

## Wissenschaft in Zeiten der „Emokratie“

*Thomas Hofer*

*Politikberater und Geschäftsführer der H&P Public Affairs GmbH*

*Spätestens mit der COVID-19-Krise wurde offensichtlich, was sich schon länger angekündigt hatte: Immer emotionalere politische Diskurse rücken die Wissenschaft nicht nur ins Zentrum der Aufmerksamkeit, sondern auch ins politische Schussfeld.*

In der politischen Kommunikation ist Vertrauen das wichtigste Kapital. In Zeiten multipler und kaum überschaubarer, geschweige denn verstehbarer Krisen gilt das umso mehr. Mit der medialen Dominanz dieser Krisensituationen, wie etwa bei der COVID-Pandemie ab dem Jahr 2020 beobachtbar, ist eine schon bestehende Vertrauenskrise ins vor allem von rechtspopulistischen Parteien geschmähte politische „System“ noch einmal vertieft worden. Das hat auch mit einer fragmentierten und nicht immer höchsten journalistischen Standards gehorchenden Multikanalvielfalt zu tun. Mit Regierungen, die versuchten, der Dynamik der Pandemie mit geeigneten und ungeeigneten Maßnahmen Herr zu werden und mit der sichtbaren Einbeziehung medizinischer Fachexpertise sind zusehends auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in den Fokus der allgemeinen Aufmerksamkeit gerückt.

Damit allerdings sind sie – ob sie das nun wollten oder nicht – auch zu medialen und politischen Zielscheiben geworden. Und je stärker die Wissenschaft auf das politische Parkett drängte, oder gedrängt wurde, desto mehr Vertrauen büßte sie in Maßnahmen-skeptischen Bevölkerungsgruppen auch ein. Eine Sonderauswertung des Eurobarometers<sup>1</sup> rund ein Jahr nach Pandemiebeginn zeigte gerade für Österreich erschreckende Ergebnisse: Auf die Frage, ob das Attribut „ehrlich“ Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler gut beschreibe, stimmten hierzulande bloß 47 Prozent der Befragten zu<sup>2</sup> – der zweitniedrigste Wert innerhalb der Union (und nur knapp vor Deutschland). Der Behauptung, dass Kenntnisse über Wissenschaft im täglichen Leben des oder der Befragten nicht von Bedeutung seien, stimmten dagegen 53 Prozent „voll und ganz“ (20%) oder zumindest „eher“ (33%) zu.<sup>3</sup> Das „Wissenschaftsbarometer“ der Akademie der Wissenschaften auf Basis einer Erhebung von Gallup International<sup>4</sup> zeigte zwar ein positiveres Bild und ein leicht steigendes Vertrauen in die Wissenschaft nach dem Ende der heiklen Phase der COVID-19-Pandemie. Allerdings brachte auch dieses Barometer die Erkenntnis, dass bei umstrittenen und im Alltag schwer zu integrierenden wissenschaftlichen Erkenntnissen aus einem Fachbereich – etwa im Bereich der Klimaforschung – das Vertrauenslevel deutlich absank: Während etwa 79 Prozent der

<sup>1</sup> Europäische Kommission, Bericht zum Spezial-Eurobarometer 516, *Kenntnisse und Einstellungen der europäischen Bürgerinnen und Bürger zu Wissenschaft und Technologie*, April-Mai 2021.

<sup>2</sup> Ebda., Seite 184.

<sup>3</sup> Ebda., S. 36.

<sup>4</sup> Österreichische Akademie der Wissenschaften, *Wissenschaftsbarometer Österreich 2023*, Erhebung durch Gallup International, Stichprobengröße 1.500 Fälle (1.000 Online-Interviews (CAWI); 500 Telefon-Interviews (CATI); Erhebungszeitraum 18.9. bis 29.10.2023).

Befragten sehr stark oder stark mathematischer Expertise vertrauten, war dieser Wert bei der Klimaforschung nur bei 58 Prozent.

