke (1992) zurück: Medienkompetenz ist demnach die Fähigkeit zur Medienkritik, Mediennutzung, Medienkunde sowie aktiven Mediengestaltung. Vor allem die beiden erstgenannten sind im vorliegenden Kontext – Wo und wie nach wissenschaftlichen Informationen suchen? Und wie diese bewerten? – relevant. Auch Ingrid Paus-Hasebrink (2018) fordert, bedingt durch den Medienwandel, ein Verständnis von Medienkompetenz als Gebrauchskompetenz, mit dem Ziel Menschen bei einem selbstbestimmten Mediengebrauch zu unterstützen. Mit einem Fokus auf die Rezeption von wissenschaftlichen Inhalten formuliert Wormer die Essenz des vieldiskutierten Begriffs kompakt: Demnach geht es darum „Quellen und Inhalte in verschiedenen Medien besser einschätzen zu können" (Wormer, 2024, S. 112).

Ein aktuell die medienpädagogische Debatte bestimmender Begriff ist jener der AI-Literacy. Wie eine diesbezügliche Literature Review (Maeda et al., 2025) ergab, wird der Begriff bislang noch nicht einheitlich verwendet, ebenso wie das dahinterstehende Verständnis die Vielfalt der KI-Tools nicht berücksichtigt. Die überwiegende Zahl der Studien definiert KI-Kompetenz als eine Art von Kompetenz, die Wissen, Fähigkeiten, Einstellungen und ethische Überlegungen einschließt. Etwas präziser sprechen Long & Magerko (2020) von der Fähigkeit, grundlegende Kenntnisse und Konzepte zu erfassen, die KI-gesteuerten Technologien zugrunde liegen. Darüber hinaus ist jedoch jeder Einzelne gefordert, KI kritisch zu bewerten, effektiv zu kommunizieren und mit ihr so zusammenarbeiten, dass die gewünschten Ziele erreicht werden (Ng et al., 2021). Rekurrierend auf die Literatur aus den Bereichen Pädagogik, Diskursverständnis und KI schlagen Allen & Kendeou (2024) ein mehrdimensionales Rahmenkonzept vor. Demnach benötigt ein Lernkonzept die Komponenten (a) Wissen: ein Verständnis dafür zu erlangen, wie KI-Technologien funktionieren und welche Prinzipien ihnen zugrunde liegen; (b) Bewertung: die Fähigkeit zu entwickeln, KI-Technologien kritisch zu beurteilen und dabei ihre Stärken, Grenzen und potenziellen Verzerrungen zu berücksichtigen; (c) Zusammenarbeit: um Fähigkeiten für eine effektive Kommunikation und Zusammenarbeit mit KI-Systemen und Menschen zu entwickeln; (d) Kontextualisierung: um zu verstehen, wie KI als Werkzeug in realen Situationen eingesetzt werden kann; (e) Autonomie: um Selbstbestimmung im Handeln und bei der Entscheidungsfindung im Umgang mit KI zu entwickeln; und (f) Ethik: um moralische Fragen im Zusammenhang mit KI-Technologien zu erkennen und anzugehen, darunter Fairness, Rechenschaftspflicht, Transparenz und Datenschutz.

Mit dem Anspruch des selbstbestimmten Handelns im Umgang mit KI, des situationsadäquaten und vor allem zielgerichteten Einsatzes generativer KI-Tools geht auch das Verständnis für die angemessene Formulierung von Abfragen und Anweisungen (Prompting) einher. Ob die generative KI sinnvolle Antworten auf die individuell relevanten Fragen liefert, hängt davon ab, wie strukturiert und zielgerichtet die Eingabe formuliert wurde. In der Fachliteratur wird dies als Prompt Engineering bezeichnet, für das man je nach Aufgabenstellung verschiedene Prompt Patterns benötigt (White et al., 2023).

5. Wissenschaft rezipieren – Empfehlungen für die gewinnbringende Nutzung verfügbarer Inhalte

Wenngleich wissenschaftliche Befunde bei kursorischer Betrachtung von Expert:innen bereitgestellt und formal korrekt sind, ist es zwingend anzuraten Inhalte zu prüfen und kritisch zu hinterfragen. Im Folgenden stellt der Beitrag ausgehend von den vorgestellten Konzepten zunächst eine kompakte Erklärung für den Einsatz von KI sowie eine Checkliste zur Prüfung des Vertrauens in gefundene Inhalte vor.

Da Prompt Engineering keine intuitive Technik ist, sondern erlernt werden muss, wurden Prompting-Guidelines sowohl von KI-Entwicklern wie Open AI (OpenAI, 2025) oder Microsoft (Microsoft, 2025) als auch von hochschuldidaktischen Einrichtungen (Freinhofer et al., 2025; Teaching & Learning Center Science, 2024) erarbeitet.

Hier die daraus extrahierten und mittlerweile gängigen Empfehlungen zur richtigen Eingabe einer Anfrage an eine KI:

a) Geben Sie Ihre Aufgabenstellung präzise an. Es braucht eine einfache, klare Sprache mit präzisen Verben (z. B.: fasse zusammen, strukturiere, suche…) und keinen schwierigen Fachjargon. Auch Freundlichkeit erzielt bessere Ergebnisse.

b) Definieren Sie eine Rolle für den Chatbot (z. B.: Du bist eine erfahrene Wissenschafter:in, Journalist:in, Expert:in für …)

c) Benennen Sie den Kontext klar, – welchen Umfang (wie viele Wörter?), – welche Form (Sätze, Stichworte/Bullet Points, Überschriften, Fettdruck für wichtige Wörter…), – welchen Schreibstil (wissenschaftliche Sprache, journalistischer Stil, Erklärtext, unbedingt jedenfalls mit Quellenangaben). Hilfreich ist ein gutes Beispiel für die vorgesehene Aufgabe.

d) Für welches Zielpublikum dient der Output? (z. B.: Publikum außerhalb der Scientific Community, ohne akademisches Wissen)

e) Rückfragen an das Sprachmodell lassen dieses eine Soll-Analyse machen und bringen relevante Aspekte zur Sprache, die man selbst nicht erkannt hätte (z. B.: Hast du noch Fragen, die ich beantworten kann, damit du die Aufgabe optimal lösen kannst?).

