

apropro!

Analyse Prognose Projektmanagement

**Methoden- und Effizienzevaluation
zum Jahr der Lebenswissenschaften 2001**

Abschlussreport
(Textband)

Weimar, 27.02.2002

Ihr Ansprechpartner:

apropro! Analyse Prognose Projektmanagement
Dr. Henry Kreikenbom
Schopenhauerstr. 7, 99423 Weimar
Tel.: 0 36 43 / 51 84 24
Fax: 0 36 43 / 51 84 20
E-Mail: info@apropro.de

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Ein themenzentrierter und auf den Begriff „Lebenswissenschaften“ abgestellter gesellschaftlicher Diskurs hat im Jahr 2001 nicht stattgefunden. Selbst unter führenden Beteiligten dominierte ein verkürztes Verständnis von Lebenswissenschaften. Damit waren die Voraussetzungen für eine breite Diffusion des Begriffs in die Öffentlichkeit nicht gegeben. Dementsprechend hat nur eine kleine Minderheit ein umfassendes interdisziplinäres Verständnis von Lebenswissenschaften entwickeln können.
- Entscheidende Faktoren für die Kenntnis des Begriffes Lebenswissenschaften sind die Kommunikation im Freundeskreis, eine positive Grundhaltung zu den Chancen der Gentechnik sowie eine Erwerbstätigkeit. In Ostdeutschland ist die höhere Arbeitslosigkeit ein entscheidendes Hemmnis, über aktuelle gesellschaftliche Diskurse zur Gentechnik im Bilde zu sein und daran auch zu partizipieren.
- Befragte aus den Veranstaltungen in Leipzig und Köln sind im Vergleich zur Gesamtbevölkerung deutlich interessierter an Wissenschaft. Befragte aus diskursorientierten Formaten übertreffen Befragte aus den Ausstellungen in dieser Hinsicht noch einmal recht deutlich. Besonders angesprochen fühlten sich jüngere Befragte und höher Gebildete sowie konfessionell Gebundene. Dagegen ist es nicht gelungen, geringer Gebildete, Arbeiter und ältere Menschen durch die Veranstaltungen anzusprechen. Soziale und wissensbasierte Zugangshürden verhinderten hier eine breitere Ansprache des Publikums.
- Ein höheres Interesse an Themen der Gentechnik und –forschung geht bei den Befragten vor Ort nicht mit einer unkritischen Haltung einher. Vielmehr überwiegt eine abwägende und differenzierte Haltung, die in der breiten Bevölkerung so nicht messbar ist. Insofern ist es gelungen, bei den erreichten Zielgruppen einen kritischen Dialog anzustoßen, der jenseits simpler Akzeptanzkampagnen liegt.
- Besucher der Veranstaltungen sind eher bereit, über das Erlebte zu sprechen und als gatekeeper des angestoßenen Dialogs weiter zu wirken. Höheres Interesse korreliert hier auch mit der Bereitschaft, positiv über die erlebten Veranstaltungen zu berichten oder später eine ähnliche Veranstaltung wieder zu besuchen. Diese Neigung wird noch dadurch verstärkt, dass die erreichten Zielgruppen grundsätzlich bessere Voraussetzungen mitbringen, anspruchsvolle Informationen mit wissenschaftlichem Gehalt zu rezipieren und zu kommunizieren.
- Vortrag und Ausstellung sind alles in allem die robustesten der hier evaluierten Kommunikationsformate. Davon unterschieden sind sensible Formate wie Talkshow und Streitgespräch, die vor allem unter schwächeren Darbietungen einzelner Akteure litten. Generell ist es aber gelungen, in Leipzig und Köln attraktive und interessante Veranstaltungen anzubieten. Das Ziel, Wissenschaft im Dialog zu präsentieren, scheint ge-

lungen. Kein Kommunikationsformat hat sich dabei als prinzipiell ungeeignet erwiesen. In Leipzig wurde allerdings deutlich stärker als in Köln eine expertenorientierte und sachbezogene Darbietung gegenüber event- und diskursorientierten Formaten bevorzugt. Dies verweist auf eine andere Rezeptionskultur in Ostdeutschland, die stärker berücksichtigt werden müsste.

- Das zeitgleich zu den Veranstaltungen laufende Internetspiel hat nur sehr wenige Interessierte an sich gebunden. Wer Zeit und Mühen nicht scheute, fand das Spiel trotz einiger Mängel bei Aufmachung und Bedienbarkeit interessant und ansprechend. Bei intensiverer Werbung, einfacheren Spielbedingungen und besseren Incentives wäre hier ein größeres Teilnehmerpotenzial zu erreichen gewesen.

- Zukünftige Jahresveranstaltungen im Rahmen des Konzeptes „Wissenschaft im Dialog“ könnten noch ein erhebliches Besucherpotenzial mobilisieren. Dazu wäre es nötig, ein breiteres Publikum über geeignete Medien und durch ansprechende Themen aufmerksam zu machen. Dazu wäre allerdings zu klären, ob es nach wie vor eher gateway audiences sein sollen, die die wichtigste Zielgruppe darstellen. Die meisten der im Jahr 2001 verwendeten Formate eignen sich dazu, auch ein breiteres Publikum anzusprechen, wenn sie durch weitere Verbesserungen noch universeller einsetzbar gemacht werden.

Inhalt

	Seite
1. Das Forschungsdesign	5
1.1 Die Ziele der Kampagne	5
1.2 Die Aufgabenstellung der Evaluation	6
1.3 Die Umsetzung der Aufgabenstellung in Forschungsfragen	7
1.4 Die theoretische Grundlegung	8
1.5 Die Operationalisierung und die Erhebungsverfahren	9
2. Befunde	16
2.1 Der Rahmen: Der Diskurs zum Thema Lebenswissenschaften	16
2.2 Zentrale Befunde der Repräsentativbefragungen im Jahr 2001	19
2.2.1 Bekanntheit des Begriffes Lebenswissenschaften	19
2.2.2 Kommunikation zum Thema	24
2.2.3 Chancen der Gentechnik	28
2.2.4 Determinanten der Kenntnis des Begriffes Lebenswissenschaften – ein Modell	28
2.3 Hauptergebnisse aus Leipzig und Köln im Überblick	30
2.3.1 Die Befragungen vor Ort im Vergleich	30
2.3.1.1 Sozialstruktur der Besucher im Vergleich zur Gesamtpopulation	30
2.3.1.2 Kenntnis des Begriffes Lebenswissenschaften	31
2.3.1.3 Quellen für die Kenntnis des Begriffes Lebenswissenschaften	33
2.3.1.4 Inhaltliches Verständnis des Begriffes Lebenswissenschaften	37
2.3.1.5 Wissenschaftsinteresse	38
2.3.1.6 Einstellung zu Gentechnik	39
2.3.1.7 Kommunikation über das Thema Gentechnik	43
2.3.2 Die Ergebnisse der Befragung unter den Besuchern	45
2.3.2.1 Die Sozialstruktur der Besucher	46
2.3.2.2 Motivation, Kommunikation und Ergebnisbewertung der Besucher	50
2.3.3 Die Eignung der eingesetzten Kommunikationsformate	53
2.3.4 Das Internetspiel zum Jahr der Lebenswissenschaften	57
3. Schlussfolgerungen und Empfehlungen	61
3.1 Der Begriff Lebenswissenschaften	61
3.2 Unterschiedliche Angebote in Ost- und Westdeutschland	62
3.3 Das Internetspiel	62
3.4 Die Öffentlichkeitsarbeit für die Veranstaltungen vor Ort	63
3.5 Empfehlungen zu den einzelnen Kommunikationsformaten	64

1. Das Forschungsdesign

Die vom Stifterverband der deutschen Wissenschaft und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung im Mai 1999 ins Leben gerufene Aktion „Wissenschaft im Dialog“ hat zum Ziel, den Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu verstärken und nachhaltig zu führen.

Diese Ziele sollen im Wesentlichen durch zwei Ansätze verwirklicht werden:

- Die Wissenschaftler(innen) der federführenden Institutionen werden dazu aufgefordert, unter dem Stichwort „Forschung zum Anfassen“ den Dialog mit der nicht-wissenschaftlichen Öffentlichkeit zu suchen.
- Durch verschiedenste, teilweise auch „*fun*-orientierte“ Veranstaltungen und Aktionen werden die aktuellen Wissenschaftsthemen der interessierten Öffentlichkeit nahegebracht.

Nach dem „Jahr der Physik 2000“ wurde erstmals im „Jahr der Lebenswissenschaften 2001“ eine Evaluation der gewählten Dialog- und Kommunikationsformate vorgesehen. Die Umsetzung dieser Aufgabe wurde der Firma **apropro!** übertragen.

1.1 Die Ziele der Kampagne

Mit einem Set von Dialog- und Kommunikationsformaten beabsichtigte der Auftraggeber

- die Information der Bevölkerung für das Thema Lebenswissenschaften,
- die Sensibilisierung der Bevölkerung für das Thema Lebenswissenschaften,
- die Schaffung von Möglichkeiten für die Bevölkerung, sich in den Diskussionsprozess aktiv einzubringen,
- die Gestaltung eines öffentlichen gesellschaftlichen Diskussionsklimas,
- die Erhöhung der Aufmerksamkeit gegenüber den Lebenswissenschaften in der öffentlichen Diskussion.

Die Konzeption der Kommunikationskampagne im Jahr 2001 sah 9 Großveranstaltungen und zahlreiche Satellitenveranstaltungen, verteilt über das gesamte Gebiet der Bundesrepublik Deutschland, vor. Aufgabe der begleitenden Evaluation war es, konzentriert auf die Veranstaltungssets an den Standorten Leipzig und Köln folgende Dialog- und Kommunikationsformate zu untersuchen:

1. Im Rahmen von Events im Leipziger Hauptbahnhof unter dem Leitthema „Brennpunkt Körper – Eigenes und Fremdes“ und im Kölner Kongress-Zentrum Gürzenich unter

dem Titel „Lebenslinien – Natur in Bewegung“ war ein vielfältiges Programm mit im wesentlichen drei Grundformaten von Veranstaltungen geplant:

- a) Talkshow: Hier wurde eine Kombination von Gesprächsrunden von Meinungsführern aus der politischen und wissenschaftlichen Öffentlichkeit kombiniert mit deutlich im Hintergrund stehenden Show-Elementen vorgenommen.
 - b) Streitgespräch: Ein moderierter Disput kontroverser Positionen, aufgelockert durch Unterhaltungselemente war hier konzipiert.
 - c) Vortrag: Wissenschaftler berichteten einem breiten Publikum über aktuelle Forschungsergebnisse aus den Lebenswissenschaften.
2. Ergänzt wurden diese Veranstaltungsformate vor Ort durch die *Science Street*, ein Dialogformat, das Wissenschaftler und Laien zu einem Dialog animieren sollte. Dazu wurden in mehreren Ausstellungspavillons Angebote gemacht.
 3. Ortsunabhängig wurde als weiteres Dialogformat ein Internetspiel eingesetzt. Besucher der Homepage „Wissenschaft im Dialog“ des BMBF konnten dort Wissenswertes über Lebenswissenschaften erfahren und gleichzeitig Wissensbausteine sammeln. Die besten Sammler wurden am Ende des Veranstaltungsjahres mit Preisen belohnt.

1.2 Die Aufgabenstellung der Evaluation

Die Evaluation sollte sich auf empirische Untersuchungen stützen, denen ein methodisch offenes Design zugrunde liegt. Die Forschungsaufgaben bestanden in der

- Evaluation der Veranstaltungsformate Talkshow, Streitgespräch und Lesung, wobei vorrangig qualitative Aspekte, z.B. Wandel von Meinungsbildern, Zielgruppen, Motive und Vorbildung, Meinungsänderung, Art und Inhalt des Meinungsbildungsprozesses ermittelt werden sollten;
- Untersuchung der Science Street und des Internet-Spiels hinsichtlich ihrer Wirksamkeit zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit zum Thema Lebenswissenschaften;
- Dokumentation der Wirksamkeit und Reichweite der Kommunikationsformate;
- Analyse der Stärken und Schwächen der Formate;
- Identifizierung von den Dialog fördernden und hemmenden Elementen;
- Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen für politische Vermittlungsprozesse.

1.3 Die Umsetzung der Aufgabenstellung in Forschungsfragen

Unter Lebenswissenschaften werden in Anlehnung an den im angelsächsischen Raum üblichen Begriff *life sciences* im Besonderen Genforschung, Evolutionsbiologie, Bionik, Biotechnologie, Bioinformatik, molekulare Medizin, Ökologie und verwandte Wissenschaften verstanden. Es handelt sich hierbei um einen Bereich von Wissenschaften, die Teilaspekte oder komplexe Zusammenhänge der Entstehung und Entwicklung des menschlichen Lebens zum Gegenstand haben. Dabei bestehen zwischen diesen Wissenschaften zum Teil direkte oder indirekte Zusammenhänge. Die Schwierigkeit der Vermittlung von Wissen über diesen Begriff und der Entwicklung eines Problembewußtseins unter der nicht-wissenschaftlichen Öffentlichkeit besteht darin, die Interdisziplinarität zu verdeutlichen, ohne in einzelwissenschaftlichen Perspektiven zu verharren.

Entsprechend der o.g. Aufgabenstellung und unter Berücksichtigung dieses besonderen Vermittlungsproblems haben wir folgende Forschungsfragen formuliert:

- Inwieweit ist die Erreichbarkeit des Publikums formatabhängig oder themenabhängig?
- Werden bestimmte soziale Gruppen oder die breite Öffentlichkeit erreicht?
- Sind die erreichten Gruppen die im Sinne des gateway audience-Ansatzes intendierten Zielgruppen?
- Wie gelingt es den Akteuren des Kommunikationsprozesses, die Agenda zu bestimmen und Themen zu platzieren?
- Sind ermittelte Stärken und Schwächen der einzelnen Formate format-immanent?
- Sind Einstellungsänderungen und eine Erweiterung des Problembewusstseins im Dialogprozess erkennbar?
- Welche Reichweite besitzt der Begriff Lebenswissenschaften in der Gesellschaft und findet eine Zunahme der Reichweite statt?
- Ist eine Vertiefung des Begriffesverständnisses nachweisbar?
- Wie hoch ist die Akzeptanz der Intention der Veranstaltungen bei den Rezipienten?