Angesichts dieser Daten kann man nicht nur von multiplen Krisensituationen, sondern auch von multiplen Vertrauenskrisen sprechen: Neben Parteien und Medien sind auch Expertinnen und Experten zunehmend in einer Situation, angefeindet und attackiert zu werden. Das hat sehr viel mit der Medienlandschaft des 21. Jahrhunderts zu tun, in der es für eine Vielzahl an Personen deutlich einfacher geworden ist, auch unqualifizierte Kritik sowie Verschwörungserzählungen rasch und emotional aufgeladen an große Personengruppen zu senden.

In diesem Beitrag soll der Frage nachgegangen werden, welche anderen Ursachen zu dieser Entwicklung geführt haben und auf welche Parameter sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler im öffentlichen Diskurs künftig einstellen werden müssen. Im Folgenden sollen einige relevante Faktoren, freilich ohne Anspruch auf Vollständigkeit, betrachtet werden:

### **Die Dominanz der (neuen) politischen Logik**

Insgesamt ist der Trend in der politischen Kommunikation zu beobachten, dass Emotionen in der Vermittlung immer öfter über Zahlen, Daten und Fakten obsiegen. Nun ist es keine neue Einsicht, dass Kampagnen auch eine emotionale Aufladung brauchen. Auch die Wahlplakate der 50er Jahre waren zugespitzt und geladen mit negativen Gefühlen gegenüber dem politischen Wettbewerb. Was sich allerdings geändert hat, ist einerseits die mediale Umgebung, in der potenziell jede und jeder Einzelne zum Sender breit gestreuter Botschaften werden kann. Dazu kommt der Umstand, dass aufgrund des weitgehenden Vertrauensverlustes in die politische und mediale Institutionenlandschaft deren Präsentation von Sachverhalten von einigen Zielgruppen angezweifelt, als nicht „objektiv“ oder gar als Teil einer Inszenierung gesehen wird.

Auch in Österreich rutscht sohin die Demokratie in Richtung einer „Emokratie“, in der politische Kommunikatorinnen und Kommunikatoren wissen, dass mit der erfolgreichen Etablierung einer möglichst starken Emotion in einer genügend großen Teilöffentlichkeit keine faktenbasierte Beweisführung mehr notwendig ist. In den Vereinigten Staaten ist diese Ausbaustufe der Emokratie bereits erreicht: Dort kann Ex-Präsident Donald Trump (R) völlig faktenwidrig behaupten, die Präsidentschaftswahl des Jahres 2020 wäre zu seinen Ungunsten manipuliert worden. Auch wenn seriöse Medien, Gerichte und unabhängige Expertinnen und Experten das Gegenteil nachweisen, „gefühlte“ liegt Trump mit seinen Behauptungen in den für ihn relevanten Zielgruppen richtig. Ihm genehme Zahlen, Daten und „Fakten“ kann er getrost zu seiner etablierten Grundemotion dazubasteln. Auch wenn diese von Dritten objektiv widerlegt werden, erreichen diese Richtigstellungen die Trump-Zielgruppen nicht (oder werden sofort als Teil einer Verleumdungskampagne gegen ihn eingeordnet).

Hierzulande ist diese Form der Emokratie zwar (noch) nicht der Standard. Allerdings hat auch in Österreich die hochemotionale Auseinandersetzung um die von der türkis-grünen Bundesregierung ab 2020 ergriffenen Maßnahmen gegen die Ausbreitung von COVID-19

ähnliche Muster gezeigt wie jene für die USA beschriebenen. Eine Gallup-Umfrage<sup>5</sup> im Frühjahr 2021 wies etwa darauf hin, dass gleich 76 Prozent der FPÖ-Wählerinnen und -Wähler mit den damals sehr präsenten Anti-Corona-Maßnahmen-Protesten sympathisierten. Am anderen Ende des Zustimmungsrangings war die Anhängerschaft der Grünen (21 % Zustimmung) und der ÖVP (mit gar nur 14 % Sympathie) verortet. Hätte es zu diesem Zeitpunkt noch eine türkis-blaue Bundesregierung gegeben, wären wohl die ersten Anti-Corona-Maßnahmen nicht dramatisch anders ausgefallen, sehr wohl aber deren (partei)politische Bewertung. Dieses Beispiel soll zeigen, wie volatil und interpretationselastisch die Einordnung politischer Maßnahmen sein kann.