Ausgehend von der oben beschriebenen Dimensionen Medienkompetenz lassen sich folgende Tipps für eine Bewertung der recherchierten oder auch generierten Inhalte ableiten:

Worum handelt es sich bei der rezipierten Quelle?

- Liegt hier ein journalistischer Beitrag, publiziert in einem klassischen Medium (egal ob digital oder analog) vor? Wenn ja, um welches Medium handelt es sich? (populäres Wissenschaftsmagazin, Qualitätsmedium mit Wissenschaftsressort, Boulevardmedium?)

- Schreibt der:die Journalist:in immer für das Wissenschaftsressort (und vielleicht auch zu diesem Thema)? (Ist sie:er sozusagen ein:e Expertin im Medium?)

- Gibt es in diesem Medium möglicherweise eine Kooperation, eine Werbung für ein Produkt, das im Zusammenhang der Studie stehen könnte? (Im Falle einer solchen Interessenslage sollte ihr Vertrauen sinken.)

- Ist es eine PR-Veröffentlichung? Wenn ja, handelt es sich um eine (angesehene) öffentliche Forschungseinrichtung oder Universität? Oder ist es ein privates Forschungsinstitut? (Liegen damit Interessen der Auftraggebenden vor)? Oder eine Forschungsabteilung, die einem Ministerium oder einer Behörde unterstellt ist?

- Handelt es sich um einen Blogbeitrag? Ist der:die Blogger:in ein:e Wissenschafter:in? Oder ist es ein persönlicher Erfahrungsbericht? (und damit kein Befund mit wissenschaftlicher Evidenz?) Oder die Erklärung einer gefundenen Studie? (Wenn ja, suchen sie die Studie im Original.)

- Handelt es sich um den Beitrag eines:r Influencer:in? Ist der:die Content Creator ein:e Wissenschafter:in? Ist es ein persönlicher Erfahrungsbericht? (Damit kein Befund mit wissenschaftlicher Evidenz) Inkludiert der Content eine Konsumempfehlung bzw. den Erwerb eines bestimmten Produktes? (Ist es also ein werblicher Inhalt und keine unabhängige Information?)

Zur Qualität des Contents/Beitrags:

- Wird die Studie neutral und faktenorientiert dargestellt? Oder liegt hier ein Meinungsbeitrag, eine dezidierte Position des:der Kommunikator:in vor? Werden die Ergebnisse in der Interpretation nüchtern analysiert oder gibt es eine emotionalisierende Darstellung? (Im Falle letzterer ist der Bericht nicht vertrauenswürdig.)

- Liefert der Beitrag auch Kontextwissen zum Thema an sich? Zu anderen wichtigen Studien oder zu den Forschenden? Werden die Ergebnisse am Ende eingebettet oder gibt es nur das Lob einer Untersuchung? (In letztem Fall ist Vorsicht geboten.)

Nach der Prüfung der Quelle an sich gilt es, die Vertrauenswürdigkeit der bereitgestellten Inhalte zu reflektieren. Für die Praxis von Wissenschaftsjournalist:innen existieren mittlerweile Checklisten (Wormer, 2022), die in vereinfachter Form für die Prüfung von Mediennutzenden herangezogen werden können:

Wie kompetent ist der:die Expert:in?

- Für welche Einrichtung arbeitet er:sie? (angesehene öffentliche Forschungseinrichtung oder Universität? Privates Forschungsinstitut mit Interessen von Auftraggebenden?)

- Verfügt der:die Expert:in über wirkliche Expertise? Verfügt der:die Autor:in über einen passenden Studienabschluss?

- Wie viel hat sie:er zu diesem Thema publiziert?

- Wurde der:die Expert:in bereits mit Forscherpreisen ausgezeichnet?

- Wurde der:die Expert:in gefördert – wenn ja, wie?

- Liegt ein Drittmittelprojekt von einer Forschungsförderungs-Einrichtung vor? (FWF, Wissenschaftsfonds der Stadt Wien oder von Bundesländern, EU-Förderung, Förderung eines Bundesministeriums, von einer Stiftung, Stipendien für exzellente Forscher:innen z. B. Herta Firnberg Stipendium)

- Handelt es sich um anwendungsorientierte Forschung? Entstehen daraus möglicherweise Interessenkonflikte?

- Wie unabhängig von den Financiers konnte die Studie arbeiten (Wurde z. B. die Zufriedenheit der Nutzer:innen nur eines Mediums untersucht oder die Zufriedenheit mit einem breiten Medienangebot? Grundregel: Wenn eine Studie gegen die Interessen der Auftraggebenden Ergebnisse bringt und die Studie das trotzdem aufzeigt, steigt die Vertrauenswürdigkeit.)

- Gibt es möglicherweise Gründe, warum die Studie jetzt veröffentlicht wurde? (Gibt es aktuell eine politische Debatte dazu, die vielleicht von Auftraggeber:innen beeinflusst wird?)

Welche wissenschaftliche Güte weist die Studie auf?

- Wurde die Studie schon in einem wissenschaftlichen Journal veröffentlicht?

- Ist die Studie als Bericht online verfügbar?

- Ist die Forschungsfrage der Studie sinnvoll? (Werden hier also Befunde generiert, die der Problemlösung der Gesellschaft dienen?)

- Werden Begriffe definiert? (Manche Begriffe – insbesondere im Medienbereich – werden auch in der Alltagssprache verwendet, brauchen aber eine präzise wissenschaftliche Definition.)

- Wird die Untersuchungsmethode beschrieben? Wie detailliert werden Stichprobenziehung, Begründung der Methode dargestellt?

- Wie lange dauerte die Studie? (Ist der untersuchte Zeitraum ausreichend, um die Forschungsfragen beantworten zu können?)

- Werden ggf. auch Teile des Forschungsinstruments transparent gemacht? (z. B. konkrete Fragen aus einem Fragebogen, deren Ergebnisse visualisiert werden?)

- Beantworten die Ergebnisse die Forschungsfrage? Werden die Ergebnisse in Beziehung zu anderen Studien gestellt?