1.4 Die theoretische Grundlegung

Die grundlegende Aufgabenstellung des Jahres der Lebenswissenschaften besteht darin, eine Beziehung zwischen der wissenschaftlichen Öffentlichkeit zu verschiedenen nicht-wissenschaftlichen Teilöffentlichkeiten der Gesellschaft unter Berücksichtigung einer besonderen thematischen Fokussierung herzustellen. Die Beziehung zwischen Teilöffentlichkeiten setzt Interaktion auf der Grundlage gegenseitig anerkannter verbaler und non-verbaler Codes und Symbole voraus. Die Auswahl der Sprache und der Symbole wird also für das Erreichen des Ziels eine bedeutende Variable sein. Wir verstehen hier unter *Kommunikation* einen sozialen Prozess, in dem sich die Beteiligten (Personen, Gruppen, Institutionen etc.) jeweils wechselseitig zur **Konstruktion von Wirklichkeit** anregen (Frindte 1998). In diesem Prozess wechseln Sender und Empfänger von Fall zu Fall ihre Rollen. Rezipienten werden zu Multiplikatoren und umgekehrt, je nachdem, an welcher Stelle man in dem wechselseitigen Kommunikationsprozess mit der Betrachtung beginnt. Da die Analyse der Wirkung und die Bewertung der Wirkungsergebnisse der Dialog- und Kommunikationsformate auf die Rezipienten Ziel der Untersuchung ist, setzen wir beim Rezipienten an. Die Multiplikatoren werden nur im Rahmen der Beobachtung der Wirkungen des Kommunikationsprozesses auf die Rezipienten forschungsrelevant. Wir betrachten die Aktion der Multiplikatoren aus der Sicht der Rezipienten.

Die in der Konzeption und Durchführung der Veranstaltungen intendierten Inhalte treffen beim Rezipienten auf vorhandene Wissenspotenziale und Erfahrungen, die zur selektiven Wahrnehmung und damit zur Verstärkung oder Abschwächung bestimmter Aspekte der angebotenen Inhalte führen. So entstehen verschiedene Urteile, die ihrerseits wiederum den Erfahrungsschatz strukturieren. Multiplikatoren und Rezipienten können ihre Einstellungen im Laufe der Kommunikation hinsichtlich der Ziele und Inhalte der Kampagne ändern.

Die intendierte Vermittlung zwischen der wissenschaftlichen und der nichtwissenschaftlichen Öffentlichkeit impliziert einen systemischen Ansatz als theoretisch wichtige Grundlegung unserer Forschungsarbeit. Die *systemtheoretische Sicht* setzt diesen Interaktionen zur Konstruktion von Wirklichkeit den Rahmen. Danach ist zu fragen, ob und inwieweit das politische System als gesellschaftliches Steuerzentrum und Kommunikator fungieren und Diskurse im Sinne eines *agenda setting* initiieren bzw. nachhaltig unterstützen kann.

Da nach unserem Ansatz Kommunikation sehr stark prozessorientiert und weitaus weniger ergebnisbezogen abläuft (man müsste ja ansonsten "nur" messen, ob die vermittelten Inhalte auch "richtig" angekommen sind), wird der gesamte Prozess der Kommunikation zum Thema "Lebenswissenschaften" zum Erkenntnisgegenstand.

In diesem Prozess überlagern sich zwei für uns untersuchungsrelevante Kreisläufe. Der Input-Output-Kreislauf, der von den politischen Akteuren der Veranstaltungsreihe intendiert ist, durchdringt den gesellschaftlichen Kommunikationskreislauf. Der akteursintendierte Input der an der Gestaltung des Diskurses zu den Lebenswissenschaften beteiligten Interessengruppen verschafft sich, beginnend bei den Veranstaltungs-Sets über die mediale Vermittlung, gateways, um sich als Output messbar an der Oberfläche der gesamtgesellschaftlichen Öffentlichkeit in gefilterter und interpretierter Form abzulagern. Die Güte dieses Outputs bestimmt letztendlich den Effekt der Veranstaltungsreihe. Er ist messbar sowohl an den Meinungen der Besucher der Veranstaltungsformate, als auch an den Rezipienten der Medieninformationen.

Die Evaluation muss also an der „Black Box“ des gesellschaftlichen Kommunikationsprozesses „empirische Sonden“ ansetzen, um die Wirkung der Veranstaltungssets und deren Resultat zu messen.

Der Kommunikationskreislauf auf der Mikroebene verläuft zwischen den Akteuren und den Besuchern der Veranstaltungs-Sets vor Ort. Die Qualität des Dialogs zwischen Meinungsführern und Besuchern gibt den Initiatoren der Veranstaltungsreihe ein wichtiges Feedback. Auf der Mesoebene werden Informationen über die Veranstaltungen medial einem breiteren und ortsübergreifenden Rezipientenkreis bekannt gemacht. Eine zweite Feedback-Schleife entsteht, die dem politischen Akteur Rückinformationen über den Verlauf und die Wirkungen der Kommunikation liefert. Rezipienten werden im eigenen Kommunikationskreis zu Multiplikatoren. Das bedeutet, dass sich die Informationen im Dialog auf der Mikro- und der Mesoebene wellenförmig auf die Makroebene übertragen müssten. Die Reflektion der öffentlichen Meinung über das Thema „Lebenswissenschaften“ stellt den dritten Feedbackloop dar. Die politischen Akteure können darüber den gesellschaftlichen Einfluss der Veranstaltungskampagne wahrnehmen.

1.5. Die Operationalisierung und die Erhebungsverfahren

Entsprechend unserem theoretischen Modell unterscheiden wir vier Populationen für die Untersuchung:

- die Rezipienten der Dialog- und Kommunikationsformate im Rahmen der Veranstaltungs-Sets vor Ort (Im Folgenden werden die befragten Besucher der Talkshow, der Streitgespräche und der Vorträge „Panel-Teilnehmer“ oder „Besucher der Veranstaltungen“ und die befragten Besucher der Science Street „Besucher der Ausstellung“ oder „Ausstellungsbesucher“ genannt);
- die Wohnbevölkerung an den Veranstaltungsorten (im Folgenden als Bevölkerung/Befragte an den Veranstaltungsorten“, „Befragte in Leipzig bzw. Köln“ oder „lokale Referenzgruppe“ genannt);

- die Nutzer des Internetspiels;
- die bundesdeutsche Bevölkerung als Referenzgruppe zu den Besuchern der Veranstaltungs-Sets vor Ort sowie Messgröße für die Rezeption der Inputs auf der Ebene der gesamtgesellschaftlichen Öffentlichkeit (im Folgenden „bundesdeutsche Bevölkerung“, „bundesdeutsche Referenzgruppe“ oder „bundesdeutsches Sample“ genannt).

Die mediale Rezeption der Veranstaltungsreihe konnte hier nur mit Hilfe der Analyse des Pressethemenspiegels tangiert werden.

Für die Gewinnung der notwendigen empirischen Daten und Informationen zur Evaluation der vom Auftraggeber vorgegebenen Dialog- und Kommunikationsformate konzentrierten wir uns auf einen Methodenmix aus quantitativ und qualitativ orientierten Erhebungsverfahren.

- Über Gruppendiskussionen zu den Formaten Science Street, Vortrag, Streitgespräch und Talkshow wurden qualitative Informationen zur Wirkung der Formate auf die Rezipienten ermittelt. Insgesamt wurden in Leipzig 41 und in Köln 29 Besucher nach dem Besuch der Veranstaltungen befragt (vgl. Tabelle 1).
- Die Gruppendiskussionen fanden in der Regel am Folgetag, manchmal auch am gleichen Abend nach der Veranstaltung statt. Es wurde Wert darauf gelegt, dass möglichst kurze Zeiträume zwischen den Veranstaltungen und den Gruppendiskussionen lagen.
- Auf die Formate Vortrag, Streitgespräch und Talkshow wurde ein Paneldesign angewendet. Durch mündlich-persönliche Vor- und telefongestützte Nachbefragung der Besucher wurden Vorkenntnisse und Erwartungen mit Eindrücken und dem Erkenntnisgewinn der Rezipienten gespiegelt. Insgesamt wurden in Leipzig 76 Personen vorbefragt und 54 Probanden nachbefragt (Köln 90/55). Partiiell wurden Besucher von Veranstaltungen, die diese vorzeitig verlassen hatten, mündlich-persönlich befragt (Abbrecher).
- Die Vorbefragungen fanden ca. 30 Minuten vor Beginn der jeweiligen Veranstaltung statt (in Leipzig zwischen dem 19. und 25.04.2001 und in Köln zwischen dem 31.10. und 06.11.2001). Die telefonischen Nachbefragungen wurden am Folgetag der Veranstaltung durchgeführt.
- Bei der Science Street wurde eine mündlich-persönliche Nachbefragung der Besucher unmittelbar nach Beendigung der Besichtigung der Ausstellungspavillons durchgeführt. Hier sind insgesamt 94 Besucher zwischen dem 20. und 26.04.2001 in Leipzig und 80 Besucher zwischen dem 01. und 06.11.2001 in Köln befragt worden.

Auf der Mesoebene bedienen wir uns

- einer ständigen Online-Befragung der Nutzer des Internetspiels mit Hilfe eines selbst-führenden elektronischen Fragebogens. 43 Personen füllten den Fragebogen aus.
- einer telefonischen Vorher- und Nachher-Befragung der an den Veranstaltungsorten wohnenden Bevölkerung im Trenddesign. Hier wurden in Leipzig und Köln jeweils 500 Personen repräsentativ vor Beginn der Veranstaltungsreihe und 500 Personen nach Abschluss der Veranstaltungsreihe befragt. Hierbei handelte es sich nicht um eine Panelbefragung, sondern um zwei Querschnittserhebungen.
- einer themengeleiteten Beobachtung ausgewählter Printmedien.

Tabelle 1: Übersicht über die Befragtenstichproben

a) Besucherbefragung (Stichprobenübersicht)

	Talkshow	Vortrag	Streitgespräch	Ausstellung	Gesamt
Leipzig					
▪ Teilnehmer	ca. 80	ca. 40	ca. 20		
▪ Bruttostichprobe	36	25	15	84	160
▪ verwertbare Interviews	35	25	15	84	159
▪ Panelpopulation	25	18	13		54
Köln					
▪ Teilnehmer	ca. 500	ca. 20	ca. 30		
▪ Bruttostichprobe	58	15	17	80	170
▪ verwertbare Interviews	58	15	17	80	170
▪ Panelpopulation	38	8	9		58

b) Bevölkerungsumfragen (Stichprobenübersicht)

	ungewichtet	gewichtet
Bevölkerung Leipzig		
▪ Vorher-Befragung	565	555
▪ Nachher-Befragung	526	536
Gesamt	1.091	1.091
Bevölkerung Köln		
▪ Vorher-Befragung	506	506
▪ Nachher-Befragung	518	518
Gesamt	1.024	1.024
Bevölkerung Deutschland		
▪ Deutschland I	2.539	2.539
▪ Deutschland II	2.499	2.499
▪ Deutschland III	2.508	2.508

c) Teilnehmerstatistik Gruppendiskussion Leipzig

	Talkshow Berlin	Science Street Leipzig	Talkshow Leipzig	Vortrag Leipzig	Streitge- spräch Leipzig
Anzahl der Befragten	12	11	14	6	10
weiblich	3	7	4	4	5
männlich	9	4	10	2	5
bis 20 Jahre	3	2	1	2	2
21 bis 40 Jahre	4	6	8	-	5
41 bis 60 Jahre	5	3	2	1	2
61 Jahre und älter	-	-	3	3	1
Selbständige/r	2	-	1	-	1
Facharbeiter	1	-	-	-	-
in Ausbildung	3	-	-	2	4
- Student Naturwiss.	-	6	4	-	-
- Student Geisteswiss.	-	2	4	-	-
(z.Zt.) nicht berufstätig	-	1	2	2	3

d) Teilnehmerstatistik Gruppendiskussion Köln

	Science Street Köln	Talkshow Köln	Vortrag Köln	Streit- gespräch Köln
Anzahl der Befragten	6	12	3	8
weiblich	4	6	1	4
männlich	2	6	2	4
bis 20 Jahre	-	1	-	-
21 bis 40 Jahre	1	6	1	2
41 bis 60 Jahre	4	4	1	5
61 Jahre und älter	1	1	1	1
Selbständige/r	-	1	-	1
Angestellte (Beamte/wiss. Bereich)	3	4	1	4
Angestellte (Beamte/kfm. Bereich)	2	2	-	2
Student	-	3	1	1
(z.Zt.) nicht berufstätig	-	-	1	-
Rente/Pension	1	2	-	-

Auf der Makroebene (gesamtgesellschaftliche Öffentlichkeit) wurde eine repräsentative bundesweite Bevölkerungsumfrage mit Hilfe eines Trenddesigns in drei Wellen durchgeführt. Die erste Erhebung fand vor, während und nach der Veranstaltungsreihe in Leipzig, die zweite zwischen den Veranstaltungen von Leipzig und Köln und die dritte wieder um den Veranstaltungszeitraum in Köln herum statt. Die Erhebungen wurden mündlich-persönlich unter jeweils 2.500 Bundesbürgern repräsentativ durchgeführt.