Das in Österreich erhobene Stimmungsbild wurde durch Untersuchungen auch in den USA klar untermauert. Laut Daten der University of Chicago klaffte beim Vertrauenslevel in medizinisches Fachpersonal eine große Lücke zwischen Demokraten und Republikanern zuzuordnenden Wählerinnen und Wählern. Während das Vertrauenslevel in medizinische Expertinnen und Experten laut den Untersuchungen der University of Chicago lange relativ parallel verlief (allerdings in den 80ern und 90ern häufig mit einem höheren Level unter der republikanischen Partei Nahestehenden), entwickelte sich die Zustimmungsrate mit Beginn der Pandemie deutlich auseinander. 2021 lag sohin das Vertrauenslevel unter republikanischen Wählerinnen und Wählern nur mehr bei knapp über 30 Prozent, bei demokratischen Wählerinnen und Wählern kletterte der Wert auf knapp 50 Prozent.<sup>6</sup>

### **Angst als dominierender Faktor**

Die Dominanz des Faktors Emotion ist das eine. Hinzu kommt in der Praxis der politischen Kommunikation allerdings noch, dass sich auf den Faktor Angst gestützte Kampagnen leichter umsetzen lassen als jene, die auf das Element Hoffnung setzen. Für letzteres braucht man mit Vertrauen ausgestattete Kommunikatorinnen und Kommunikatoren und vor allem eine für die Zielgruppen glaubwürdige und erstrebenswerte Zieldefinition. Für Angstkampagnen braucht es vor allem eines: Feindbilder. Das können unerwünschte Zustände sein, sehr häufig aber setzen solcherart gearbeitete Kommunikationsaktivitäten auf öffentlich präsente Gesichter, gegen die sich mobilisieren lässt.

Gerade in der emotional sehr bewegten Zeit der Corona-Pandemie rückten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sehr häufig in diese Kategorie auf und wurden als Überbringer schlechter Nachrichten oft persönlich beschimpft oder gar attackiert. Die Negativ-Ausrichtung vieler Kommunikationsanstrengungen, gerade in den „sozialen“ Netzwerken, verstärkt also noch einmal den allgemeinen Trend hin zur Emotion.

---

<sup>5</sup> Gallup Corona-Barometer; 1.000 Online-Interviews, repräsentativ für die webaktive Bevölkerung Österreichs ab 16 Jahre; Erhebungszeitraum Ende März 2021.

<sup>6</sup> Quelle: NORC at the University of Chicago; abgerufen am 21.11.2023 unter [https://apnorc.org/wp-content/uploads/2022/01/Confidence-in-institutions-2022\\_v4.pdf](https://apnorc.org/wp-content/uploads/2022/01/Confidence-in-institutions-2022_v4.pdf)

## Die Erweiterung der politischen Kampfzone

Dass in der Politik oft in Freund-Feind-Schemata gedacht wird, ist grundsätzlich nichts Überraschendes. Neu ist allerdings, dass Kommunikatorinnen und Kommunikatoren, die sich als Unabhängige auf dem politischen Parkett wiederfinden, de facto auch zu politischen Akteurinnen und Akteuren gemacht werden. Jene Parteien, denen das Gesagte zupasskommt, versuchen sich dann in der Übung der Eingemeindung und berufen sich auf die kommunizierte Expertise und deren Absender. Andere, die das Präsentierte nicht in die eigene Botschaftsstruktur einfügen können, versuchen dagegen nicht selten eine negative bis abwertende Fremdpositionierung dieser Persönlichkeiten.