6. Fazit:

Auch wenn Wissenschaft qua gesellschaftlicher Rolle per se weniger Eigeninteressen attestiert werden als gesellschaftlichen Bereichen wie Politik und Wirtschaft, sollte eine kritische Prüfung der bereitgestellten Inhalte immer stattfinden. Die Ausführungen zum Wandel der Wissenschaftskommunikation machen transparent, dass Medienkompetenz zur Orientierung in der Fülle der Angebote gefordert ist. Nach dieser ersten Ebene der Einordnung gilt es die Vertrauenswürdigkeit der bereitgestellten Inhalte zu prüfen. Wenngleich wissenschaftliche Literacy nicht für alle Publica attestiert werden darf, kann die bereitgestellte Checkliste als Handreichung zur Einordnung dienen. De Facto sind die Möglichkeiten zur Sammlung von Informationen zu einem für die eigene Biographie relevanten Thema über Medien – via vielfältiger Kanäle – vorhanden. Die digitalen Kanäle konnten eine wichtige Kommunikationsbarriere überwinden. Mit dem bereitgestellten Baukasten sollte eine gewinnbringende Nutzung dieses Wissens auch für wissenschaftsfernes Publikum möglich sein.

FH Prof. Mag.ª Dr. Gabriele Falböck ist Dozentin an der University of Applied Sciences (St. Pölten). Sie lehrt u. a. zum wissenschaftlichen Arbeiten und Schreiben sowie zu qualitativen Methoden an der USTP sowie am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. Ihre Forschungsinteressen liegen im Bereich Medien in der Kindheit und Jugend, Medien und Diversity sowie zeitgenössische Kommunikationsgeschichte. Sie ist Mitherausgeberin der kommunikationshistorischen Zeitschrift medien&zeit und redaktionelle Leiterin von SUMO, dem Medienfachmagazin des Bachelor Studiengangs Medienmanagement der USTP.



© Braño, unsplash.com

Quellenverzeichnis

- Allen, L. K., & Kendeou, P. (2024). ED-AI Lit: An Interdisciplinary Framework for AI Literacy in Education. Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences, 11(1), 3–10. https://doi.org/10.1177/23727322231220339
- Baacke, D. (1992). Theorie der Medienpädagogik. In R. Burkart & W. Hömberg (Hrsg.), Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. (S. 171-190.). Wilhelm Braumüller.
- Entradas, M., Bauer, M. W., O'Muircheartaigh, C., Marcinkowski, F., Okamura, A., Pellegrini, G., Besley, J., Massarani, L., Russo, P., Dudo, A., Saracino, B., Silva, C., Kano, K., Amorim, L., Bucchi, M., Suerdem, A., Oyama, T., & Li, Y.-Y. (2020). Public communication by research institutes compared across countries and sciences: Building capacity for engagement or competing for visibility? PLOS ONE, 15(7), e0235191. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0235191
- European Commission. Directorate General for Communication. & European Commission. Directorate General for Communication. (2021). Citizens' knowledge, perceptions, values and expectations of science: Report. Publications Office. https://doi.org/10.2775/071577
- Freinhofer, D., Schwabl, G., Aichinger, S., Breitenberger, S., Steindl, S., & Hechenberger, T. (2025). Prompten nach Plan. Medienimpulse, 63(1). https://doi.org/10.21243/MI-01-25-26
- Greussing, E., Guenther, L., Baram-Tsabari, A., Dabran-Zivan, S., Jonas, E., Klein-Avraham, I., Taddicken, M., Agergaard, T., Beets, B., Brossard, D., Chakraborty, A., Fage-Butler, A., Huang, C.-J., Kankaria, S., Lo, Y.-Y., Middleton, L., Nielsen, K. H., Riedlinger, M., & Song, H. (2025). Exploring temporal and cross-national patterns: The use of generative AI in science-related information retrieval across seven countries. Journal of Science Communication, 24(2). https://doi.org/10.22323/2.24020205
- Jones, R., Colusso, L., Reinecke, K., & Hsieh, G. (2019). r/science: Challenges and Opportunities in Online Science Communication. Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 1–14. https://doi.org/10.1145/3290605.3300383
- Jünger, J., & Fähnrich, B. (2020). Does really no one care? Analyzing the public engagement of communication scientists on Twitter. New Media & Society, (22/3), 387-408.
- Kaiser, J., Fähnrich, B., & Heintz, L. (2023). Ups and downs on "r/science"—Exploring the dynamics of science communication on Reddit. Journal of Science Communication, 22(02). https://doi.org/10.22323/2.22020208
- König, L., & Breves, P. (2021). Providing health information via Twitter: Professional background and message style influence source trustworthiness, message credibility and behavioral intentions. Journal of Science Communication, 20(04), A04. https://doi.org/10.22323/2.20040204
- Lee, J. D., & See, K. A. (2004). Trust in Automation: Designing for Appropriate Reliance. Human Factors: The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society, 46(1), 50–80. https://doi.org/10.1518/hfes.46.1.50_30392
- Litschka, M., Krone, J., Roither, M., & Pinzolits, R. (2025). KI und Medienvertrauen. Mediennutzung und Medienvertrauen in Österreich im Spannungsfeld von KI und Sozialen Medien. Im Auftrag der Rundfunk und Telekom-Regulierungs-GmbH.
- Long, D. & Magerko, B. (2020): What is AI Literacy? Competencies and Design Considerations. In: Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. ACM. 1-16, Doi: 10.1145/3313831.3376727
- Maeda, T., Anderson, H., Quan-Haase, A., Willis, K., & Gignac, S. (2025). Toward Agency-Centered AI Literacy: A Scoping Review. Proceedings of the Association for Information Science and Technology, 62(1), 1575–1577. https://doi.org/10.1002/pra2.1472
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. The Academy of Management Review, 20(3), 709. https://doi.org/10.2307/258792
- Mede, N. G., & Schäfer, M. S. (2020). Science-related populism: Conceptualizing populist demands toward science. Public Understanding of Science, 29(5), 473–491. https://doi.org/10.1177/0963662520924259
- Merkley, E. (2020). Anti-Intellectualism, Populism, and Motivated Resistance to Expert Consensus. Public Opinion Quarterly, 84(1), 24–48. https://doi.org/10.1093/poq/nfz053
- Microsoft. (2025, Februar 7). Prompt engineering techniques. Microsoft Ignite. https://learn.microsoft.com/en-us/azure/ai-foundry/openai/concepts/prompt-engineering?tabs=chat
- Motta, M. (2018). The dynamics and political implications of anti-intellectualism in the United States. American Politics Research, (46/3), 465-498.
- Neuberger, C., Bartsch, A., Reinemann, C., Fröhlich, R., Hanitzsch, T., & Schindler, J. (2019). Der digitale Wandel der Wissensordnung. Theoriearahmen für die Analyse von Wahrheit, Wissen und Rationalität in der öffentlichen Kommunikation. Medien & Kommunikationswissenschaft, (67), 167-186.
- Neuberger, C., & Jarren, O. (2017). Thesen zum Wandel der Wissenschaftsöffentlichkeit und zur Wissenschaftsvermittlung im Internet. In P. Weingart, H. Wormer, A. Wenninger, & R. F. Hüttl (Hrsg.), Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter (S. 65–77). Velbrück Wissenschaft. https://doi.org/10.5771/9783748926672-65
- Ng, D. T. K., Leung, J. K. L., Chu, S. K. W., & Qiao, M. S. (2021). Conceptualizing AI literacy: An exploratory review. Computers and Education: Artificial Intelligence, 2, 100041. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2021.100041