Mit dem folgenden Indikatorenset wurde die Effizienzevaluation der Dialog- und Kommunikationsformate vorgenommen. Mit den Erläuterungen in den Klammern wird die Operationalisierung der Indikatoren kurz beschrieben:

- Bekanntheitsgrad des Begriffes Lebenswissenschaften
(gestützte Frage danach, ob man diesen Begriff schon einmal gehört oder gelesen habe sowie nach der Informationsquelle und dem Zeitraum der ersten Kenntnisnahme vom Begriff);
- Erwartungen an die Veranstaltungen
(ungestützte Frage nach den Erwartungen – Bewertung der Erwartungserfüllung nach den Veranstaltungen – ungestützte Frage nach den Ursachen für Nichterfüllung der Erwartungen);
- Interesse am Thema
(ungestützte Frage danach, wie man auf die Veranstaltung aufmerksam geworden ist – gestützte Frage nach dem Interesse an verschiedenen Wissenschaftsbereichen);
- Vorkenntnisse der Rezipienten
(ungestützte Frage nach der Interpretation des Begriffes - Verständnis);
- Zufriedenheit mit den Veranstaltungen
(gestützte Frage nach Bereitschaft, eine solche Veranstaltung wieder zu besuchen bzw. diese weiterzuempfehlen);
- Verständlichkeit der Wissenschaftssprache
(gestützte Frage nach der Bewertung der Wirkung der Experten und der Ausstellungszelte);
- aktive oder passive Integrationsfähigkeit des Formates
(gestützte Frage nach Wirkung des Moderators – Wirkung der Experten – Zufriedenheit mit Einbindung des Publikums in den Dialog);
- Problembewusstsein und Akzeptanz der gesellschaftlichen Funktion der Lebenswissenschaften (gestützte Einstellungsfrage mit dissonanten Statements der öffentlichen gesellschaftlichen Diskussion);
- Meinungsänderungen
(bei der Panelbefragung der Besucher der Vorträge, der Streitgespräche und der Talkshow wurden die Einstellungsindikatoren der Vor- und Nachbefragung verglichen);

- Demographische Segmentierung des öffentlichen Interesses (Korrelation der soziodemographischen Angaben der Befragten mit den Einstellungsvariablen);
- Einstellungsabhängige Segmentierung des öffentlichen Interesses (gestützte Frage nach Kommunikation im Freundeskreis über Lebenswissenschaften – Einstellungen im Freundeskreis zu kontroversen Themen der Gentechnik);
- Multiplikatorenfunktion der Rezipienten (gestützte Frage nach Kommunikationsverhalten nach der Veranstaltung – ungestützte Frage nach deren Inhalt und Anlässen).

Diese Indikatoren gingen entsprechend der Art der zu untersuchenden Population und des Erhebungsverfahrens in unterschiedlicher Weise in die Erhebungsinstrumente ein. Die Besucher der Veranstaltungen wurden zu allen Indikatoren befragt. Die Wohnbevölkerung an den Veranstaltungsorten wurde zum Wissensstand und zur Einstellung zum Thema Lebenswissen, zum Bekanntheitsgrad der Veranstaltungsreihe am Wohnort und zum Kommunikationsverhalten befragt. Die Befragung des Samples aus der bundesdeutschen Bevölkerung umfasste Wissens- und Einstellungsfragen sowie Fragen zum Kommunikationsverhalten. Die Teilnehmer an der Umfrage zum Online-Spiel wurden gebeten, neben der Beurteilung des Spiels auch Fragen zu ihren Kenntnissen und Einstellungen zum Thema „Lebenswissenschaften“ zu beantworten.

2. Befunde

2.1. Der Rahmen: Der Diskurs zum Thema Lebenswissenschaften

Betrachtet man den Diskurs zum Thema „Lebenswissenschaften“ für das gesamte Jahr 2001, so fällt ins Auge, dass es einen themenzentrierten und auf den Begriff „Lebenswissenschaften“ fokussierten nachhaltigen Dialog im engeren Sinne nicht gegeben hat. Eindeutig im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses standen vielmehr einzelne Themen aus dem großen Sachgebiet, das unter „Lebenswissenschaften“ zusammengefasst wird. Hohe Wellen schlug vor allem das Thema „Gentechnologie“, das häufig und verkürzend synonym mit „Lebenswissenschaften“ betrachtet wird. Nationale Reizthemen eines sehr breiten und multidisziplinären Diskurses, der vor allem in überregionalen Medien geführt wurde, waren dabei das Klonen von Menschen, die Präimplantationsdiagnostik (PID) und die Stammzellenforschung am Menschen.

Zur Einordnung des Metadiskurses zum Thema „Lebenswissenschaften“ sind dabei vor allem drei Diskussionsbeiträge von Interesse. Bundespräsident Johannes Rau hat gleich zweimal entscheidende Wegmarken für den Diskurs gesetzt. In seiner Rede vom 18. Mai 2001 rekurriert er auf „Lebenswissenschaften“ und offenbart dabei zugleich das typische Verständnisdilemma, das den Diskurs über die Lebenswissenschaften insgesamt prägt.

„Gerade die sogenannten Lebenswissenschaften lassen uns staunen, in welche Bereiche der Natur wir vordringen können.“

An diesem Satz ist zweierlei auffällig: zum Einen die Etikettierung „sogenannt“, die eine Distanzierung von diesem Begriff impliziert, der damit als schwierig und künstlich bezeichnet wird, zum Anderen die implizite Einschränkung des „Lebenswissenschaften“-Begriffs auf die Naturwissenschaften. Andererseits macht Rau, wenngleich etwas versteckt deutlich, dass es im Umgang mit den Ergebnissen der so verstandenen Lebenswissenschaften vor allem darauf ankommen muss, normative Entscheidungen darüber zu treffen, wie mit den erzielten Wissenszuwächsen umzugehen ist:

„Auch wenn wir über die neuen Möglichkeiten der Lebenswissenschaften sprechen, geht es nicht in erster Linie um wissenschaftliche oder technische Fragen. Zuerst und zuletzt geht es um Wertentscheidungen.“

Die an diesen Normsetzungen beteiligten Wissenschaften müssen notwendigerweise andere sein als Biologie oder Medizin. Rau denkt dabei an Theologie, Rechtswissenschaften oder Philosophie, die gesellschaftliche Wertentscheidungen begründen helfen. Trotz dieser thematischen Erweiterung betreibt Rau eine im Sinne der Lebenswissen-Definition mangelhafte Begriffskommunikation. Wenn selbst der erste Repräsentant der Bundesrepublik

Deutschland den Begriff Lebenswissenschaften so mangelhaft kommuniziert, ist es nicht verwunderlich, dass er in der Bevölkerung nicht richtig heimisch werden kann.

In einer anderen Rede bezog sich Rau dezidierter auf Lebenswissenschaften, nämlich zur Eröffnung des Jahres der Lebenswissenschaften selbst (31.01.2001). Darin umreißt er auch Motivation und Erfolgserwartungen an ein „Jahr der Lebenswissenschaften“. Hier Auszüge:

Die Idee, in jedem Jahr ein Feld der Wissenschaften besonders herauszustellen, halte ich nicht nur für richtig, sondern auch für notwendig. Wir brauchen mehr Transparenz, wir brauchen mehr Bemühen um öffentliches Verstehen, um "public understanding", wie man sagt. Wir brauchen öffentliche Debatten und zwar nicht erst dann, wenn es Probleme gibt, wenn es um aktuelle Konflikte geht. ... Es kann kein Zweifel sein, dass die Fortschritte in den Lebenswissenschaften - und die Möglichkeiten der Anwendung - uns alle angehen. Aber wie werden wir fähig, darüber zu entscheiden, welchen Fortschritt, welche Anwendung wir wirklich wollen? Weite Teile der sogenannten "scientific community" bilden, wie noch nie zuvor, auch eine Verheißungsgemeinschaft, die uns eine immer bessere Welt und eine optimierte Natur verspricht. Wie können wir beurteilen, was davon tatsächlich möglich sein wird - und vor allem: was davon wirklich gut sein wird und was wir wollen? ... Wir wissen nicht, welche Folgen diese und jene Erkenntnis oder Entwicklung hat oder haben kann. Wo auf der einen Seite das Wissen immer größer und detailgenauer, immer mächtiger und grenzenloser wird, da wird relativ dazu auch unser Unwissen immer größer.

... Gerade in den Lebenswissenschaften werden Dinge behandelt, die uns alle angehen, die wir aber kaum verstehen oder von denen viele wenig oder gar nichts wissen. So wird aus der viel beschworenen Wissensgesellschaft in dieser Weise oft eine Unwissengesellschaft. ... Die öffentliche Diskussion muss der Aufklärung im besten Sinn des Wortes dienen. Aufklärung richtet sich gleichermaßen gegen irrationale Ängste und apokalyptische Vorstellungen wie gegen pure technische Allmachtsphantasien. ... Wir brauchen den gesellschaftlichen Dialog über die Zukunft von Wissenschaft und Forschung und über ihren Beitrag zu einer guten Zukunft für alle. Ich hoffe, dass das Jahr der Lebenswissenschaften mithilft, diesen Dialog zu stärken. Im Dialog und bei den nötigen Entscheidungen müssen auch die Rollen klar sein. ... Wer die Entscheidungen über das Wünschenswerte und über das, was gemacht werden soll, allein der Wissenschaft selber überlassen will, der verwechselt die Aufgaben von Wissenschaft und Politik. ... Die Freiheit von Wissenschaft und Forschung ist gebunden an die grundlegenden Werte unserer Verfassung, die uns als ganze Gesellschaft verpflichten. Das ist Auftrag für Politik und Wissenschaft.

... Was alle angeht, muss von allen entschieden werden. Das bedeutet aber vor allem, dass es auch von allen verstanden werden kann. Diesem Ziel sollten wir im Jahr der Lebenswissenschaften ein Stück näher zu kommen versuchen.“

Die wichtigsten Zielsetzungen, die Rau für ein erfolgreiches Jahr der Lebenswissenschaften sieht, sind also: öffentliche Aufklärung, Hilfe zur Entscheidungsfindung, Wissensvermehrung, Dialog zwischen Forschung und Gesellschaft sowie Wertekonsensfindung

darüber, was wir in unserer Gesellschaft politisch umsetzen wollen. Dies alles sind hohe Zielmarken, gleichwohl sind sie nicht umstritten. Auch in den einschlägigen Publikationen des Jahres der Lebenswissenschaften finden sich die vorgenannten Ziele für den Dialog Forschung-Öffentlichkeit wieder.

Der Begriff der „Lebenswissenschaften“ scheint dabei auch für Insider ein äußerst sperriger und schlecht geeigneter Begriff zu sein. Tendenziell ist er begrifflich unscharf, also schwer zu definieren, er ist alltagssprachlich ohne weitere Fremdsprachenkenntnisse scheinbar leicht decodierbar, gleichwohl ist er auch nach einer solchen „Übersetzung“ inhaltsleer und künstlich. Eben diese Schwierigkeiten reflektiert ein weiterer Protagonist des Diskurses zur Gentechnik, der Vorsitzende der Max-Planck-Gesellschaft, Prof. Hubert Markl, selber früher einmal auch Vorsitzender der Deutschen Forschungsgemeinschaft. Sein Beitrag vom Juni 2001 nennt die beschriebenen Schwierigkeiten beim Namen.

In diesem Beitrag spricht Markl das offenkundige Dilemma an, dass der Begriff Lebenswissenschaften mehrdeutig, missverständlich und schlecht kommuniziert ist. So spricht er in seinem Beitrag „Freiheit, Verantwortung, Menschenwürde“ wörtlich davon, dass „Lebenswissenschaften“ eben „mehr sind als Biologie“. (22.06.2001, 52. Hauptversammlung der Max-Planck-Gesellschaft, wieder abgedruckt in: Geyer, Christian (Hg.), *Biopolitik. Die Positionen*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001, S. 177ff.).

Die Hauptschwierigkeit für Markl besteht darin, dass unter „Leben“wissenschaft tendenziell alles gefasst werden kann (eine Interpretation übrigens, die wir auf der Basis von mehreren tausend offenen Nennungen, was Befragte unter Lebenswissenschaften verstehen, bestätigen können), was man irgendwie mit „Leben“ verbinden kann. So entsteht die Schwierigkeit, genau zu sagen, was eigentlich nicht zu den Lebenswissenschaften zu zählen sei. Gerade diese Entgrenzung des Begriffes verhindert seine Durchsetzung, da er zu wenig spezifisch erscheint. Leicht ist dann hinter einer solchen entgrenzten Begrifflichkeit ein Frontalangriff der modernen biologischen Wissenschaft auf unsere Lebenswelt zu vermuten – genau dies aber wollten die Initiatoren des Dialogs zu den Lebenswissenschaften gerade nicht erreichen!

... will ich ... noch einmal auf die Bedeutung des Begriffes der Lebenswissenschaften zurückkommen, der sich nur scheinbar als einfache deutsche Übersetzung des englischen Life Sciences in den öffentlichen Debatten weit verbreitet hat. Es ist nämlich vermutet worden, wir Biologen versuchten mittels solcher Begriffesverschiebung und –erweiterung das ganze Feld dessen, was Lebewesen tun oder hervorbringen ... als biologisches Erklärungsterritorium zu besetzen ... Außerhalb der Lebenswissenschaften bliebe dann nur noch die Befassung mit dem Unbelebten übrig..., während sich der große Magen der Biologie alles andere, einschließlich aller Leistungen menschlicher Kulturen einverleibt.“ (Markl, in: ebd.)