Von da ist es dann nicht mehr weit zur Integration solcher Persönlichkeiten in Verschwörungstheorien, in denen dann Abhängigkeiten konstruiert oder andere sinistre Motive unterstellt werden. Diese plötzliche Ausgesetztheit gegenüber (partei)politischen Emotionen, die nicht selten zu Aggressionen werden, ist für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ungewohnt. Ihre logische und nachvollziehbare Herangehensweise an Kommunikation ist das Präsentieren von bisher gesichertem Wissen – aber auch die Benennung noch offener Fragen. Das ist in vielen Fällen so gar nicht kongruent mit der gerade beschriebenen politischen Logik: Denn hier geht es um rasche, möglichst klar kommunizierbare Entscheidungen, um (wissenschaftlich oft unzulässige) Vereinfachungen komplexer Sachverhalte – und, wie oben gezeigt, eben oft auch um die Erzeugung oder das Bekämpfen von Stimmungen in klar definierten Zielgruppen.

Dazu kommt, dass das politische System mit Ungewissheit nur sehr schwer umgehen kann. Auch das wurde zu Beginn der Corona-Krise rasch klar. Wurden wissenschaftliche Einschätzungen die Entwicklung der Pandemie betreffend mit den entsprechend auszuweisenden Bandbreiten und unterschiedlichen Szenarien präsentiert, kam hernach von Entscheidungsträgern aus der Bundesregierung in Hintergrundgesprächen oft der Vorwurf, dass es sich die Wissenschaft hier doch zu einfach mache und sie nicht „klarere“ Handlungsanleitungen liefere. Das hatte freilich auch den Hintergrund, dass die politisch Handelnden die Letztverantwortung für ihre Entscheidungen über Maßnahmen gern delegiert und sich im Zweifelsfall an den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern abgeputzt hätten.

Wie auch immer sich Vertreterinnen und Vertreter der Wissenschaft präsentierten, recht machen konnten sie es der Politik selten. Gab es personen- und institutionenübergreifend einhellige Einschätzungen, war bald vom „Meinungsdiktat“ und einer „Gleichschaltung“ der Wissenschaft die Rede, gab es dagegen unterschiedliche Interpretationen und Maßnahmen-Empfehlungen, war wiederum von der verwirrenden Botschaft und Uneinheitlichkeit seitens der Wissenschaft die Rede.

Klar wurde jedenfalls sehr bald: In der emotionsgeladenen politischen Arena konnten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler kaum die von ihnen angestrebte Rolle der politisch unbeteiligten aber sachkundigen Beobachtenden beibehalten.

## **Das politische Spielfeld**

Wie gezeigt, werden wissenschaftliche Expertinnen und Experten also oft – meist sicher gegen ihren Willen – auf die glatte, politische Bühne geholt und treffen dort dann auf die Gesetzmäßigkeiten der täglichen politischen Praxis. Ihre Erkenntnisse werden entweder instrumentalisiert oder wegen mangelnder Kompatibilität mit bestehenden politischen Botschaftsstrukturen angegriffen.

Freilich gibt es aber auch den umgekehrten Effekt: Bei manchen Themen wissen sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler offensichtlich nicht anders zu helfen, als ganz bewusst die medialen und politischen Gesetzmäßigkeiten zur Verbreitung ihrer Erkenntnisse zu nutzen. Polarisierung wird dabei, im Sinne des sachpolitischen Anliegens, in Kauf genommen. Zu beobachten ist das etwa bei der Kommunikation zur Klimakrise: Hier solidarisieren sich namhafte Expertinnen und Experten etwa mit Klimaaktivistinnen und Klimaaktivisten und werden so zunehmend selbst als aktivistisch und von manchen Zielgruppen somit nicht als „objektiv“ eingeordnet. Zu vergleichen ist das mit dem Effekt, den auch manche Journalistinnen und Journalisten mit dem kommunikativen Schritt in die sozialen Netzwerke erleben: Das Medium verlangt persönliche, zugespitzte und nicht selten auch meinungsbetonte Positionierung. In der eigentlichen journalistischen Arbeit ist man deshalb dann aber auch Angriffen ausgesetzt, eben weil einem mangelnde Ausgewogenheit und „Meinungsjournalismus“ vorgeworfen werden.

