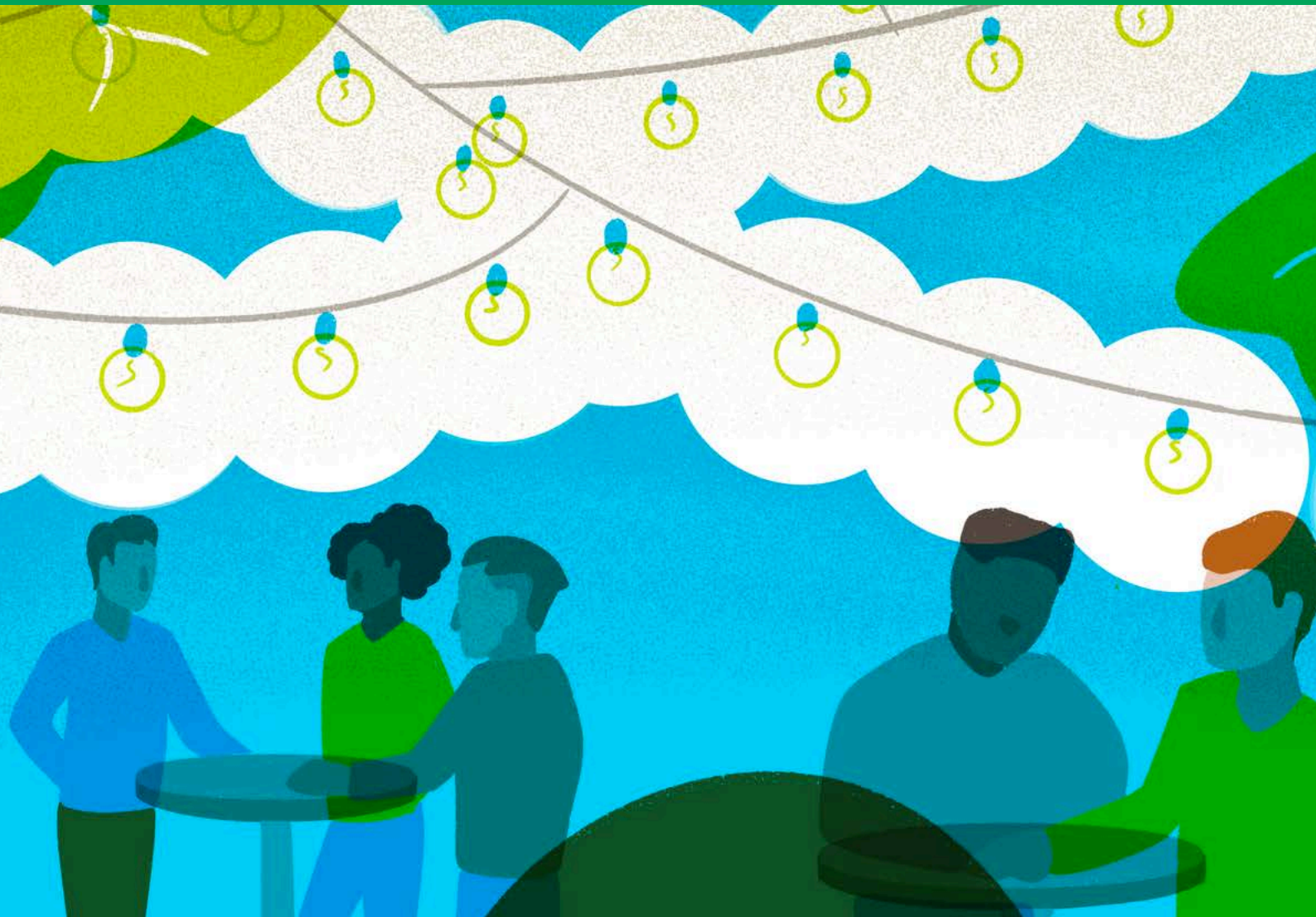


# Wissenschafts- kommunikation und Citizen Science: Ein kleines 5x5



# Einführung

Bekannterweise gibt es fünf Sinne, fünf olympische Ringe und – vielleicht weniger bekannt – fünf platonische Körper. Da ist es naheliegend, sich auf fünf Formate der Wissenschaftskommunikation zu konzentrieren, damit sie nicht das fünfte Rad am Wagen eines Citizen-Science-Projekts wird. Aber wann kann man fünf gerade sein lassen? Wir präsentieren die Quintessenz aus unserem Themenfokus Citizen Science und Wissenschaftskommunikation mit jeweils fünf Kernbotschaften und fünf Tools, welche sich in der Praxis bewährt haben.