Markl betont ausdrücklich, dass er ein solches Verständnis von Lebenswissenschaften weder teilt noch wünscht. Er umreißt gleichwohl den Rahmen auch für unsere Evaluierungsergebnisse. Genau dieses Verständnis, dass Lebenswissenschaften ein Kranz von aufeinander bezogenen Wissenschaften aller Disziplinen sind, die sich um natur- und gesellschaftswissenschaftliche Diskurse zum Thema „Leben“ in seinen unterschiedlichsten Facetten bemühen, ist ausweislich unserer Datenerhebungen eben nicht in das öffentliche Bewusstsein gerückt.

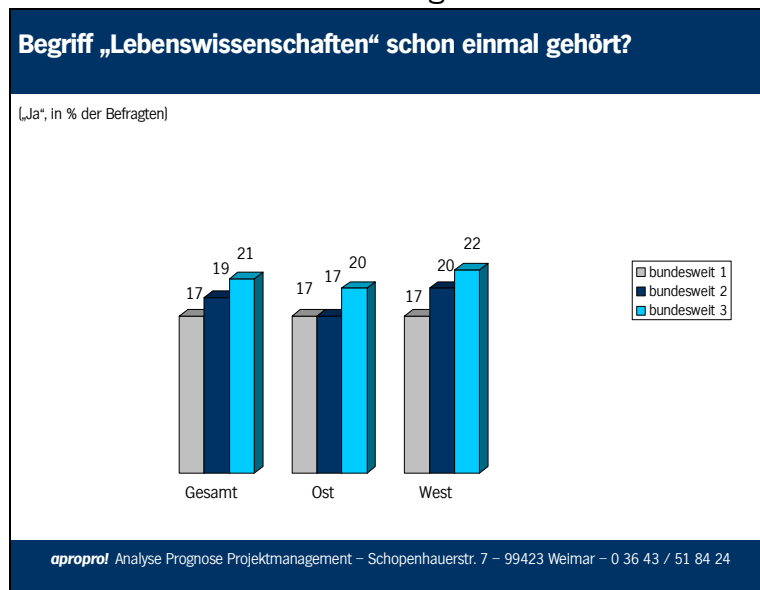
2.2. Zentrale Befunde der Repräsentativbefragungen im Jahr 2001

2.2.1 Bekanntheit des Begriffes Lebenswissenschaften

Der Begriff Lebenswissenschaften ist im Verlauf des Jahres 2001 in der bundesdeutschen Öffentlichkeit kaum bekannter geworden. Von einem breiten Zugewinn an Problembewusstsein, das auf den präzisen Begriff Lebenswissenschaften gebracht werden könnte, kann nicht die Rede sein. Dazu kommt, dass nur ein Bruchteil der Befragten, die den Begriff schon einmal gehört haben, damit eine konkrete oder gar einigermaßen zutreffende inhaltliche Konnotation angeben können. Es überwiegen eher diffuse, ad hoc assoziierte Begriffe bzw. ein nicht weiter untersetztes Begriffsverständnis. Hier gilt es darüber hinaus zu bedenken, dass Befragte am Telefon leicht sagen können, dass sie den Begriff schon einmal gehört haben. Es folgert nichts weiter daraus und man hat sich leicht und ohne hohe Kosten als informiert und up to date gezeigt.

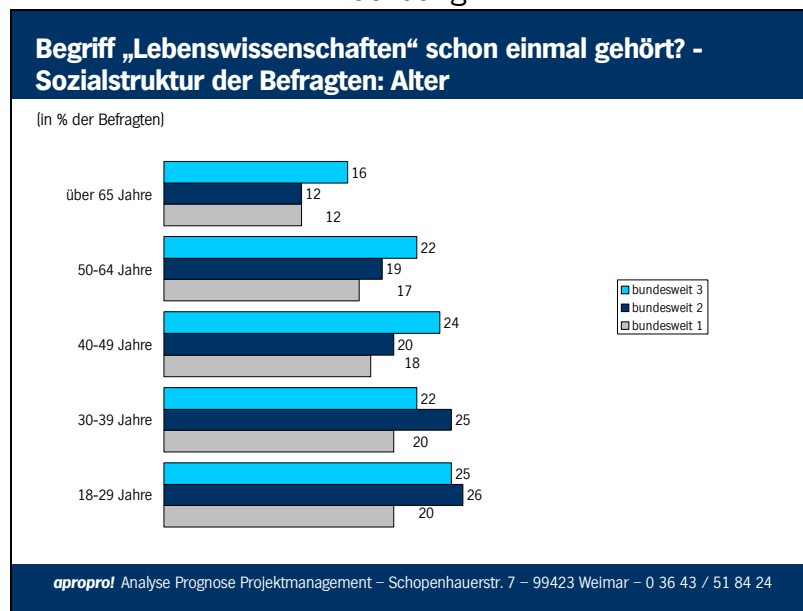
Mit Abschluss des Erhebungszeitraums der dritten Welle der bundesweiten Repräsentativbefragung ist der Begriff „Lebenswissenschaften“ knapp einem Fünftel (21%) der Bundesbürger bekannt (vgl. Abbildung 1). Im Anstieg von 17% (erste Welle) über 19% (zweite Welle) auf 21% (dritte Welle) ist zwar ein positiver und auch signifikanter Trendverlauf zu sehen, allerdings ist dieser Anstieg um vier Prozentpunkte rein quantitativ gesehen recht unerheblich. Der Bekanntheitsgrad korreliert dabei bivariat am stärksten mit dem Bildungsstand der Befragten. Sozioökonomische Faktoren (Bildung, Einkommen, Beruf, Alter) sind bei der Frage nach Bekanntheitsgrad und Kommunizierbarkeit des Themas relevant. Allerdings zeigen sich auch bestimmte subgruppenspezifische Effekte, die darauf hindeuten, dass zumindest die berichtete Aufmerksamkeit für den Begriff „Lebenswissenschaften“ erkennbar zugenommen hat. So ist insbesondere unter den Befragten über 40 Jahre seit dem Beginn unserer Messungen ein linearer Anstieg der Bekanntheit des Begriffes „Lebenswissenschaften“ zu verzeichnen.

Abbildung 1



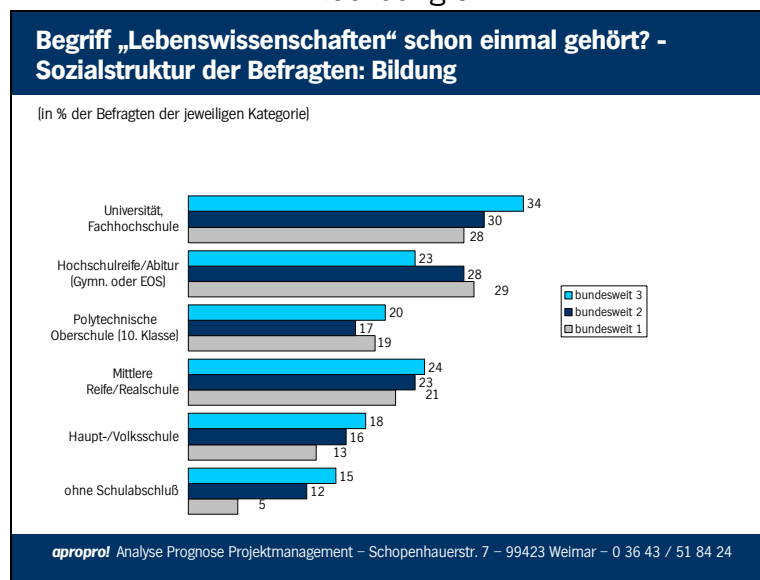
Anders als bei jüngeren Befragten, bei denen die Aufmerksamkeit für den Begriff über die Zeit eher wieder im Sinken begriffen ist, holen die „älteren Jahrgänge“ in dieser Hinsicht kontinuierlich auf. Lediglich ältere Befragte über 65 Jahre sind nach wie vor deutlich weniger informiert und liegen mit 16% erkennbar unter dem Schnitt. Mit unseren Daten ist allerdings nicht zu klären, ob dies auf die öffentliche Kampagne zum Thema oder gar das „Jahr der Lebenswissenschaften“ zurückzuführen ist (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2



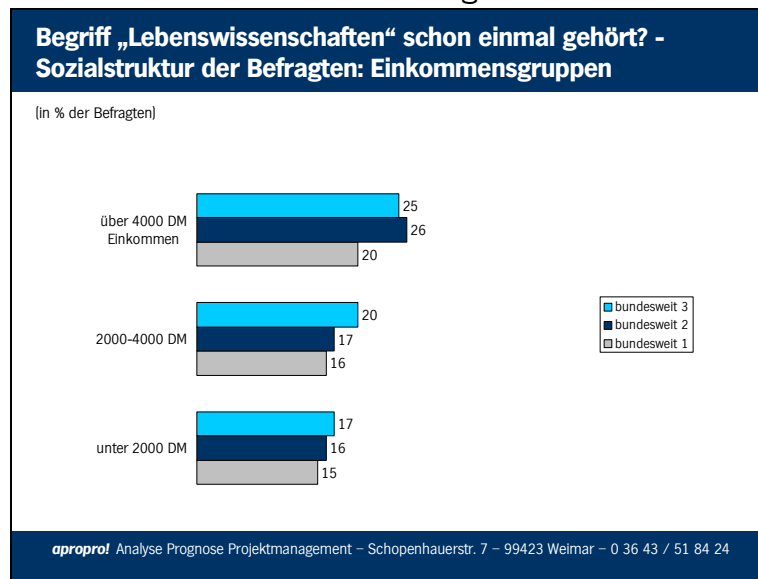
Ein weiterer Hinweis, dass der beobachtete Zuwachs relativ gleichförmig über Befragten-
gruppen hinweg stattgefunden hat, ergibt sich aus einer bivariaten Analyse, die nach dem
Bildungsgrad der Befragten unterscheidet (vgl. Abbildung 3). Es zeigt sich, dass es zum
einen einen linearen Effekt des Bildungsgrades auf die Kenntnis des Lebenswissen-
schaften-Begriffes gibt. Je höher der formale Bildungsgrad eines Befragten, desto wahrschein-
licher ist es, dass dieser Befragte den Begriff Lebenswissenschaften schon einmal gehört
hat. Bei Befragten mit Universitätsabschluss liegt dieser mit 34% im Oktober 2001 am
höchsten, bei Befragten ohne Abschluss mit 15% am niedrigsten. Zum Anderen ist in na-
hezu allen Bildungsgruppen seit Beginn der Messungen ein fast gleichverteilter Zuwachs
um durchschnittlich 5%-Punkte zu verzeichnen. Allerdings egalisiert sich dadurch nicht
der unterschiedliche Ausgangssockel. Bildung determiniert weiterhin stark die Bekant-
heit des Begriffes „Lebenswissenschaften“.

Abbildung 3



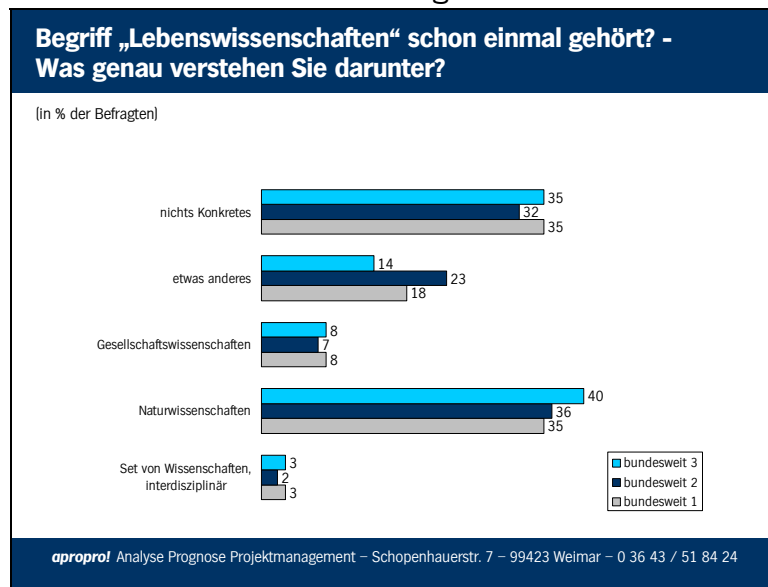
Sehr viel stärker scheint sich der formale soziale Status auf die Kenntnis des Begriffes
Lebenswissenschaften bei der Einkommensvariablen auszuwirken (vgl. Abbildung 4). Je
höher das durchschnittliche Nettoeinkommen des Haushalts des Befragten liegt, desto
bekannter ist der Begriff Lebenswissenschaften. Allerdings muss darauf hingewiesen wer-
den, dass Einkommen weitaus mehr abbildet als nur den Bildungsgrad der Befragten.
Haushaltseinkommen hängen von weitaus mehr Faktoren ab, so z.B. von der Anzahl der
Erwerbspersonen sowie der Branchenzugehörigkeit und dem Berufsstatus. Insofern ist es
gerechtfertigt, einen eigenständigen Einkommenseffekt auf die Kenntnisse zum Lebens-
wissenschaften-Begriff zu vermuten. Worin dieser genau besteht, kann sich allerdings erst
in komplexeren Analysen erweisen.

Abbildung 4



Eine „Nagelprobe“ auf die berichtete Kenntnis des Begriffes „Lebenswissenschaften“ stellt unsere Nachfrage dar, was sich die Befragten denn konkret unter diesem Sammelbegriff vorstellten. Hier deutet nach unseren Daten wiederum nichts darauf hin, dass die leichte Zunahme bei der Kenntnis auch wirklich gleichbedeutend mit einem gestiegenen Wissen ist. Nur knapp 3% der repräsentativ befragten Bundesdeutschen hat im letzten Jahr ein interdisziplinäres Verständnis von Lebenswissenschaften artikuliert (vgl. Abbildung 5). Was zugenommen hat im Beobachtungszeitraum ist die Identifikation von Lebenswissenschaften als „Naturwissenschaften“. Hier stieg der Anteil der Nennungen von 35% auf 40% an. Kein Zuwachs dagegen ist bei der Nennung „Geisteswissenschaft“ zu verzeichnen. Unverändert hoch blieb auch der Anteil von etwas über einem Drittel der Befragten, die sich nichts Konkretes unter „Lebenswissenschaften“ vorzustellen vermochten. Die Ambiguität und Mehrdeutigkeit des Begriffes zeigt sich in der beachtlichen Befragtengruppe, die Dinge wie „Wellness“, „Körper“, „Kosmetika“ oder ähnliches assoziierten, was in unserer Grafik unter „etwas anderes“ zusammengefasst ist. Der Begriff „Lebenswissenschaften“ bleibt also merkwürdig unbesetzt und kaum kommunizierbar.