## **Der diskursive Populismus**

Der Trend zur emotionalen Aufladung und die Gesetzmäßigkeiten der (neuen) politischen Logik bedingen auch, dass immer mehr politische Akteurinnen und Akteure auf populistische Methoden zurückgreifen. Bekannt ist das etwa von der politisch Rechten und im Fall des ideologisch verbrämten Populismus. Das Motto lautet dann meist: X first! Man kennt es von Donald Trump, der das Motto „America first“ bei seinem ersten Präsidentschaftswahlkampf 2016 platzierte und seither nicht mehr fallen gelassen hat. Lange vor Beginn von Trumps politischer Karriere positionierte sich aber schon ein gewisser Jörg Haider in Österreich sehr ähnlich. „Österreich zuerst!“ hieß der medial als Anti-Ausländer-Volksbegehren bekannte Zwischenwahlkampf der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) im Jahr 1993.

Die bekannte Positionierung rechtspopulistisch geprägter Parteien ist aber bei weitem nicht die einzige Form des Populismus. In Zeiten ökonomischer Stresssituationen greifen unterschiedliche politische Parteien auch vermehrt auf die Möglichkeiten des diskursiven Populismus zurück. Vereinfacht gesagt bedeutet das die bewusst herbeigeführte und kommunikativ unterfütterte Polarisierung zwischen „oben“ und „unten“. Sich selbst verortet man natürlich „bei den Menschen“, also „unten“. Kampagnisiert wird gegen vermeintliche Eliten, Wohlhabende, jedenfalls aber jene, die es sich finanziell, gesellschaftlich oder politisch „richten“ können oder konnten. Wer von einer solcherart hochgezogenen Fremdpositionierung betroffen ist, variiert. Im Fall eher links der Mitte angesiedelter Parteien sind das nicht selten Konzerne, Unternehmen oder eben generell ökonomisch Bessergestellte. Oft geht es in solchen

Situationen aber auch schlicht gegen das „System“ und all seine ihm zugeordneten Einrichtungen, wie es etwa an der Positionierungsarbeit der FPÖ immer wieder abzulesen ist. In diesem Fall sind zum Beispiel auch generell als arbeitnehmernah positionierte Institutionen wie die Arbeiterkammer (AK) oder der Gewerkschaftsbund (ÖGB) Ziel von Angriffen.

Das Prinzip des diskursiven Populismus kann auch sehr einfach auf die Wissenschaftskommunikation umgelegt werden. Stellen sich Expertinnen und Experten auf einen der Parteiposition widersprechenden Standpunkt, können sie leicht zum Teil des viel kritisierten Establishments werden. So kann der Mechanismus der bewussten politischen Zuordnung, wie im Kapitel „Erweiterung der politischen Kampfzone“ beschrieben, greifen. Ziel der politischen Attacke ist klarerweise nicht nur die klare Verortung der von den betroffenen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern vertretenen Position, sondern auch die Desavouierung der Expertin oder des Experten selbst. Die Erweiterung der Kampfzone wird betrieben, um eben keine einordnende Instanz zuzulassen, die – ausgestattet mit wissenschaftlichen Erkenntnissen und Autorität – die eigene, emotional aufgeladene Positionierung erschüttern oder auch nur allgemein bewerten und einordnen könnte.