Wir wollen hier aber niemandem ein X für ein U vormachen: Es gibt natürlich mehr als fünf wichtige Formate in der Wissenschaftskommunikation und die fünf Kernbotschaften und hilfreichen Tools sind oftmals Ansichtssache. Eine gute Übersicht zu online und offline Kursen bietet ScienceComm Courses. Die vorliegende Auswahl basiert auf der Expertise und praktischen Erfahrung von Fachleuten für Wissenschaftskommunikation von Science et Cité und darüber hinaus. An unserer Lernwerkstatt vom November 2025 wurden die Inhalte vorgestellt und getestet. Vielen Dank an alle Teilnehmenden.

## Gehe zu

- [Medienarbeit](#)
- [Social Media](#)
- [Storytelling](#)
- [Video](#)
- [Wikipedia](#)

# Medienarbeit

Citizen-Science-Projekte sind hervorragende Medienthemen, weil sie durch die Teilhabe von Bürger:innen starke Geschichten bieten und mit Alltagsnähe hohe Relevanz aufweisen können. Sie können zudem oft mit einer guten Mischung aus Daten und Emotionen und spannenden visuellen Situationen punkten. Kommunikation allgemein, und Medienarbeit im Speziellen, sollten in jedem Forschungsprojekt von Anfang an mitgedacht werden. Wenn man frühzeitig überlegt, wie und was man mit den Medien kommunizieren möchte, erhöht man die eigenen Gestaltungsmöglichkeiten und die Chancen, die eigenen Kommunikationsziele zu erreichen.

## 5 Kernbotschaften

- Überlege dir als erstes das Ziel der Medienarbeit. Was willst du damit erreichen?
- Die Kommunikationsfachleute deiner Institution können dich besser unterstützen, wenn du sie frühzeitig einbeziehst.
- Bereite dich auch frühzeitig auf Auftritte in der Öffentlichkeit vor und frage euch innerhalb des Projekts, wer sich dabei am wohlsten fühlt.
- Mündlich und schriftlich: Prägnant formulieren hilft, Missverständnisse zu vermeiden.
- Verwende kurze, leicht verständliche Kernbotschaften.

## 5 Ressourcen

- [Praktischer Leitfaden für Medienarbeit](#) vom SNF
- [Medienkurse für Forschende](#) vom SNF
- Online-Sammlung mit [Know-how und Tipps vom NaWik](#) (Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation GmbH)
- Erklärvideo von Mai Thi Nguyen-Kim zum [NaWik-Pfeil](#), ein Wegweiser der Wissenschaftskommunikation
- Schwerpunkt [Forschende und die Medien](#) von [wissenschaftskommunikation.de](#), einem Portal vom NaWik, Wissenschaft in Dialog ([WiD](#)) und dem Karlsruher Institut für Technologie, mit dem Bundesverband Hochschulkommunikation als Partner

# Social Media

Fast 90% der Schweizer Bevölkerung nutzen Social Media. Sie bieten also die Möglichkeit, Zielgruppen ausserhalb der klassischen Medien anzusprechen, gerade auch durch interaktive Formate wie einem Quiz oder einer Umfrage. Somit haben sie auch das Potential, Interessierte als neue Teilnehmende zu gewinnen. Dabei haben Social Media den Vorteil, dass man mit Individuen und/oder Stakeholdern interagieren kann, ohne bei jeder Interaktion selbst vor Ort sein zu müssen.

## 5 Kernbotschaften

- Passe die Sprache des Contents an die vorher definierte Zielgruppe an.
- Regelmässiges Posten ist zentral, wichtiger als beispielsweise konsequentes Design.
- Die Message sollte schnell klar werden, vermeide Informations-Overload.
- Gestalte Interaktionen möglichst einfach (z.B. Sticker in der Story).
- Ausprobieren ist immer willkommen.