Abbildung 5



Das dominante Verständnis bleibt naturwissenschaftlich und vor allem durch biotechnologische Aspekte geprägt. Von den von Rau und Markl formulierten Zielen, über den Begriff der Lebenswissenschaften ein breites und auf Diskursteilhabe gerichtetes Wissen aufzubauen, kann also nicht die Rede sein. Die großen öffentlichen Debatten um PID, Genomforschung und ähnliche Themen haben gleichwohl immer mehr an Bedeutung und Verbreitung gewonnen. Nur: sie wurden und werden nicht unter dem begrifflichen Dach der „Lebenswissenschaften“ geführt. Damit aber ist ein wichtiges Anliegen, die Komplexität auf den Begriff zu bringen, nicht erreicht worden. Es herrscht stattdessen die von Johannes Rau zitierte „Unwissengesellschaft“.

Die Idee, einen breit angelegten Zugang zur Bevölkerung zu gewinnen und den Diskurs zu den Lebenswissenschaften über die Kommunikation des Begriffes für viele nachvollziehbar zu machen, ist also weitgehend nicht umgesetzt worden. Es zeigt sich bei allen Analysen, dass der Diskurs selber sozial selektiv wirkt und vor allem Menschen anspricht, die über eine höhere Bildung auch eine erhöhte Bereitschaft mitbringen, über solch komplexe Themen wiederum mit anderen zu kommunizieren. Dieser Effekt manifestiert sich auch im zeitlichen Verlauf unserer Erhebungen und erklärt, warum in diesen speziellen Gruppen der Anteil derer ansteigt, die den Begriff schon einmal gehört haben. Die Bekanntheit des Begriffes „Lebenswissenschaften“ nimmt also innerhalb der sozialen Gruppen zu, die schon eine höhere Disposition zur Diskursteilnahme mitbringen. Es zeigt sich mithin eine verstärkte Intragruppen-Kommunikation. Der Diskurs geht aber nicht über diese Gruppengrenzen hinweg in andere soziale Zirkel hinein.

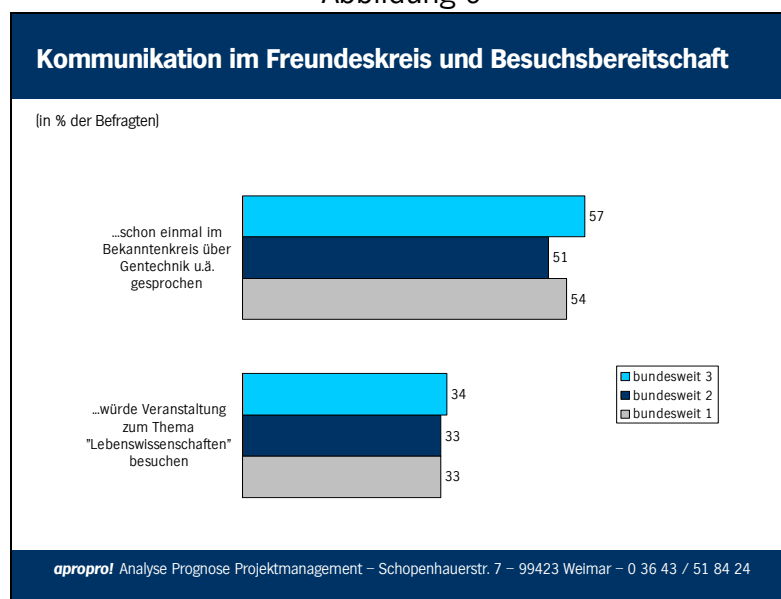
Gleichzeitig zeigt sich auch, dass ein höheres Maß an Betroffenheit vom Diskursthema die Aufmerksamkeit und die Kommunikationsbereitschaft signifikant erhöhen. Es sind daher vor allem die jüngeren, die etwas älteren, höher gebildeten Befragten, die diesen Diskurs

aufgreifen und verfolgen. Dieser nicht überraschende Befund zeigt, dass solche breit angelegten Wissenschaftsdialoge und –kampagnen nur in der Theorie auch wirklich „für alle“ rezipierbar sind. Vielmehr werden – ob gewollt oder ungewollt – sog. Opinion leadership groups, Multiplikatoren und gateway audiences angesprochen. Die „breite Masse“ der bundesdeutschen Öffentlichkeit spricht dagegen nicht von Lebenswissenschaften, sondern von besonders publikumswirksamen Themen wie Gentechnik u.ä. Fern ab vom Diskurs stehen nach unseren Befunden in allen Messungen ältere Befragte, vor allem diejenigen, die sich schon im Rentenalter befinden.

2.2.2 Kommunikation zum Thema

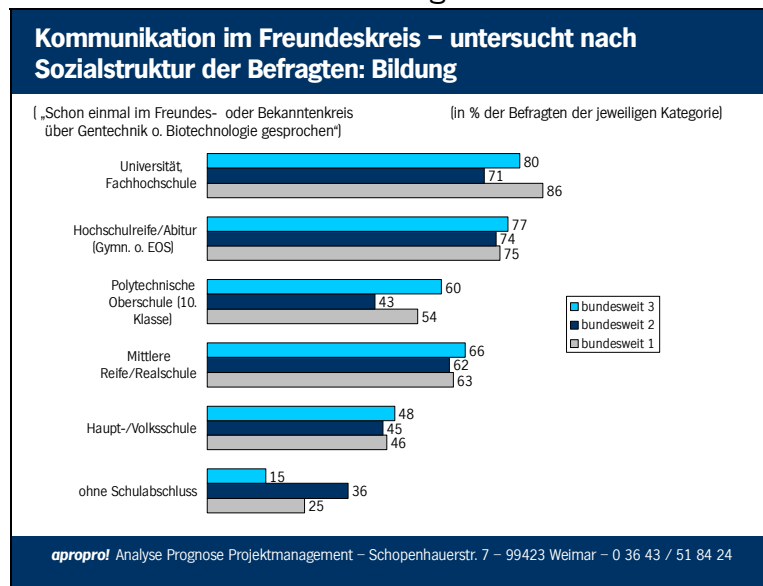
Die Bereitschaft, über den Begriff „Lebenswissenschaften“ oder aber über die Thematik „Genforschung und –technik“ zu kommunizieren, hat sich im Verlauf des Jahres 2001 kaum verändert (vgl. Abbildung 6). Knapp die Hälfte der Befragten in allen drei bundesweiten Befragungen gab an, über solche Themen wie Gentechnik oder –forschung schon einmal im Freundeskreis gesprochen zu haben. Ebenso stabil zeigt sich die prinzipielle Bereitschaft bei einem Drittel der Befragten, eine entsprechende Veranstaltung zum Thema „Lebenswissenschaften“ in der Nähe zu besuchen. Beide Indikatoren deuten zusammen darauf hin, dass wir hier grundsätzliche Dispositionen und Verhaltensbereitschaften abgefragt haben, die relativ unabhängig von aktuellen Diskursen vorhanden sind. Sie sind daher kaum geeignet, einen Hinweis auf die Wirkung bzw. Nachhaltigkeit des Lebenswissensdiskurses zu geben. Vielmehr verweisen sie darauf, das Lebenswissen- und Gentechnik-Diskurse relativ lose, wenn überhaupt, miteinander verkoppelt sind und nicht systematisch miteinander interagieren.

Abbildung 6



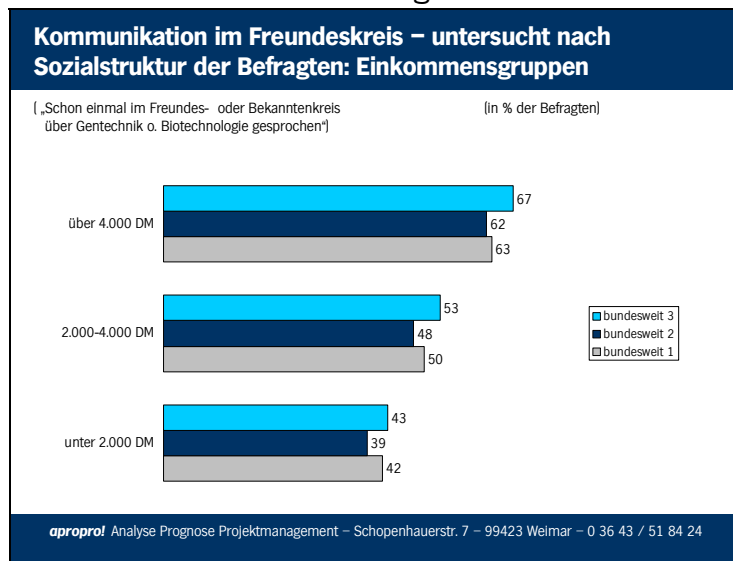
Ein Blick auf die jeweiligen Bildungsgruppen unter den Befragten zeigt wiederum, dass eine erhöhte Kommunikation zum Thema „Gentechnik und –forschung“ systematisch mit dem Bildungsgrad der Befragten variiert. Mit steigendem Bildungsgrad wächst die Kommunikationshäufigkeit. Und: diese grundsätzliche Bereitschaft hat über das Jahr hinweg kaum nennenswerte Veränderungen erfahren. Es bestätigt sich vielmehr, dass Kommunikation zum Thema eine eher grundsätzliche Disposition, weniger eine durch verstärkten Diskurs beeinflussbare Größe ist.

Abbildung 7



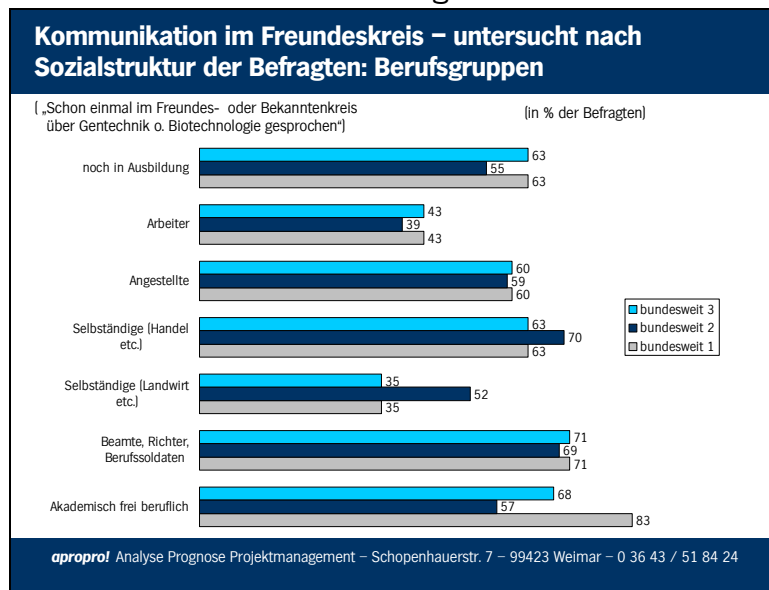
Wiederum zeigt sich bei der Betrachtungsweise nach unterschiedlichen Einkommensgruppen ein sehr viel stärkerer und linearer Effekt (vgl. Abbildung 8). Mit wachsendem Einkommen wächst auch die Häufigkeit von Kommunikation zum aktuellen Thema „Genforschung“.

Abbildung 8



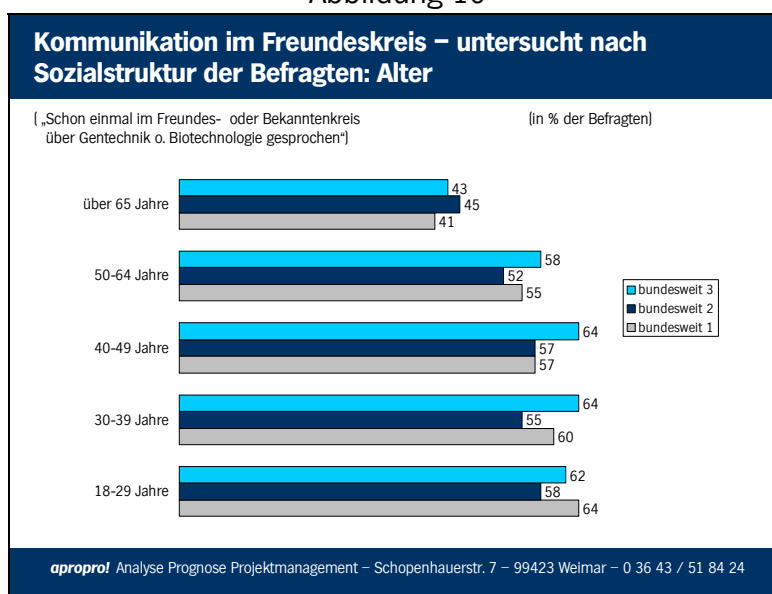
Derselbe Befund zeigt sich bei einer getrennten Betrachtung der jeweiligen Berufsgruppen (vgl. Abbildung 9). Mit steigendem sozialen Status wächst die grundsätzliche Kommunikationsbereitschaft deutlich an, und sie verändert sich in ihren jeweiligen Größenordnungen über Zeit nicht nennenswert. Am stärksten ist die Kommunikation zur Gentechnik bei Beamten, Auszubildenden (hier Studenten) und Angestellten, mit deutlichem Abstand folgen dann Arbeiter und Selbständige in der Landwirtschaft. Diese Befunde verweisen darauf, dass Kommunikation über gesellschaftspolitisch relevante Themen immer vom Zugang zu Kommunikationskreisen und Interaktionschancen abhängt und systematisch mit dem Grad sozialer Vernetzung und Positionshöhe ansteigt. Mit anderen Worten: der Diskurs zum Thema „Gentechnik“ – und damit auch der zum Thema „Lebenswissenschaften“ – ist asymmetrisch verteilt und strukturell sozial exklusiv. Er spricht vorhandene Dispositionen an und stimuliert sie, er verfestigt damit auch bestehende soziale Barrieren und partizipative Benachteiligungen.

