

Wissenschaft für alle: Patricia Löwe über Kommunikation jenseits der Komfortzone

Patricia Löwe diskutiert neue Wege der Wissenschaftskommunikation für den Forschungsverbund Berlin e.V. – Einblick in aktuelle Herausforderungen.

In der heutigen Zeit ist es unerlässlich, dass Wissenschaftskommunikation über die traditionellen Grenzen hinausgeht. Patricia Löwe, die Referentin für Unternehmenskommunikation beim Forschungsverbund Berlin e. V. (FVB), betont die Notwendigkeit, den Dialog zwischen Wissenschaft und der breiten Gesellschaft zu fördern. „Wissenschaft muss aus ihrer Komfortzone heraus und an alltäglichen Orten präsent sein, um das Interesse der Menschen zu wecken und sie zum Austausch einzuladen“, sagt Löwe und bringt damit ein zentrales Anliegen der aktuellen Forschungsdebatte zum Ausdruck.

Die Pandemie und die damit verbundenen Krisen haben verdeutlicht, wie wichtig dies ist. „In unruhigen Zeiten ist es unsere Verantwortung als Wissenschaftler:innen, die Prinzipien der Neugier und des Wissenserwerbs zu verteidigen“, erklärt der Vorstand des FVB. Die Wahrung der Freiheit des Denkens und die Förderung der Toleranz stehen an oberster Stelle, besonders in einer Zeit, in der auch die Demokratie unter Druck steht.

Ansatz der Wissenschaftskommunikation

Der Forschungsverbund Berlin besteht aus sieben Leibniz-Instituten, darunter das Max-Born-Institut für Nichtlineare Optik.

Während die einzelnen Institute ihre eigenen Kommunikationsstrategien verfolgen, hat die Unternehmenskommunikation von Löwe die Aufgabe, die Arbeit des gesamten Verbundes sichtbar zu machen. Dies geschieht nicht nur durch Pressemitteilungen und Publikationen, sondern auch über Social Media und Website-Inhalte, die darauf abzielen, die Forschung einem breiteren Publikum näherzubringen.

„Besonders die Präsentation von Forschungsergebnissen an nicht wissenschaftlichen Orten und in neuen Formaten ist entscheidend“, so Löwe. Plattformen wie TikTok und die Gestaltung von Videos seien derzeit besonders wichtig, um jüngere Menschen anzusprechen: „Wenn wir hier nicht aktiv werden, verpassen wir die Chance, die nächste Generation zu erreichen.“

Ein Beispiel für erfolgreiche Wissenschaftskommunikation ist die „Lange Nacht der Wissenschaften“. In dieser Veranstaltung erhalten Besucher jeden Alters die Möglichkeit, sich über die verschiedenen Forschungsarbeiten zu informieren und sogar mit Wissenschaftler:innen ins Gespräch zu kommen. „Wir zeigen Exponate von Kristallen bis hin zu einmaligen Objekten wie einem Nashornfötus, um Neugier zu wecken und junge Menschen für unsere Themen zu gewinnen“, erläutert Löwe begeistert.

Aufklärungsarbeit und Zugänglichkeit

Ein zentraler Aspekt der Wissenschaftskommunikation ist die Aufklärungsarbeit. „Wir haben die Pflicht, wissenschaftliche Themen zu vermitteln“, sagt sie. Je besser die Menschen informiert sind, desto selbstbestimmter und handlungsfähiger können sie in der Gesellschaft agieren. „Es ist eine wechselseitige Beziehung: Forschung muss die Gesellschaft erreichen und umgekehrt“, erklärt Löwe.

Die Wissenschaft wird als unverzichtbarer Bestandteil einer funktionierenden Demokratie betrachtet. Sie braucht einen

Raum, um frei zu agieren und um innovative Ideen zu entwickeln. „Nur in einer weltoffenen und toleranten Gesellschaft blühen Forschung und Wissenschaft auf“, hebt Löwe hervor. Der Zugang zu Bildung und Information ist entscheidend, um eine informierte und engagierte Gesellschaft zu fördern.

Abschließend lässt sich sagen, dass Patricia Löwe und der Forschungsverbund Berlin e. V. sich mit Hingabe und Kreativität für eine erfolgreiche Wissenschaftskommunikation einsetzen. Sie suchen nach neuen Wegen, um die Kluft zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu überbrücken und ermutigen zu einem offenen Dialog. Durch innovative Formate und eine zielgruppengerechte Ansprache möchten sie das innovative Potenzial der Forschung für jeden nutzbar machen.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)