## 5 Ressourcen

- [Mit Instagram Citizen Science sichtbar machen](#), Blogbeitrag auf *Schweiz forscht*
- [Forschungsüberblick](#) „Wissenschaftskommunikation in den sozialen Medien“ der Transfer Unit, einem Projekt von Wissenschaft im Dialog (WiD) und der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften
- [Canva](#), einfach zu bedienende Software aus Australien zur Dokument-, Bild- und Videobearbeitung, Möglichkeit eines [Abos für Bildungseinrichtungen](#)
- [CapCut](#), App aus China zur Bearbeitung von Kurzvideos und Grafiken, weitgehend kostenlos und gut geeignet für Einsteigende
- [Pixabay](#), Webseite für lizenzfreies Füllmaterial (Fotos, Illustrationen, Grafiken, Videos, Musik, Soundeffekte), betrieben als GmbH in Berlin

# Storytelling

Wissenschaft als Geschichte zu kommunizieren ist sinnvoll, weil Geschichten neugierig machen, weil sie uns emotional ansprechen und weil unser Gehirn sie wie tatsächlich Erlebtes verarbeitet, wodurch sie hängen bleiben. Der Aufbau von Spannung fördert unsere Aufmerksamkeit und narrative Involvierung wirkt nachhaltiger als reine Fakten. Das vielleicht bekannteste Storytelling-Format ist die sogenannte Heldenreise (nach Joseph Campbell), die durch ihre Einfachheit besticht und gut auf Citizen Science übertragbar ist: → Ein:e Protagonist:in (Forschende, Bürger:innen, ein Team), → hat ein Ziel (ihren Teil zur Beantwortung einer Forschungsfrage zu leisten), → muss dabei Hindernisse überwinden (äussere Einflüsse, Planbarkeit, gemeinsame Sprache finden), → und kommt schliesslich zum Ziel (Erfolgserlebnis für alle Beteiligten, Befriedigung, Forschungsfrage gelöst).

## 5 Kernbotschaften

- Der Titel ist der Türöffner für eine gute Story. Mit einer Hinwendung zum Konkreten soll er Neugierde wecken, Spannung aufbauen oder die Botschaft zusammenfassen. Vielfach erzeugen Wortspiele und/oder Fragen eine gute Wirkung.
- Eine gute Geschichte aus der Wissenschaft ist smart und simpel, vermeide zu viele Fremdwörter, zu viele Details und zu viel Information über Methodik.
- Viele Geschichten haben eine spannende Prämisse - das kann zum Beispiel ein besonderes Setting sein, in dem ihr euer Vermittlungsangebot inszeniert, oder ein unerwartetes Ergebnis.
- Geschichten leben von Spannung und Konflikt - show me the drama! Dies gilt auch für Wissenschafts-Stories, die oft von gescheiterten Versuchen, Missverständnissen, Ringen um Ressourcen oder Wettbewerben handeln.
- Arbeite eine Kernaussage heraus: Die Geschichte sollte eine klare Botschaft haben, die sich aus den Ergebnissen der Forschung ergibt.

## 5 Ressourcen

- [Ganz normale Held:innen? Storytelling für Citizen Science](#), Blogbeitrag auf *Schweiz forscht*
- [Storytelling ganz konkret](#), Fachbuch von Susanne Schinko-Fischli (Springer 2025). Praxisnahe Theorie und konkrete Techniken und Tools, um Storytelling in verschiedenen Kontexten einsetzen zu können
- [Narrating Sustainability through Storytelling](#), Sammelband (Routledge 2022) über Storytelling, um für Themen der nachhaltigen Entwicklung zu begeistern und über Chancen und Grenzen für die Nachhaltigkeitskommunikation
- [Journalistische Praxis: Science Storytelling](#): Warum Wissenschaft Geschichten erzählen muss, Springer essential (2020) von Martin W. Angler
- [Storytelling für PR-Profis](#), Werkstattheft (2018) des Oberauer Verlags, bringt Themen kompakt und praxisorientiert auf den Punkt (mit der "Heldenreise")

# Video

Videos ersetzen und ergänzen zunehmend journalistische Inhalte, Universitätsvorlesungen, Schulungsunterlagen, Gebrauchsanweisungen und vieles mehr. Als Methode der Wissenschaftskommunikation eignen sie sich unter anderem deshalb vorzüglich, weil sie ein weniger textaffines Publikum auf verschiedenen Ebenen ansprechen. Videos können auf prägnante Weise persönliche Erfahrungen erzählen und konkrete Forschungsarbeit anschaulich abbilden. Von beidem gibt es aus Citizen-Science-Projekten viel Spannendes zu berichten. So bieten Videos die Möglichkeit, theoretisches Wissen indirekt und niederschwellig zu transportieren.