Abbildung 9



Dies zeigt sich erneut an den recht unterschiedlichen Werten, wenn man nach Altersgruppen unterscheidet (vgl. Abbildung 10). Ähnlich wie beim Bekanntheitsgrad des Begriffes „Lebenswissenschaften“ sind es vor allem die über 65jährigen, die unterdurchschnittlich über aktuelle Themen aus dem Bereich „Gentechnik“ kommunizieren. Dahinter mag eine geringere Betroffenheit dieser Befragten stehen, es könnte sich allerdings auch um eine gewisse Exklusion von Kommunikationsnetzwerken handeln, wie sie zum Beispiel im Berufsleben selbstverständlich gegeben sind. Dies muss sich in einer weiteren Analyse noch erweisen, soweit diese Frage mit den uns zur Verfügung stehenden Daten zu beantworten ist.

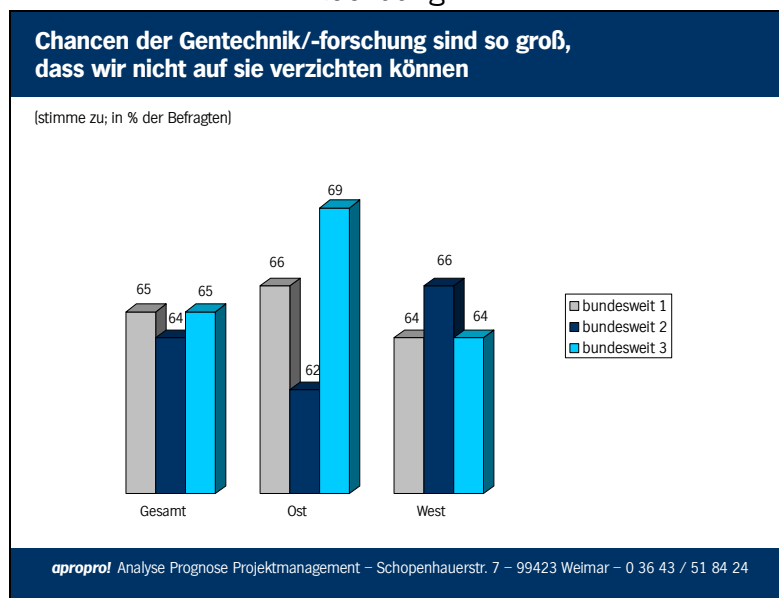
Abbildung 10



2.2.3 Chancen der Gentechnik

Die gemessene Häufigkeit, über Themen aus dem Bereich der Genforschung zu kommunizieren, übersetzt sich bei den meisten Befragten auch in eine recht positive Grundhaltung diesen neuen Technologien gegenüber. Wiederum überrascht, dass die zu Beginn der Untersuchungen beobachteten hohen Zustimmungswerte zu der Aussage, dass die Chancen der Gentechnik so groß sind, dass wir nicht auf sie verzichten können, über Zeit und unabhängig vom jeweiligen mainstream des Diskurses unverändert hoch bleiben.

Abbildung 11



Es scheint daher berechtigt zu sein, die sich darin ausdrückende Einstellung zur modernen Technologie, Genforschung als eigenständige Dimension weiter zu berücksichtigen. Sie findet im Weiteren als ein Baustein in einer weitergehenden Analyse Berücksichtigung, die nach den bereinigten Nettoeffekten der vorgenannten Variablen fragt (vgl. Abbildung 11).

2.2.4 Determinanten der Kenntnis des Begriffes „Lebenswissenschaften“ – ein Modell

Die vielfältigen bivariaten Zusammenhänge werden abschließend in einem multivariaten Modell zusammengeführt und in einem simultanen Zugriff für Ost- und Westdeutschland getrennt getestet. Es zeigt sich nach dieser komplexeren Analyse, dass im Westen die Kommunikationshäufigkeit im Freundeskreis zum Thema Gentechnik die wichtigste Determinante darstellt, dass Menschen den Begriff „Lebenswissenschaften“ schon einmal gehört haben. Wer in der Gentechnik eher Chancen erkennt, der kann den Begriff Lebenswissenschaften tendenziell eher einordnen. Je genauer dabei die Kenntnisse sind,

was unter Lebenswissenschaften im engeren Sinne zu verstehen ist, desto eher wird der Begriff zugeordnet. Schließlich zeigt sich im Westen auch ein Sozialstruktureffekt: wer erwerbstätig ist, dem sagt der Begriff Lebenswissenschaften eher etwas als Befragten, die keiner Erwerbstätigkeit nachgehen (vgl. Tabelle 2).

Interessant ist, dass der auf der bivariaten Ebene noch sehr wirkungsmächtige Bildungsgrad und das Haushaltseinkommen der Befragten in diesem multivariaten Modell komplett verschwinden. Wichtiger sind nachweislich Kommunikationshäufigkeit und Einstellungen zur Gentechnik. Außer der Berufstätigkeit, die Chancen und Zugänge zu Kommunikationsstrukturen und Informationen gewährt und insofern „teilhaben“ lässt am öffentlichen Diskurs, ist bei den westdeutschen Befragten kein weiterer Sozialstruktureffekt festzustellen, weder im Hinblick auf das Geschlecht, das Einkommen oder das Alter der Befragten. Kurz gefasst begünstigen hier Kommunikationschancen und Einstellungen zur Gentechnik die Auseinandersetzung mit dem Begriff Lebenswissenschaften. In Ostdeutschland finden wir überraschenderweise ein etwas anderes Modell wieder.

Tabelle 2: Multiples Regressionsmodell - Determinanten der Kenntnis des Begriffes „Lebenswissenschaften“ in Westdeutschland

Westdeutschland	Standardisiertes Beta	Varianzaufklärung in %
schon einmal im Freundeskreis über Gentechnik gesprochen	.19	
Zustimmung zur Aussage; Chancen der Gentechnik sind so groß, dass wir nicht darauf verzichten können	.08	
Wissen um die Bedeutung des Begriffes Lebenswissenschaften	.08	
Erwerbstätigkeit	.06	
		9%

Alle Werte signifikant auf $p < .005$

Anders als in Westdeutschland schlagen bei den ostdeutschen Befragten die starken Unterschiede in Erwerbs- und Sozialstruktur bei der Erklärung des beobachteten Antwortverhalten durch. Wer im Erwerbsleben integriert ist, verfügt demnach über deutlich höhere Opportunitäten, sich in einen Diskurs zum Thema Lebenswissenschaften einzuschalten. Demgegenüber treten Einstellungen zur Gentechnik oder Wissensfragen zum Thema als Determinanten vollständig zurück. Insgesamt wirkt so das Erklärungsmodell für die ost-

deutschen Befragten weitaus weniger komplex und stark auf Sozialstrukturmerkmale eingegrenzt. Es verweist erneut auf die basale Tatsache, dass in Umfragen sehr oft ein manifester Ost-West-Unterschied auf der Einstellungs- und Wissens Ebene eher den darunter liegenden Prozess sozioökonomischer Ungleichverteilung widerspiegelt (vgl. Tabelle 3).

Unter ostdeutschen Angestellten ist die Chance besonders hoch, dass Befragte den Begriff Lebenswissenschaften wiedererkennen. Wer hingegen aus dem Erwerbsleben ausgeschieden ist, also vor allem Rentner, der ist nach unseren Analysen im öffentlichen Diskurs zum Thema deutlich randständig. Zwar wissen auch die westdeutschen Rentner unterdurchschnittlich etwas mit dem Begriff „Lebenswissenschaften“ anzufangen, bei ihnen überlagern aber Kommunikationshäufigkeit und Einstellungsgewinnung deutlich das Niveau der ostdeutschen Rentner. Bei letzteren zeigen sich deutlich Symptome gesellschaftlicher Marginalisierung und eigenen Rückzugsverhaltens.

Tabelle 3: Multiples Regressionsmodell - Determinanten der Kenntnis des Begriffes „Lebenswissenschaften“ in Ostdeutschland

Ostdeutschland	Standardisiertes Beta	Varianzaufklärung in %
Berufstätigkeit: Angestellter	.19	
schon einmal im Freundeskreis über Gentechnik gesprochen	.15	
Rentner	.13	
		11%

Alle Werte signifikant auf $p < .005$

2.3 Hauptidegebnisse aus Leipzig und Köln im Überblick

2.3.1 Die Befragungen vor Ort im Vergleich

2.3.1.1 Sozialstruktur der Besucher im Vergleich zur Gesamtpopulation

Das soziale Profil der Veranstaltungsbesucher in Leipzig und Köln ist charakteristisch und variiert dabei noch einmal zwischen Ausstellungs- und Panelbesuchern. Männer, höher Gebildete (Abiturienten), Berufstätige, Angestellte und jüngere Besucher unter 30 Jahren sind in der Überzahl bei den Panelbefragten zu finden. Bei der Ausstellung, einem etwas weniger voraussetzungsvollen Kommunikationsformat, streuen die soziodemographischen Merkmale dagegen weniger stark. Hier sind mehr Frauen, Ledige und Schüler (aufgrund des Schülertages!) vertreten. Lediglich ein markanter Unterschied zu Köln ist in Leipzig

anzutreffen, und zwar der gleich große Anteil von Berufstätigen in beiden Formaten. Dies hat mit der deutlich niedrigeren Erwerbstätigenquote in Ostdeutschland zu tun, hier sind mehr Leute tagsüber „erreichbar“, die keiner Arbeit nachgehen.

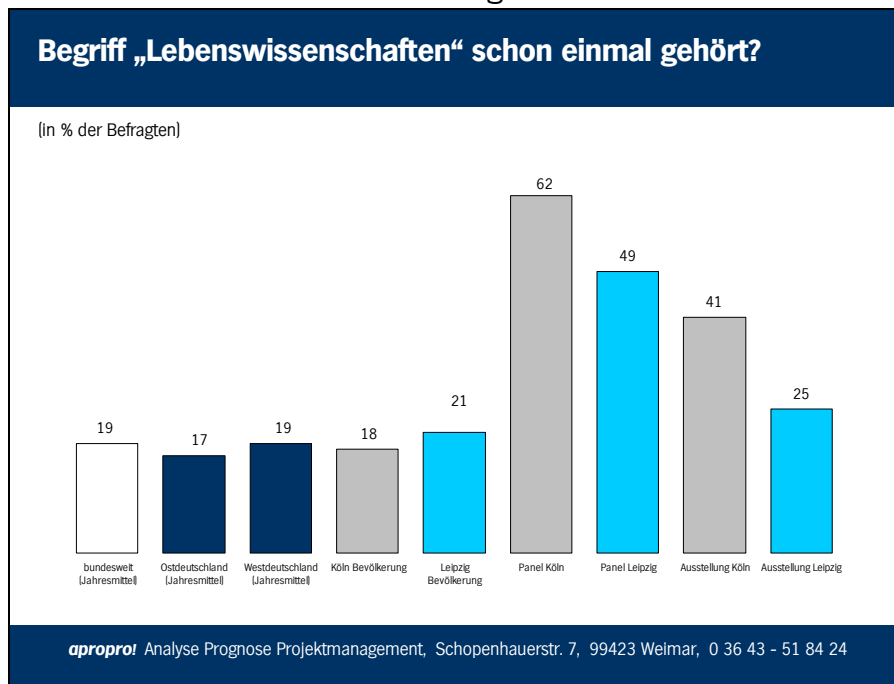
Insgesamt aber überwiegen die Ähnlichkeiten bei der sozialen Zusammensetzung der Besucher in beiden Städten. Dies gilt besonders für Rentner, Befragte mit niedrigerem Bildungsabschluss und Arbeiter, die jeweils deutlich unterrepräsentiert sind. Besucher, die an unserer Befragung teilgenommen haben, stellen also, mit Unterschieden jeweils nach der besuchten Veranstaltungsform, eine Selektion hinsichtlich höherer Bildung und beruflicher Integration dar. Ihr Interesse und ihre Partizipationsbereitschaft ist entlang sozialstruktureller Variablen definiert. Das Ausstellungsformat spricht also ein breiteres, weniger vorgebildetes und weniger interessiertes Publikum an. Panelbesucher hingegen sind in ihrer sozialen Zusammensetzung viel schärfer profiliert, da diese Formate beim Besucher mehr an „Eigenleistung“ und Interesse im Vorfeld voraussetzen.

2.3.1.2 Kenntnis des Begriffes Lebenswissenschaften

Unabhängig vom Befragungszeitpunkt, dem Erhebungszeitraum, aber auch von den vor Ort stattfindenden Veranstaltungen zum Thema „Lebenswissenschaften“ gilt derselbe Befund, der schon für die nationalen Befragungen (vgl. Kapitel 2.2) gezogen wurde. Bei den Vor-Ort-Befragungen in Leipzig und Köln war der Begriff „Lebenswissenschaften“ knapp einem Fünftel der Befragten bekannt. Ein Zuwachs in der Bekanntheit zwischen April und Oktober 2001 lässt sich auch hier nicht konstatieren (vgl. Abbildung 12).