- OpenAI. (2025, Juli 7). Text Generation and Prompting. OpenAI! Platform. https://platform.openai.com/docs/guides/text?api%E2%80%91mode=responses&api-mode=responses
- Pansegrau, P., & Bauer, M. W. (2018). The intensity of media attention as an index of authority of science. In The Cultural Authority of Science. (S. 86-104.). Routledge.
- Paus-Hasebrink, I. (2018). Medienkompetenz: Herausforderungen im Umgang mit konvergierenden Medienangeboten. In S. Moebius, F. Nungesser, & K. Scherke (Hrsg.), Handbuch Kultursoziologie (S. 1–17). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_56-2
- Record, R. A., Silberman, W. R., Santiago, J. E., & Ham, T. (2018). I Sought It, I Reddit: Examining Health Information Engagement Behaviors among Reddit Users. Journal of Health Communication, 23(5), 470–476. https://doi.org/10.1080/10810730.2018.1465493
- Reif, A., & Guenther, L. (2021). How representative surveys measure public (dis)trust in science: A systematisation and analysis of survey items and open-ended questions. Journal of Trust Research, 11(2), 94–118. https://doi.org/10.1080/21515581.2022.2075373
- Reif, A., Guenther, L., & Yokoyama, H. M. (2024). Public (dis) trust in science in digital media environments. Journal of Science Communication, 23(09). https://doi.org/10.22323/2.23090501
- Schäfer, M. S. (2023). The Notorious GPT: Science communication in the age of artificial intelligence. Journal of Science Communication, 22(02). https://doi.org/10.22323/2.22020402
- Schröder, J. T., Brück, J., & Guenther, L. (2025). Identifying trust cues: How trust in science is mediated in content about science. Journal of Science Communication, 24(01). https://doi.org/10.22323/2.24010206
- Starkbaum, J., Auel, K., Bobi, V., Fuglsang, S., Grand, P., Griessler, E., König, T., Losi, L., Seiser, F., Tiemann, G., Taschwer, K., & Unger, M. (2023). Ursachenstudie zu Ambivalenzen und Skepsis in Österreich in Bezug auf Wissenschaft und Demokratie. Studie des Instituts für Höhere Studien (IHS) in Zusammenarbeit mit der Universität Aarhus im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung.
- Stimm, M. (2020). Science slam: Ein Format der Wissenschaftskommunikation aus erwachsenenpädagogischer Perspektive. transcript. https://doi.org/10.14361/9783839449332
- Taddicken, M., & Krämer, N. (2021). Public online engagement with science information: On the road to a theoretical framework and a future research agenda. Journal of Science Communication, (20/03). https://doi.org/https://doi.org/10. 22323/2.20030205
- Teaching & Learning Center Science, U. of A. (2024, März 20). Prompt Engineering. Responsible use of Generative Artificial Intelligence (GenAI) in higher education. https://rise.articulate.com/share/MyfLgG-cXE1a7XBuctQhndpJB-BgpYny#/lessons/okjV7Lc96YV_rV4CDtlo9B47i5sOclJ8
- Waitz, T. (2023). Performanz/Fame. Über Wissenschaftskommunikation. https://doi.org/10.25969/MEDIAREP/19404
- Weingart, P. (2005). Die Stunde der Wahrheit?: Zum Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft. (1. Auflage). Velbrück Wissenschaft. (Ursprünglich erschienen 2005)
- Weingart, P. (2017). Wissenschaftskommunikation unter digitalen Bedingungen. In Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter. (1. Auflage, S. 31-59.). Velbrück Wissenschaft.
- Weingart, P., Pansegrau, P., Rödder, S., & Voß, M. (2007). Vergleichende Analyse Wissenschaftskommunikation: Bericht zum Projekt.
- Weingart, P., Wormer, H., Wenninger, A., & Hüttl, R. F. (2017). Zwischen Euphorie und erster Ernüchterung. Social Media in der Wissenschaftskommunikation. In Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter. (1. Auflage, S. 19-27.). Velbrück Wissenschaft.
- White, J., Fu, Q., Hays, S., Sandborn, M., Olea, C., Gilbert, H., Elnashar, A., Spencer-Smith, J., & Schmidt, D. C. (2023). A Prompt Pattern Catalog to Enhance Prompt Engineering with ChatGPT (Version 1). arXiv. https://doi.org/10.48550/ARXIV.2302.11382
- Wissenschaft im Dialog. (2023). Wissenschaftsbarometer 2023. https://wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wissenschaftsbarometer/
- Wormer, H. (2022). Qualitätsstandards: Checklisten als Hilfsmittel. In C. Weihs (Hrsg.), Statistische Datenanalyse im Journalismus (S. 217–233). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-64693-9_15
- Wormer, H. (2024). Wissenschafts- und Medienkompetenz in der Erwachsenenbildung. Magazin für erwachsenenbildung.at, (52), 111-119.