## 5 Kernbotschaften

- Bereite das Skript und die Botschaft sorgfältig vor, allfällige Interviewfragen wollen gut überlegt sein.
- Instruiere die Teilnehmenden gut, zum Beispiel wie sie ihre Texte am besten vortragen und antworten (mit Wiederholung der Frage).
- Es ist hilfreich, den Drehort zu scouten.
- Drehe lieber einmal mehr; es ist besser, zu viel Schnittmaterial zu haben als zu wenig.
- Man kann sich sehr viel zum Thema selbst aneignen, die (technischen) Hürden sind auch dank Smartphones nicht mehr so hoch.

## 5 Ressourcen

- [CapCut](#), App aus China zur Bearbeitung von Kurzvideos und Grafiken, weitgehend kostenlos und gut geeignet für Einsteigende
- [Die goldenen Regeln der Kameraführung](#), Artikel im Magazin von der MAGIX Software GmbH mit Sitz in Berlin
- [So führen Sie perfekte Video-Interviews](#), Tipps von der Agentur Kontrastkraft von der ehemaligen Reporterin Kora Blanken
- [Professionell Filmen mit deinem Smartphone](#) Video (auf YouTube) der Videoagentur mindnapped
- [Video schneiden: 7 Tipps für das perfekte Video](#) von der Kommunikationsagentur Ferris Bühler

# Wikipedia

Wikipedia gehört zu den meistbesuchten Websites weltweit und bleibt eine zentrale Anlaufstelle für wissenschaftliche Informationen im Internet, auch in der Schweiz (gemäss [Wissenschaftsbarometer 2025](#)). Dank seiner grossen Reichweite und einfachen Nutzung eignet sich Wikipedia hervorragend, um Themen und Erkenntnisse aus Citizen-Science-Projekten sichtbar zu machen und Hintergrundwissen rund um Citizen Science zu vermitteln. Die Werte von Wikipedia decken sich mit jenen von Citizen Science: Beide setzen auf kollaboratives, offenes und partizipatives Schaffen von Wissen. Das technische Bearbeiten und Erstellen von Wikipedia-Artikeln sind einfach und intuitiv, es gilt aber, ein paar Punkte zu beachten.

## 5 Kernbotschaften

- Falls du neue Artikel schreiben möchtest: Schau dir die [Relevanzkriterien](#) an, die regeln, welche Themen auf Wikipedia einen eigenen Artikel erhalten.
- Lerne von anderen Wikipedianer:innen: Orientiere dich beim Erstellen von Inhalten an ähnlichen Artikeln und mach dich mit der Community vertraut.
- Nutze die Entwurfseite (de: «[Artikelentwurf](#)», engl.: «[Sandbox](#)») in deinem Nutzerprofil, um das Editieren etwas zu üben und Entwürfe zu erstellen, bevor du diese auf Wikipedia stellst.
- Belege alle Aussagen auf Wikipedia mit Quellen: Wissenschaftliche Papers sind immer gute Quellen; aber auch Artikel aus seriösen Quellen dürfen benutzt werden.
- Wikipedia ist eine kollaborative Plattform: Deine Edits und Artikel müssen nicht perfekt und vollständig sein; andere Wikipedianer:innen werden die Artikel verbessern und ergänzen.

## 5 Ressourcen

- Tipps für Anfänger:innen: [Wikipedia:Starthilfe](#)
- [Video-Tutorial von Wikimedia DE](#)
- Überblick über die [wichtigsten Richtlinien](#) zum Mitwirken auf Wikipedia
- Allgemeine Schreibtipps: [Wie schreibe ich gute Artikel](#)
- Liste mit [WikiProjekten](#) (Gruppen von Editor:innen zu bestimmten Themen)

## Kontakt

Geschäftsstelle Citizen Science Schweiz  
Science et Cité  
Haus der Akademien  
Laupenstrasse 7  
Bern 3008 Switzerland

Telefon: +41 (0)31 306 92 80

Email: [cs@science-et-cite.ch](mailto:cs@science-et-cite.ch)

**Gesamtredaktion: Tizian Zumthurm**

**Gestaltung: Chiara Podany**

**Illustrationen: atelier v**

**Lizenz: CC BY-SA 4.0 International**

**Erste Auflage: 15.12.2025**