Wie schon im Kapitel „Das politische Spielfeld“ dargelegt, kann dieser strategische Ansatz aber natürlich auch umgedreht werden. Das Florieren von einzelnen politischen Richtungen zuzuordnenden *Think* oder *Do tanks* verfolgt in vielen Fällen auch die Absicht, diese Denkrichtung nicht nur flankierend zu begleiten, sondern eben auch Wissenschaftlichkeit und somit Objektivität für sich zu reklamieren. Transparent agierende Institutionen sind in dieser Hinsicht tatsächlich kaum angreifbar, weil sie eine klare Kommunikationslinie und Offenheit an den Tag legen, andere wiederum versuchen bloß, sich den Mantel der Unabhängigkeit und sohin reduzierten Angreifbarkeit umzuhängen. Am weitesten entwickelt ist die Landschaft der *Think* und *Do tanks* in den USA, wo tatsächlich kaum ein politisches Themengebiet nicht mehrfach von solchen Einrichtungen begleitet und mit den jeweils angestrebten Rahmenerzählungen versehen wird.

Für wenig geschulte Rezipientinnen und Rezipienten ist der Unterschied zwischen den verschiedenen Akteurinnen und Akteuren in diesem Feld oft schwer zu erkennen. Eben weil die als Wissenschaftskommunikation gekleidete Darstellung von solch tendenziösen Ergebnissen oft nicht den ethischen Standards entspricht, leidet auch das Zutrauen in die Wissenschaft allgemein.

Wie aber können Vertreterinnen und Vertreter der Wissenschaft diesen oben beschriebenen Trends entgegenwirken? Wie lässt sich das Image korrigieren, ohne dass man selbst bewusst auf das politische Spielfeld drängt und sich damit erst recht Attacken oder zumindest Anfeindungen aussetzt? Klar ist, dass es – wie in der Wissenschaft üblich – auch in der politischen Kommunikation keine einfach zu befolgenden Patentrezepte gibt, mit denen sich die dargestellten negativen Auswirkungen einfach bekämpfen oder gar zurückdrehen ließen. Dennoch, einige kommunikative Ansätze lassen sich festmachen. Werden sie von genügend Repräsentantinnen und Repräsentanten der Wissenschaft, Universitäten und

sonstigen wissenschaftlichen Einrichtungen angewendet, kann dem allgemeinen Trend durchaus entgegengewirkt werden:

### **Das Prinzip Nähe**

Eine der effektivsten Methoden, dem schleichenden und angesichts polarisierender Krisen oft sogar deutlich beschleunigten Vertrauensverlust auch in die Wissenschaft zu begegnen, ist es, die Nähe der Adressaten von Wissenschaftskommunikation zu suchen. Gerade in Zeiten der generellen Unsicherheit und auch zusätzlicher Möglichkeiten der Stand- und Bewegtbildmanipulation (etwa über den Umweg der Künstlichen Intelligenz (KI)) wäre eine solcherart erfolgte, kommunikative „Impfung“ die wirksamste Methode gegen ungewollte Fremdpositionierung. Das Prinzip Nähe wird von politischen Akteurinnen und Akteuren immer wieder selbst zur Authentifizierung der erhobenen Ansprüche gesucht, oder zumindest beschworen. Zig Wahlkampf- oder auch nur Zuhörtouren unterschiedlicher politischer Akteurinnen und Akteure sind dafür Beweis genug.

Oft bleiben die Bemühungen aber auf (Vor-)Wahlkampfzeiten beschränkt und sind deshalb wenig nachhaltig und glaubwürdig. Sorgen wissenschaftliche Institutionen aber für einen permanenten und nicht bloß auf Krisensituationen reduzierten Austausch, schaffen sie Plattformen, auf denen auch der gesellschaftliche Benefit von Forschung und Entwicklung in allen relevanten Bereichen dargestellt wird, verhaften im Anlassfall auch Attacken auf die Wissenschaft weniger. Außerdem würde dem landläufigen Vorurteil, wonach Wissenschaft bloß im Elfenbeinturm verharre entgegengewirkt. Freilich: Für einen solchen Schritt braucht es (1) eine durchgängige und auch den modernen Mediengesetzen gehorchende Positionierungsstrategie, (2) einen langen Atem, will heißen einen auf permanente (auch persönliche) Präsenz ausgelegten Kommunikationsplan, (3) eine einfache und doch nicht zu simplifizierende Darstellungsform, welche die Leistungen von Wissenschaft auch eingängig und nachvollziehbar auf den Punkt bringt und, schließlich, (4) auch Kommunikatorinnen und Kommunikatoren, die kraft ihrer Persönlichkeit und Fähigkeit zu nachvollziehbarer Darstellung komplexer Inhalte befähigt sind.