Mag.ª Sarah Funk,
Leiterin des Projekts Wissens°raum

© Martina Berger

Wo Neugier ein Zuhause findet

Zwischen Fakten, Fakes und Algorithmen wird es immer wichtiger, wissenschaftliche Informationen einordnen und hinterfragen zu können. Im Interview erklärt Mag.ª Sarah Funk, Leiterin des Projekts Wissens°raum, wie Kinder und Jugendliche lernen können, Wissenschaft zu verstehen, warum kritisches Denken schon im Volksschulalter beginnt und welche Rolle Wissenschaftsvermittlung für die Medienkompetenz der Zukunft spielt.

Der Wissens°raum zeigt, wie Wissenschaft Teil des Alltags werden kann. Aus ehemaligen Bankfilialen, Marktständen oder Geschäftslokalen wurden temporäre Forschungswerkstätten. Orte, an denen Kinder, Jugendliche und Erwachsene experimentieren, Fragen stellen und Wissenschaft erleben können – unabhängig von Herkunft, Bildung oder Einkommen. Was 2013 als Pilotprojekt begann, ist heute – auch dank der Unterstützung der Stadt Wien – eine feste Institution in Wien-Margareten. „Die Idee war, Wissenschaft für alle zugänglich zu machen. Auch dort, wo Menschen weniger Möglichkeiten haben, außerschulische Bildungsangebote wahrzunehmen“, erzählt Funk. Der Anspruch dahinter ist ebenso einfach, wie ambitioniert: Wissenschaft dorthin zu bringen, wo Menschen ohnehin vorbeikommen. Nicht in Universitäten, Hörsäle oder Museen. Sondern mitten ins Grätzl. Wissenschaft soll kein exklusiver Bereich für wenige sein, sondern ein selbstverständlicher Teil des gesellschaftlichen Lebens.

Wissenschaft beginnt nicht mit Antworten

Wer den Wissens°raum betritt, findet keine klassische Ausstellung vor. Es gibt keine vorgegebenen Rundgänge, keine langen Erklärungstafeln und keine richtigen oder falschen Lösungen. Stattdessen wird ausprobiert, gebaut, beobachtet und diskutiert.

Während Kinder in der Schule oft darauf trainiert werden, Fragen zu beantworten, dreht der Wissens°raum die Perspektive um. Hier stehen die Fragen selbst im Mittelpunkt. Warum fliegt etwas? Weshalb leitet ein Material Strom? Wie entsteht Wissen überhaupt? „Unser Ziel ist eigentlich, das Fragenstellen zu ermöglichen. Wenn ein Kind mit mehr Fragen hinausgeht, als es gekommen ist, sagen wir: Super, genau das wollen wir." Im Hintergrund arbeitet der 3D-Drucker, eine Gruppe Kinder tüfteln konzentriert an ihren Projekten. Vom Interview lassen sie sich kaum ablenken – zu groß ist die Neugier auf das, was als Nächstes entsteht. Es ist genau jene Atmosphäre des Entdeckens, von der Sarah Funk gerade spricht. Für sie ist Neugier keine Vorstufe des Lernens, sondern dessen eigentlicher Motor. Wissenschaft wird deshalb nicht als Sammlung fertiger Fakten vermittelt, sondern als Prozess des Entdeckens. Experimente spielen dabei eine zentrale Rolle, doch sie sind nicht Selbstzweck. „Wir sprechen gerne von Hands-on und Minds-on. Das Experiment ist oft der Einstieg. Danach geht es darum, darüber nachzudenken, zu reflektieren und gemeinsam zu diskutieren." Erst die Verbindung von Tun und Verstehen macht aus einem Versuch einen Lernprozess.

Vertrauen entsteht durch Begegnung

In den vergangenen Jahren wurde viel über Wissenschaftsskepsis diskutiert. Spätestens seit der Corona-Pandemie steht die Frage im Raum, wie Vertrauen in wissenschaftliche Erkenntnisse gestärkt werden kann. Der Wissens°raum verfolgt dabei einen ungewöhnlichen Ansatz. Hier geht es nicht darum, Menschen von Wissenschaft zu überzeugen. Es geht darum, Wissenschaft erfahrbar zu machen. „Wir wollen keine unreflektierte Wissenschaftsgläubigkeit hervorbringen", so Funk. Stattdessen lernen Kinder und Jugendliche selbst, wie wissenschaftliches Arbeiten funktioniert. Sie erleben, dass Erkenntnisse überprüfbar sind. Dass Experimente wiederholt werden müssen. Dass Wissen-

„Wissenschaft soll kein exklusiver Bereich für wenige sein, sondern ein selbstverständlicher Teil des gesellschaftlichen Lebens."



© Martina Berger

schaft von Kritik lebt und sich ständig weiterentwickelt. „Wenn man versteht, wie Wissenschaft funktioniert, kann man auch viel besser unterscheiden, was Fakt und was Fake ist. “Vertrauen entsteht dadurch nicht über Autorität, sondern über Verständnis. Gerade deshalb sieht Funk einen engen Zusammenhang zwischen Wissenschaftsvermittlung und Medienkompetenz. Beide Bereiche fördern die Fähigkeit, Informationen kritisch einzuordnen und Quellen zu hinterfragen. In einer Zeit von Algorithmen, Social Media und Desinformation gewinnt diese Kompetenz zunehmend an Bedeutung. „Was Wissenschaftsvermittlung und Medienkompetenz gemeinsam haben, ist das kritische Hinterfragen von Informationen, Fakten und Wissen.“

Die unsichtbaren Barrieren

Besonders bemerkenswert am Wissens°raum ist sein Fokus auf soziale Inklusion. Denn fehlendes Interesse an Wissenschaft ist oft nicht das eigentliche Problem. Viel häufiger sind es Hürden, die auf den ersten Blick gar nicht sichtbar werden. Ein Eintrittspreis. Eine notwendige Anmeldung. Die Unsicherheit, ob man in einem neuen Umfeld willkommen ist. Sprachliche Barrieren. Fehlende Vorbilder. „Es reicht nicht zu sagen: Wir sind eh gratis, warum kommt ihr nicht?“ Für Sarah Funk beginnt erfolgreiche Wissenschaftsvermittlung deshalb lange vor dem ersten Experiment. Sie beginnt mit Beziehungsarbeit, mit Vertrauen und mit dem Gefühl, dazuzugehören.