Es zeigt sich deutlich, dass die Befragten vor Ort in beiden Städten häufiger als die jeweiligen Referenzbevölkerungen angaben, den Begriff Lebenswissenschaften zu kennen. Befragte aus dem Kölner bzw. Leipziger Panel kannten den Begriff zu 62% bzw. 49%. Ausstellungsbesucher in Köln bejahten die Frage zu 41%, die Leipziger Ausstellungsbesucher immerhin noch deutlich überdurchschnittlich zu 25%. Die höheren Kenntniswerte bei den Besuchern sind zu einem erheblichen Teil durch ein hohes Interesse am Thema bedingt, das durch den Besuch der Veranstaltung auch manifestiert wurde. Zum Anderen ist nicht auszuschließen, dass die Befragten sozial erwünscht antworteten, um den Eindruck einer gewissen Sachkompetenz zu erwecken. Dieser Effekt lässt sich allerdings nicht abschließend quantifizieren.

Abbildung 12



Sozialstrukturell unterscheiden sich die verschiedenen Samples unserer Telefonstichproben markant: unter den Leipziger Befragten (21% kannten den Begriff) treten besonders evangelische Befragte (29%), besser Verdienende (24%), Rentner (24%), Verheiratete, höher Gebildete (23% der Abiturienten) sowie noch in Ausbildung befindliche Befragte hervor, Ledige (16%) lagen unter dem Durchschnitt.

In Köln ist der Befund weitaus weniger eindeutig und auch schwierig zu interpretieren. Hier rangieren Arbeiter ganz weit vorne (28%), Volksschüler liegen mit 20% ebenso leicht über dem Durchschnitt von 18% wie Männer und Berufstätige. Höher Gebildete schneiden hier überraschenderweise unterdurchschnittlich ab (Abiturienten: 16%, Studenten nur 9%). Ein Hinweis auf mögliche andere Interaktionseffekte bietet der Befund, dass Befragte mit überdurchschnittlichem Einkommen mit 23% eine recht hohe Kenntnis im Bezug auf den Begriff „Lebenswissenschaften“ haben. Offensichtlich spielt in der Kölner Befragung eher der Erwerbsstatus als der Bildungsgrad eine Rolle.

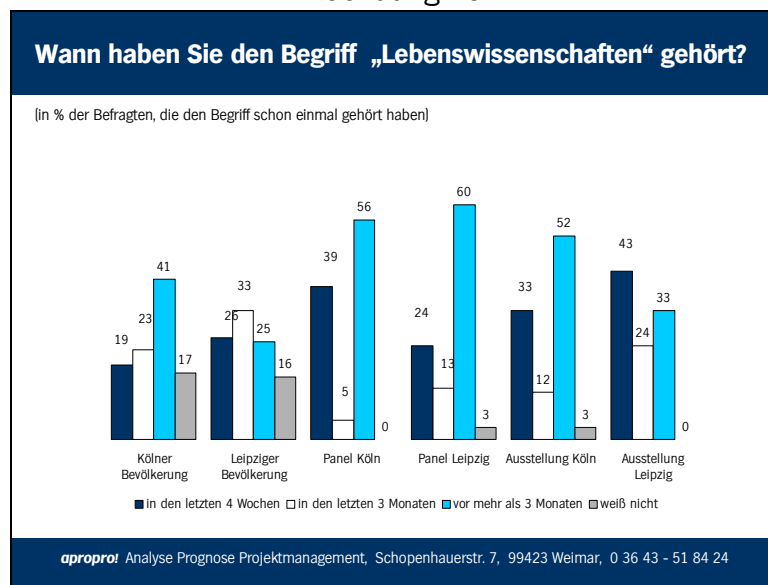
Fest steht hingegen, dass die Befragten aus den Veranstaltungen vor Ort signifikant vertrauter mit dem Begriff der Lebenswissenschaften sind. Ausstellungsbesucher stehen von den Befragungswerten her der Referenzbevölkerungen näher, sind ihr also in gewisser Weise „ähnlicher“ als die Panelbesucher. Diese sind in beiden Städten deutlich sachkundiger. Ferner fällt auf, dass die Befragten in Köln markant höhere Werte aufweisen als die in Leipzig. Ob dies auf den früheren Zeitpunkt der Veranstaltung in Leipzig zurückzuführen ist und wir bei den Kölner Befragten also einen gewissen „Kampagneneffekt“ messen, ist nicht klar. Es könnte auch sein, dass die Befragten in Leipzig „ehrlicher“ waren als die Kölner – aber auch dies kann nicht hinreichend geklärt werden. Umgekehrt kannten 21%

der Leipziger den Begriff schon im April, in Köln waren es im Oktober nur 18%. Alle diese Unterschiede sind letztlich jedoch nicht signifikant und bewegen sich innerhalb eines durch die Stichprobenziehung bedingten Schwankungsbereichs. Rückschlüsse auf Effekte der Veranstaltungen im Jahr der Lebenswissenschaften sind nur insoweit möglich, als man ausschließen kann, dass es in der breiten Öffentlichkeit eine massenhafte und breite Sensibilisierung für den Begriff gegeben hat. Dies ist definitiv nicht der Fall gewesen.

2.3.1.3 Quellen für die Kenntnis des Begriffes „Lebenswissenschaften“

Im Folgenden wird der Frage nachgegangen, seit wann und durch welche Quellen/welche Medien die Befragten jeweils den Begriff „Lebenswissenschaften“ kennen. Dahinter steht das Interesse, ob der Begriff im Verlauf des Jahres der Lebenswissenschaften Bekanntheit erlangen und eine gewisse Publikumspenetration erzielen konnte. Ferner gilt es zu klären, welches Medium welche Zielgruppen am ehesten erreicht hat und daher besonders geeignet für eine Kommunikation ist, die sich auf die Vermittlung wissenschaftlicher Diskursinhalte und –begriffe konzentriert. Es zeigt sich anhand unserer Analysen, dass Medien analog zur Vorbildung und Interessenslage der Befragten unterschiedlich rezipiert werden und man gezielt bestimmte Kommunikationsgruppen über spezifische Medien erreichen kann.

Abbildung 13

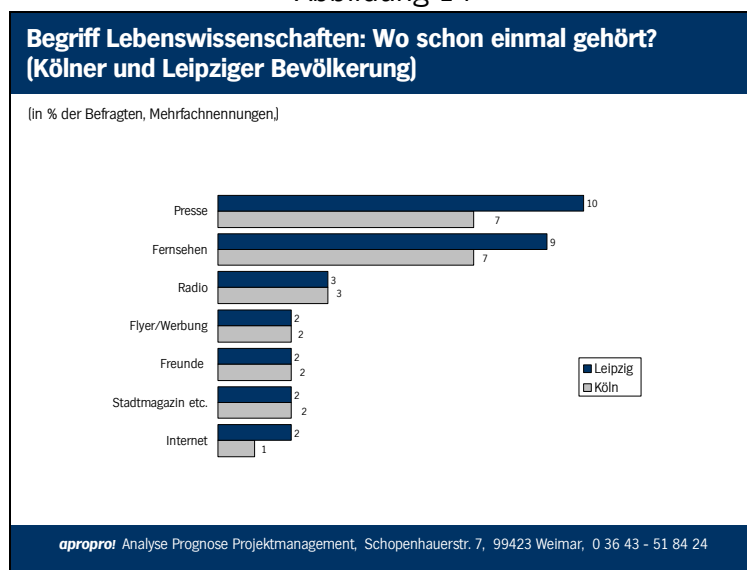


Betrachtet man zunächst nur die Werte aus den Bevölkerungsbefragungen in Köln und Leipzig (vgl. Abbildung 13), so fällt auf, dass in Köln deutlich mehr Befragte als in Leipzig den Begriff „Lebenswissenschaften“ schon länger kannten. 41% sagten hier, er sei ihnen seit mehr als drei Monaten schon geläufig. In Leipzig gab es noch ein relativ ausgeglichenes Bild, vor allem kannten deutlich mehr Befragte den Begriff erst seit kürzerem. Die Be-

fragten aus den Veranstaltungen vor Ort unterscheiden sich dabei erneut markant von der Referenzbevölkerung. Sie kennen den Begriff „Lebenswissenschaften“ schon wesentlich länger, vor allem wiederum die besonders Interessierten aus unseren Panelbefragungen. Bei den Ausstellungsbesuchern in Köln und Leipzig dagegen ist die Varianz zwischen den Erhebungszeitpunkten höher. Die Leipziger Ausstellungsbesuchern haben den Begriff zu- meist erst in den letzten Wochen vor der Veranstaltung gehört.

Betrachtet man diese Befunde in der Zusammenschau, so zeigt sich hinsichtlich der Messwerte aus den Bevölkerungsbefragungen, dass der Begriff Lebenswissenschaften mit zunehmender Dauer in den Bewusstseinshaushalt der Befragten eingegangen ist, er hat sich „gesetzt“. Dies spräche dafür, dass ein zentrales Anliegen des Jahres der Lebenswissenschaften erreicht wurde, nämlich den Begriff zu platzieren und kommunizierbar zu machen. Dafür spräche auch der deutlich ansteigende Anteil bei den Panel-Besuchern in Köln. Die Leipziger Befunde, zu einem deutlich früheren Zeitpunkt erhoben, spiegeln hingegen eher die noch wenig konsolidierte Kommunikation des Begriffes Lebenswissenschaften wider. Dabei gilt es aber zu beachten, dass sich der Anteil der Befragten, die den Begriff kennen, über Zeit nicht signifikant erhöht hat. Diejenigen aber, die ihn kennen, können immer häufiger herleiten, dass sie ihn schon seit längerem kennen.

Abbildung 14



Betrachten wir im folgenden die Kanäle, über die unsere Befragten in Köln und Leipzig den Begriff „Lebenswissenschaften“ rezipiert haben (vgl. Abbildung 14). Bevölkerungen und Veranstaltungspublikum unterscheiden sich wiederum recht deutlich. Der Begriff „Lebenswissenschaften“ hat die breite Bevölkerung im wesentlichen über Zeitungen, Zeitschriften und das Fernsehen, also die „klassischen“ und weit verbreitetsten Medien erreicht. Dies ist in Leipzig und Köln gleichermaßen der Fall, geringfügige Unterschiede sind nicht wesentlich. Vielmehr überrascht, dass die Rezeption in Ost- und Westdeutschland

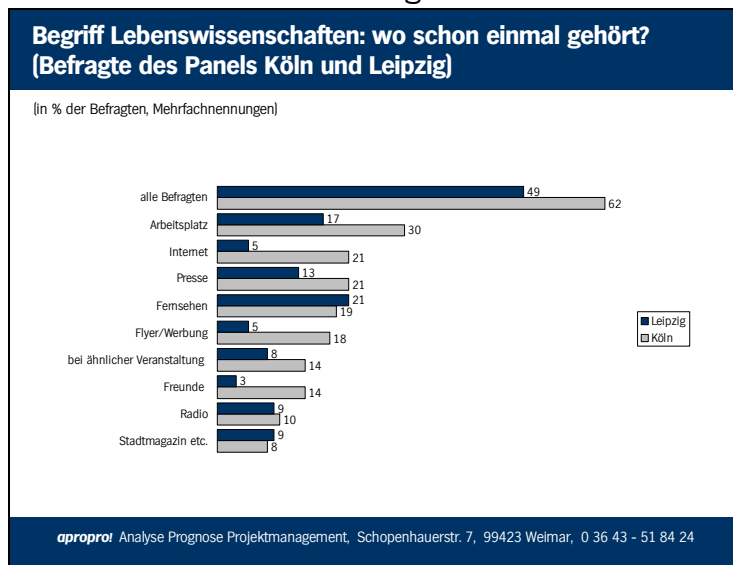
bei der Bevölkerung nahezu identisch verläuft. Da wir hier einen Querschnitt der Bevölkerung betrachten, die nicht zielgerichtet oder in einer anderen Weise systematisch am Thema „Lebenswissen“ interessiert ist, überrascht ferner nicht, dass der Begriff aus solchen Medien rezipiert wurde, die man in der Regel und ohne großen zusätzlichen Aufwand benutzt. Werbeorientierte Medien oder das Internet sind kaum für die Verbreitung des Begriffes „Lebenswissenschaften“ in der Bevölkerung verantwortlich. Informationen zu den Lebenswissenschaften sind daher aller Wahrscheinlichkeit nach eher zufällig auf die Befragten gekommen - und dieser Zufall ist nachweislich anhand unserer Daten in Ost- und Westdeutschland gleichermaßen wirksam.

Das Bild ändert sich, wenn wir in die Befragtenpopulationen aus den Veranstaltungen schauen (vgl. Abbildung 15). Die nachweislich Interessiertesten sind dabei stets die Panelbefragten. Interesse und Beteiligung impliziert ein unterschiedliches Medienverhalten und damit auch unterschiedliche Diffusionskanäle für den Begriff und das Thema. Und dies ist in Ost- und Westdeutschland zudem sehr unterschiedlich ausgeprägt.

In Köln haben die meisten Befragten des Panels, die den Begriff Lebenswissenschaften schon einmal gehört haben, diesen am Arbeitsplatz gehört (30%). Danach waren Presse, Fernsehen, aber auch das Internet die am häufigsten genannten Informationskanäle. Panelbefragte sind auch für spezifische Werbung empfänglich. Kommunikation mit Kollegen ist wichtig, aber auch die mit Freunden im näheren persönlichen Umfeld. So rundet sich das Bild ab, wonach die „Interessierten“ auch einen recht breiten medialen Input rezipieren, generell ein erhöhtes Aufmerksamkeitspotenzial besitzen und zudem intensiver als die Referenzbevölkerung direkte persönliche Kommunikation pflegen.