### **Investition in Bildung**

Eine wesentliche, wenn auch nicht rasch wirksame Maßnahme gegen den allgemeinen Trend hin zur Emotionalisierung wären deutliche Investitionen in die mediale und wissenschaftliche Alphabetisierung des Landes. Die eingangs erwähnten Eurobarometer-Daten legen nämlich den begründeten Verdacht nahe, dass die Grundaufgaben von Wissenschaft für das Bestehen und Fortkommen von Gesellschaften nicht hinreichend im öffentlichen Mindset verankert sind.

Ähnliches gilt für den kritischen Umgang und die richtige Einordnung konsumierter Medieninhalte. In Zeiten der Fake News und der immer leichteren Manipulierbarkeit auch audiovisueller Inhalte muss strategisch einem weit verbreiteten Analphabetismus entgegengewirkt werden. Erste Ansätze dazu gibt es mit der Etablierung des Schulfachs

„digitale Grundbildung“. Dem muss aber mehr folgen, will man eine deutlichere Basis schaffen für eine akzeptierte und faktenbasierte Wissenschaftskommunikation.

### **Wissenschaftsjournalismus allein reicht nicht**

Unter Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern weit verbreitet ist die Einstellung, man müsste die Kommunikation hin zu den Wissenschaftsressorts in den Medien optimieren. Das mag ein Aspekt sein, der für eine verbesserte Darstellung einzelner Wissenschaftsbereiche sinnvoll ist. Die mannigfachen Krisen der vergangenen Jahre aber haben gezeigt, dass nicht der Kernbereich Wissenschaftsjournalismus das große Thema ist. Wissenschaftliche Institutionen müssen begreifen, dass ein Thema bei genügend großer Relevanz, die über den engen Bereich eines Fachs hinausgeht, sehr rasch in anderen Ressorts, etwa der Innenpolitik, Wirtschaft oder Chronik landet.

Dort ist spezifisches Fachwissen zu einzelnen Wissenschaftsbereichen naturgemäß weniger stark ausgebildet. Die kommunikative Hürde, sich und seine Inhalte bzw. wissenschaftliche Forschungsergebnisse begreif- und nachvollziehbar zu machen, ist hier also noch einmal höher. Um den oben beschriebenen Prinzipien der politischen Logik aber Rechnung zu tragen und negative Effekte zu vermeiden, ist es eben auch für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler unerlässlich, eine eigene Kommunikationsstrategie zu entwickeln und auf zu erwartende Reaktionen vorab auszurichten.

### **Mag. Dr. Thomas Hofer, M.A.**

Geschäftsführender Gesellschafter von *H&P Public Affairs* in Wien. Arbeitet als Politikberater, Public Affairs Spezialist, Medientrainer und Politik-Analytiker. Er studierte Kommunikationswissenschaft und Anglistik in Wien und als Fulbright-Stipendiat Politisches Management an der Graduate School of Political Management in Washington, D.C. Langjähriger Innenpolitik-Redakteur des „profil“. Unterrichtet Kampagnenmanagement an der FH Wien und der FH Wiener Neustadt. Jüngste Buchveröffentlichungen: Wahl 2019. Strategien, Schnitzel, Skandale (Hg. gem. m. B. Tóth; Wien, 2019); Wahl 2017. Loser, Leaks & Leadership (Hg. gem. m. B. Tóth; Wien, 2017); „Die Tricks der Politiker“ (Wien, 2010). Er ist Permanent Fellow am Institut für Medienpolitik in Berlin.