Der Wissens°raum setzt deshalb auf offene Nachmittage ohne Anmeldung, auf Mehrsprachigkeit, auf ein diverses Vermittlungsteam und auf eine Atmosphäre, in der niemand das Gefühl haben soll, etwas nicht zu wissen. Trotzdem bleibt die Herausforderung groß. „Es gibt Kinder, die sagen: Ich bin schon hundertmal vorbeigegangen, aber ich habe mich nie hineingetraut.“ Genau deshalb fährt das Team im Sommer mit Lastenrädern in Parks und auf öffentliche Plätze. Die Wissenschaft kommt zu den Menschen – nicht umgekehrt.

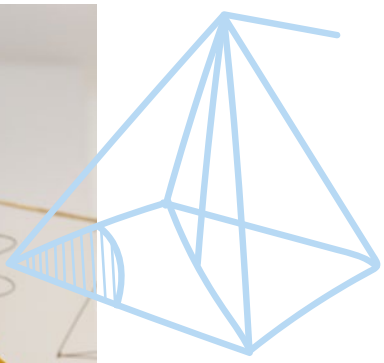
Vom Staunen zum Verstehen

Besonders erfolgreich sind jene Angebote, die mit einem Überraschungsmoment beginnen. „Oft funktioniert der Weg vom Wow zum Aha am besten.“ Zuerst staunen die Kinder über ein ungewöhnliches Phänomen. Danach wollen sie verstehen, warum es funktioniert. Ob Windkanal, Weltraumexperimente oder Kettenreaktionsmaschinen – immer geht es darum, aus Neugier Erkenntnis entstehen zu lassen. Dabei dürfen Fehler passieren. Mehr noch: Fehler sind ausdrücklich erwünscht.

Denn Wissenschaft lebt vom Ausprobieren, vom Scheitern und vom erneuten Versuch. Diese Fehlerkultur unterscheidet den Wissens°raum bewusst von vielen klassischen Lernumgebungen. Leistungsdruck spielt hier keine Rolle. Niemand wird benotet. Niemand muss eine richtige Antwort liefern. „Es geht nicht



© Martina Berger



„Was Wissenschaftsvermittlung und Medienkompetenz gemeinsam haben, ist das kritische Hinterfragen von Informationen, Fakten und Wissen.“

„Oft funktioniert der Weg vom Wow zum Aha am besten."

darum, ob jemand etwas richtig oder falsch macht. Es geht darum, gemeinsam herauszufinden, wie man einer Antwort näherkommt."

Wenn Wissenschaft zum eigenen Raum wird

Vielleicht zeigt sich die Wirkung des Wissens°raums am deutlichsten bei jenen Kindern, die regelmäßig kommen. Viele werden mit der Zeit selbst zu kleinen Expert:innen. Neue Besucher:innen werden von ihnen herumgeführt. Experimente erklärt. Fragen beantwortet. „Es war unglaublich berührend zu sehen, mit wie viel Selbstvertrauen Kinder durch den Raum führen und sagen: Das ist mein Wissens°raum." Aus Besucher:innen werden Mitgestalter:innen. Genau darin erkennt Sarah Funk einen wesentlichen Erfolg des Projekts. Wissenschaft wird nicht konsumiert, sondern angeeignet. Sie wird Teil der eigenen Lebenswelt.

Eine Vision für die Zukunft

Der Wissens°raum ist mittlerweile weit über Wien hinaus bekannt. Das Konzept wurde nach Frankreich übertragen. In Paris entsteht ein eigener Wissens°raum. Auch andere Städte haben das Modell bereits aufgegriffen. Die langfristige Vision bleibt dennoch dieselbe wie vor mehr als zehn Jahren. Mehr Orte schaffen, an denen Wissenschaft niedrigschwellig, offen und inklusiv erlebt werden kann.

Denn Wissenschaftsverständnis entsteht selten durch eine einzelne Information. Es entsteht durch Erfahrungen, Begegnungen und die Möglichkeit, selbst aktiv zu werden. Oder, wie Sarah Funk es beschreibt: „Vertrauen entsteht, wenn Menschen selbst erleben können, wie Wissenschaft funktioniert."

Vielleicht beginnt Wissenschaft deshalb nicht in einem Labor oder Hörsaal. Vielleicht beginnt sie dort, wo jemand eine Frage stellt und merkt, dass diese Frage willkommen ist.



© Martina Berger

Über das ScienceCenter-Netzwerk

Das ScienceCenter-Netzwerk ist ein gemeinnütziger Verein, der mehr als 200 Partnerorganisationen aus Wissenschaft, Bildung, Kultur und Forschung in ganz Österreich miteinander vernetzt. Ziel ist es, Wissenschaft durch interaktive Formate erlebbar zu machen, den Austausch zwischen den Akteurinnen und Akteuren zu fördern und neue Formen der Wissenschaftskommunikation zu entwickeln. Neben der Koordination des Netzwerks realisiert der Verein eigene Projekte wie den Wissens°raum, bietet Aus- und Weiterbildungen an und versteht sich als Experimentier- und Lernraum für zeitgemäße Wissenschaftsvermittlung.

„Vertrauen entsteht, wenn Menschen selbst erleben können, wie Wissenschaft funktioniert."

Was fünf Jahre Medienkompetenz-Berichte zeigen

Medienkompetenz sichtbar machen

Medienkompetenz betrifft uns alle – beim Lernen, Arbeiten und Zusammenleben.

Der erste Medienkompetenz-Bericht der RTR Medien zeigte 2022 genau das und rückte Bildung, Generationen und Medien in den Fokus. Welche Initiativen gibt es bereits in Österreich? Und wie vielfältig ist das Thema Medienkompetenz?

Knapp ein Jahr zuvor war die Servicestelle Medienkompetenz gesetzlich (§ 20a KOG) verankert und eingerichtet worden. Mit ihrem vielfältigen Informationsangebot und als Anlaufstelle für Initiativen im Bereich Medienkompetenz trägt sie dazu bei, Wissen zu bündeln, Akteur:innen zu vernetzen und die Auseinandersetzung mit Medienkompetenz zu fördern. Die Medienkompetenz-Berichte greifen diese Arbeit auf, bilden unterschiedliche Perspektiven ab und schaffen Raum für eine vertiefte Auseinandersetzung mit aktuellen Fragen der Medienkompetenz.

2023 nahm der Bericht erstmals einen besonderen Schwerpunkt genauer unter die Lupe: Bildung. Damit entwickelte sich das Format weiter vom breiten Überblick hin zur Fokussierung auf einzelne Bereiche.

Es zeichnete sich bereits ab, was die folgenden Ausgaben zunehmend prägen sollte: aktuelle Entwicklungen aufzugreifen, Schwerpunkte zu setzen und einzelne Facetten der Medienkompetenz vertieft zu betrachten.

Vom Überblick ins Detail: Anforderungen im Wandel

Die fortschreitende Digitalisierung, das Heranwachsen weiterer Generationen von Digital Natives sowie neue Herausforderungen im Umgang mit digitalen Medien machen deutlich, dass sich die Anforderungen an Medienkompetenz laufend verändern und erweitern. Neben dem kompetenten Umgang mit Medien ist es wichtiger geworden, Informationen kritisch zu hinterfragen und einzuordnen sowie Medien bewusst zu nutzen. Diese Entwicklungen und die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen gilt es in den Medienkompetenz-Berichten aus Theorie und Praxis aufzugreifen.

Mit diesen veränderten Anforderungen entwickelte sich auch der Medienkompetenz-Bericht weiter. 2024 rückte ein konkretes Schwerpunktthema ins Zentrum der Ausgabe: „Medienkompetenz in der journalistischen Praxis“. Diese stärkere thematische Ausrichtung wurde in den folgenden Berichten fortgeführt. Der letztjährige Bericht mit dem Titel „Informiert oder manipuliert – Medienkompetenz als gesellschaftlicher Auftrag“ rückte das Thema Desinformation in den Mittelpunkt. Der vorliegende Bericht widmet sich nun der Wissenschaftskommunikation, einem weiteren aktuellen Themenfeld, in dem Medien eine zentrale Rolle spielen.



Unsere Aha-Momente dieses Berichts

1. **Neugierde weckt Aufmerksamkeit**
   Gute Wissenschaftskommunikation macht neugierig. Sie schafft Interesse und öffnet die Tür, um sich mit neuen und auch komplexen Themen auseinanderzusetzen.

2. **Fehler gehören dazu**
   Wissenschaft entwickelt sich ständig weiter. Fehler, Unsicherheiten und neue Erkenntnisse gehören dazu. Entscheidend ist, transparent damit umzugehen.

3. **Komplexität darf keine Barriere sein**
   Fachsprache und komplexe Zusammenhänge sollen nicht abschrecken. Entscheidend ist, sie so aufzubereiten, dass Wissen verständlich und für möglichst viele Menschen auf Augenhöhe zugänglich wird.

4. **Journalismus als Übersetzer**
   Journalismus schafft eine Brücke zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit. Er übersetzt komplexe Erkenntnisse, ordnet sie ein und schafft damit Orientierung.

5. **Erst wer versteht, kann vermitteln**
   Wer Wissen verständlich weitergeben möchte, muss es zunächst selbst durchdrungen haben. Erst ein fundiertes Verständnis ermöglicht es, komplexe Inhalte klar und verständlich zu vermitteln.

6. **Gute Ansätze brauchen Sichtbarkeit.**
   Und noch etwas hat der Bericht besonders deutlich gemacht: Es gibt bereits zahlreiche Initiativen, Projekte und Menschen, die wertvolle Arbeit im Bereich Wissenschaftskommunikation und Medienkompetenz leisten. Diese Ansätze gilt es sichtbar zu machen.

Was nehmen wir aus fünf Medienkompetenz-Berichten mit?

Fünf Jahre, fünf Berichte und viele neue Perspektiven. Mit jedem Medienkompetenz-Bericht taucht die Servicestelle in ein aktuelles Themenfeld ein.

Dabei geben die Berichte nicht nur Wissen weiter. Auch wir lernen mit jedem Schwerpunkt dazu. Gespräche mit Expert:innen, spannende Initiativen und neue Blickwinkel erweitern unser Verständnis von Medienkompetenz und liefern Erkenntnisse, die über das jeweilige Thema hinausreichen.

Die mittlerweile fünf Berichte haben so auch unsere Arbeit als Servicestelle geprägt. Vor allem haben sie eines deutlich gemacht: Medienkompetenz betrifft uns alle und erfordert gerade in einer zunehmend mediatisierten Gesellschaft gemeinsames Engagement.

Das zeigt sich nicht nur in den Medienkompetenz-Berichten. Auch durch unser quartalsweise erscheinendes Medienkompetenz-Monitoring, die Vernetzungsarbeit im Rahmen des Medienkompetenz-Roundtables, Veranstaltungen und den laufenden Austausch mit unterschiedlichen Akteur:innen kristallisieren sich einige grundlegende Erkenntnisse immer stärker heraus:

- **Medienkompetenz** ist eine Schlüsselkompetenz. Digitale Transformation und neue Medienformen machen sie zu einer grundlegenden Voraussetzung für Orientierung, Information und Teilhabe.

- **Medienkompetenz** verändert sich gemeinsam mit technologischen Entwicklungen, neuen Plattformen, Kommunikationsformen und gesellschaftlichen Herausforderungen.

- **Medienkompetenz** trägt viele Hüte. Sie umfasst unterschiedliche Fähigkeiten und Fragestellungen: vom kritischen Umgang mit Informationen über digitale Kompetenzen bis hin zur Fähigkeit, Medien selbstbestimmt, reflektiert und verantwortungsvoll zu nutzen.

- **Medienkompetenz** braucht Kontext. Gerade weil der Begriff so vielfältig ist, lässt er sich nicht immer eindeutig oder abschließend definieren. Was Medienkompetenz bedeutet, zeigt sich häufig erst in der konkreten Situation und im jeweiligen Themenfeld.

- **Medienkompetenz** braucht Bewusstsein. Sie begleitet uns tagtäglich, bleibt dabei aber oft unsichtbar. Umso wichtiger ist es, ihre unterschiedlichen Facetten greifbar zu machen und Räume für Auseinandersetzung, Reflexion und Lernen zu schaffen.

Wir als Servicestelle versuchen diese Vielfalt abzubilden und freuen uns darauf, mit den kommenden Medienkompetenz-Berichten weitere Themen und Fragestellungen aufzugreifen, neue Perspektiven zu eröffnen und dabei nicht nur unserer Leserschaft neue Einblicke zu vermitteln, sondern auch selbst laufend zu lernen. Denn wie es so treffend heißt: Man lernt nie aus!

Impressum

Eigentümerin, Herausgeberin und Verlegerin
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
Mariahilfer Straße 77–79, 1060 Wien, Österreich
T: +43 1 58058-0, M: rtr@rtr.at
www.rtr.at

Für den Inhalt verantwortlich
Mag. Wolfgang Struber
(Geschäftsführer Fachbereich Medien)
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Umsetzung und Layout
Westgrat – Agentur für Kommunikation
cibus Kreativagentur

Konzept und Text
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Projektleitung: Mag. Stefan Rauschenberger

Unter Mitarbeit von
(in alphabetischer Reihenfolge)
MA Johanna Franek
Genia Mayerböck, BA
Christoph Toifl, BA, MSc
Westgrat – Agentur für Kommunikation

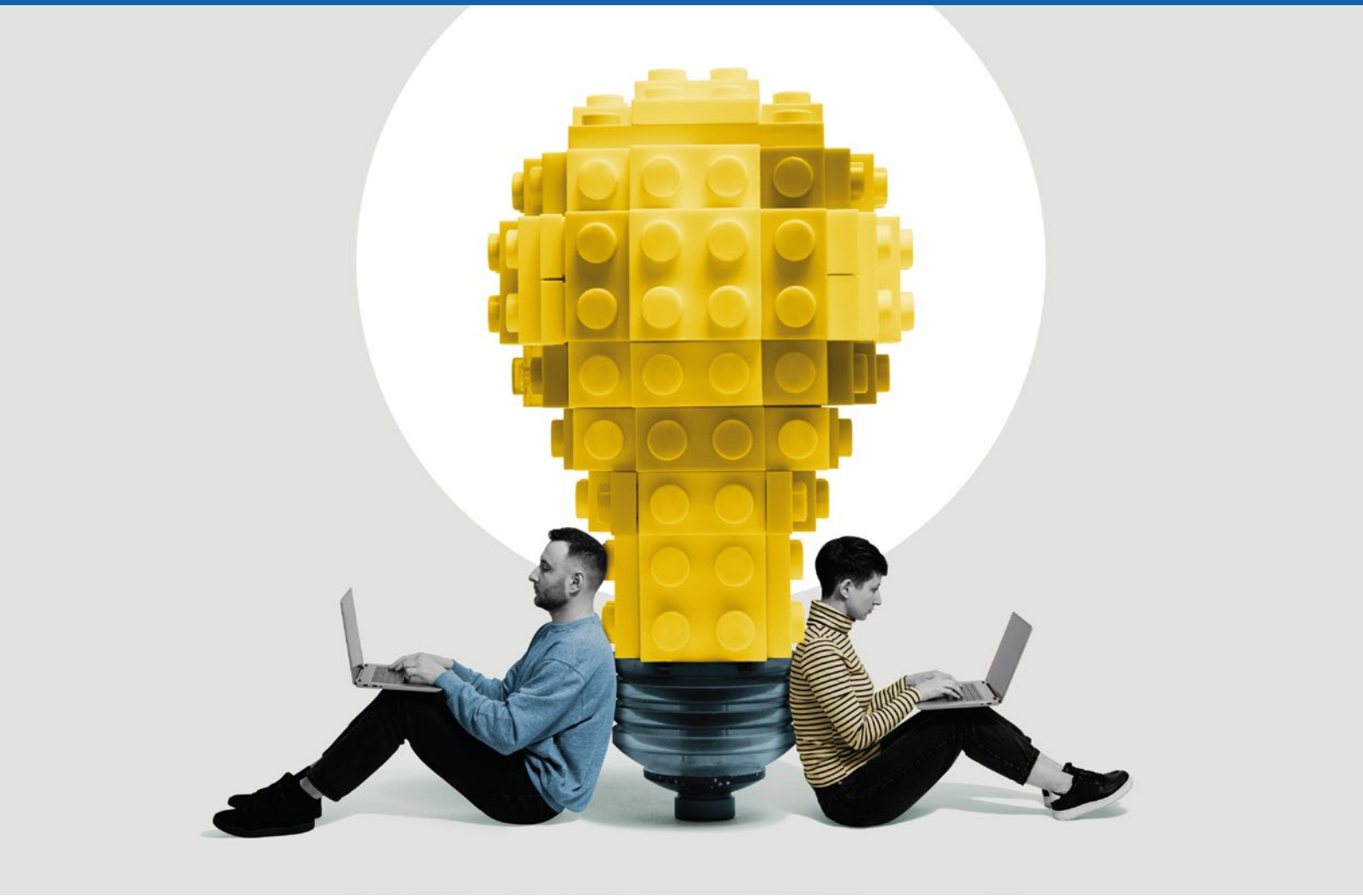
Druck
Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG

Dieses Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die Rechte der Verbreitung, des Nachdrucks, der Übersetzung, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder Vervielfältigungen durch Fotokopie oder auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, der Herausgeberin vorbehalten.

© Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH 2026

RTR

Mit diesem Bericht erfüllt die RTR ihren gesetzlichen Auftrag als Kompetenzzentrum, das die Öffentlichkeit unter anderem durch Fachveranstaltungen sowie durch Publikationen oder Veröffentlichungen auf der Website über Entwicklungen auf dem heimischen Medienmarkt informiert.



Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
Mariahilfer Straße 77–79, 1060 Wien, Österreich
T: +43 1 58058-0, M: rtr@rtr.at
www.rtr.at