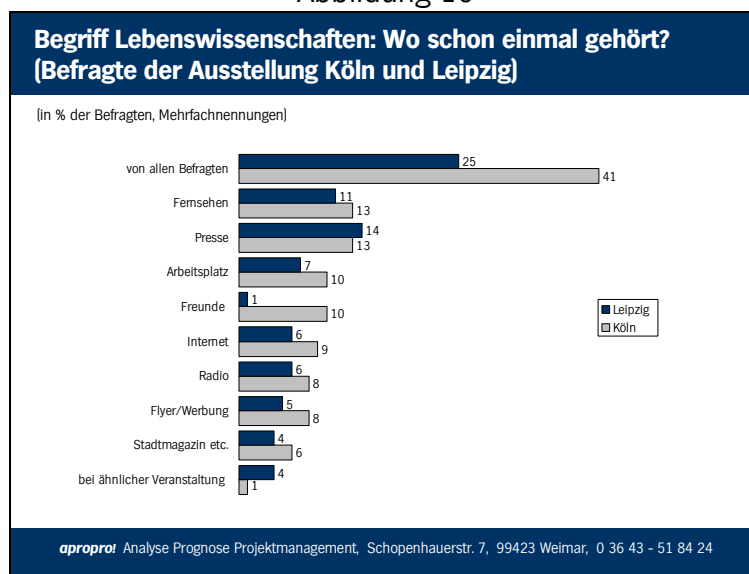
Diese Aussage gilt grosso modo auch für die Leipziger Panelbesucher, allerdings mit einigen Einschränkungen. Die Bedeutung der direkten Kommunikation am Arbeitsplatz und vor allem mit Freunden (als Folge möglicher sozialer Desintegration aufgrund fehlender Arbeitsbeziehungen) ist hier deutlich weniger wichtig. Die Bedeutung der klassischen Medien ist auch bei den Interessierteren in Leipzig höher als z.B. das Internet. Insgesamt spiegeln die Zahlen für die Leipziger Panelbesucher die durch stärkere Erwerbslosigkeit und ein noch stärker traditionelles Medienrezeptionsverhalten geprägte ostdeutsche Gesellschaft. Hier werden wenig kosten- und aufwandsintensive Medien präferiert und werbeorientierte Medien mit geringerer Aufmerksamkeit verfolgt.

Abbildung 15



In der Mitte zwischen den Befunden für die Bevölkerungen in Köln und Leipzig sowie die Panelbesucher stehen erneut die Befragten aus den beiden Ausstellungen (vgl. Abbildung 16). Hier rücken, ähnlich wie in der Bevölkerung, die wenig aufwendig zu konsumierenden Medien Fernsehen und Presse wieder in den Vordergrund. Sie sind in Ost und West gleichermaßen wichtig für die Distribution des Begriffes „Lebenswissenschaften“ gewesen. Erneut bestätigt sich die fehlende Funktion eines Kommunikationsnetzwerkes unter Freunden in Leipzig. Sie scheiden als Informationsquelle hier praktisch aus. Ansonsten sind die Unterschiede zwischen den Kölner und Leipziger Befragten deutlich geringer ausgeprägt als bei den Panelbesuchern.

Abbildung 16

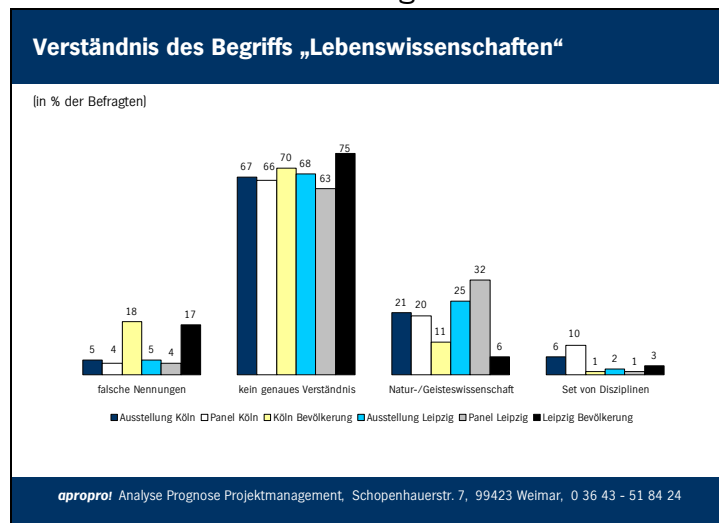


2.3.1.4 Inhaltliches Verständnis des Begriffes Lebenswissenschaften

Die Frage, ob die Befragten den Begriff „Lebenswissenschaften“ kennen, erlaubt noch keine unmittelbaren Rückschlüsse darauf, was sie konkret darunter verstehen. Auf der Basis von offenen Nennungen der Befragten wurden die inhaltlichen Konnotationen der Befragten von uns zusammengefasst (vgl. Abbildung 17). Dabei zeigt sich, dass die allermeisten Befragten der Telefonbefragungen wie auch der Besucher vor Ort zumeist **kein genaues Verständnis des Begriffes „Lebenswissenschaften“ hatten**. Nur eine Minderheit (max. 10% in allen Stichproben) wusste die Lebenswissenschaften als ein Set verschiedener, aber integrierter Wissenschaften einzuordnen. Es zeigt sich weiterhin, dass die Befragten der Veranstaltungen selber unter „Lebenswissenschaften“ weitaus häufiger als die befragte Bevölkerung einzelne Wissenschaften, hier vor allem Naturwissenschaften, verstehen. Hier waren es die Leipziger Panelbefragten, die ein besonders stark naturwissenschaftliches Verständnis artikulierten (32%).

Der Anteil ausgesprochen falscher Nennungen ist unter der „Normalbevölkerung“ in beiden Städten wesentlich höher als unter den Veranstaltungsbesuchern. Die modale Antwortkategorie war „kein genaues Verständnis“, worunter wir alle diejenigen Antworten subsumiert haben, die „weiß nicht genau“, „keine Ahnung“, „mir fällt dazu nichts genaues ein“ etc. lauteten. Unter den Veranstaltungsbesuchern war diese Kategorie mit jeweils über 60% der Antworten zwar immer noch relativ hoch, auf der anderen Seite deutlich niedriger als in der Referenzbevölkerung, wo Werte um und über 70% erreicht wurden. Insgesamt zeigen unsere Zahlen, dass die thematische Breite der Lebenswissenschaften in der Bevölkerung so gut wie nicht bekannt ist. Interessierte Befragte aus den Veranstaltungen wissen dagegen signifikant häufiger, dass Naturwissenschaften eine wichtige Rolle bei den Lebenswissenschaften spielen (und dies dürfte sie auch motiviert haben, die Veranstaltungen zu besuchen), ohne dass die ganze Fülle und Komplexität des Themas bei ihnen präsent wäre.

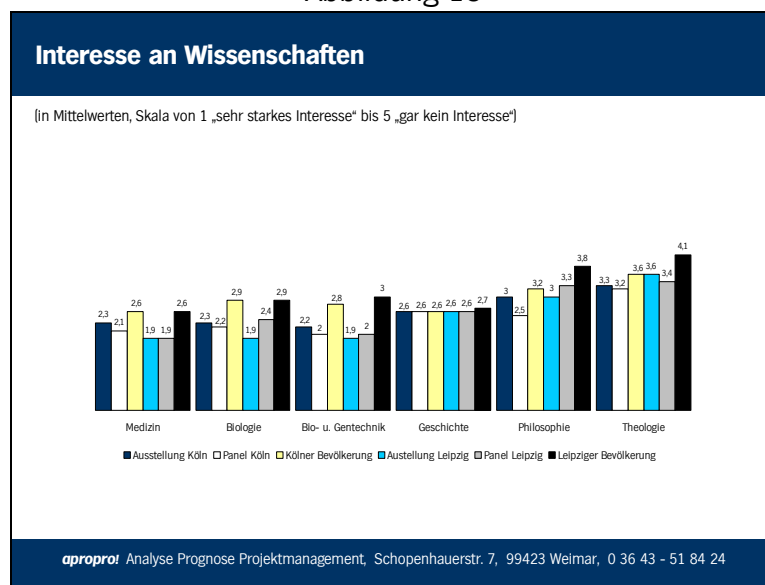
Abbildung 17



2.3.1.5 Wissenschaftsinteresse

Fragt man nach dem Interesse der Befragten an Wissenschaften, lassen sich zwei zentrale Aussagen aus unseren Daten gewinnen. Erstens ist sichtbar, dass das Interesse an Wissenschaften, hier in zwei große Bereiche „Naturwissenschaften/Medizin“ und „Geisteswissenschaften/Theologie“ unterteilt, in den jeweiligen Referenzbevölkerungen deutlich niedriger liegt als bei den Befragten der Veranstaltungen (vgl. Abbildung 18). Lediglich das Interesse an Geschichte ist in Ost und West unter allen Befragten fast gleich groß (2,6 im Mittelwert). Dieser Befund untermauert die Aussage, dass das Publikum vor Ort deutlich mehr Interesse für allgemeine Fragen, mithin auch für Wissenschaften mitbrachte als der Durchschnitt.

Abbildung 18



Zweitens fühlten sich vor allem medizinisch-naturwissenschaftlich interessierte Bürger von den Veranstaltungen angesprochen, weniger hingegen geistes- oder gesellschaftswissenschaftlich interessierte Befragte. Panelbesucher waren insgesamt (außer in Leipzig) durchweg interessierter als die Besucher der Ausstellungen. Ferner zeigt sich in den Daten ein interessanter Ost-West-Unterschied, der die These von den „technikorientierten“ Ostdeutschen zu stützen scheint: Bio- und Gentechnik sowie Medizin waren bei den Besuchern in Köln und Leipzig am beliebtesten, die Leipziger Befragten orientierten dabei sogar noch etwas deutlicher auf Medizin und Biotechnik hin als die Kölner Befragten. Diese zeigten neben ihrem naturwissenschaftlichen auch ein nennenswertes Interesse an Geisteswissenschaften. Sie erscheinen so insgesamt breiter und grundsätzlicher an Wissen und Wissenschaften interessiert als die Leipziger Befragten, die erkennbar spezialisiertere Neigungen hatten.

2.3.1.6 Einstellungen zu Gentechnik

In Fortführung des Themenkomplexes „Wissenschaftsinteresse“ wird im folgenden das Meinungsklima zu den neuen und umstrittenen Wissensgebieten Gentechnik und -forschung untersucht. Wir haben gesehen, dass Befragte vor Ort überwiegend naturwissenschaftlich-medizinische Interesse hatten. Insbesondere das Thema Genforschung dürfte sie nach unseren Zahlen zum Besuch der Lebenswissenschafts-Veranstaltung in Köln und Leipzig motiviert haben. Dazu wurde in den Befragungen ein breites Set an Einstellungstems formuliert, mit denen nach der persönlichen Chancen- und Risikobewertung der Gentechnik gefragt wurde.

Vergleicht man die Daten für Köln und Leipzig zu dieser Fragebatterie, so stellen sich einige Gemeinsamkeiten ein (vgl. Abbildungen 19 und 20). Der Antagonismus in der aktuellen Debatte um die Gentechnik, wie er mit den Positionen von Bundespräsident Rau und Bundeskanzler Schröder neuerdings identifiziert wird, zeigt sich in unserer Analyse deutlich in Richtung der Rau-Position verschoben. Unumstritten ist die Aussage, dass der Mensch nicht alles machen dürfe, was er könne. Ihr stimmen in beiden Städten und unabhängig vom Befragtenstatus jeweils mehr als 2/3, zumeist mehr als 70% der Befragten voll und ganz zu. Die ökonomischen Chancen und Beschäftigungspotenziale, die die Genforschung haben soll, werden ebenfalls in allen Gruppen eher skeptisch gesehen. Hier stellten sich Zustimmungswerte von nur 20% und darunter ein. Alle anderen Items werden innerhalb der Befragtengruppen, und dies noch einmal nach Ost und West unterschiedlich, bewertet.

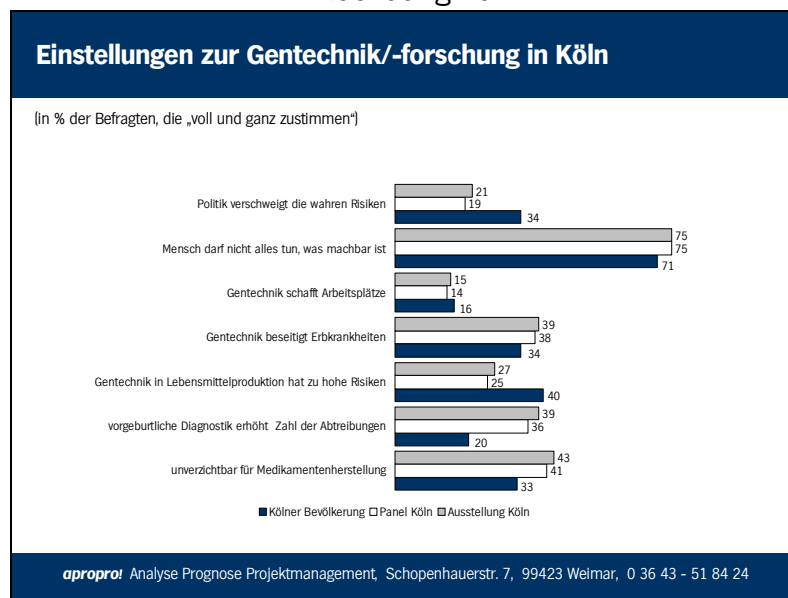
Befragte aus unseren Bevölkerungstichproben neigen dazu, Chancen wie Risiken deutlich positiver bzw. negativer einzuschätzen als die Befragten aus den Veranstaltungen. Die Gründe dafür liegen einerseits in offenkundig mangelnder fachlicher Information, über die

wiederum viele Veranstaltungsbesucher verfügen resp. meinen, darüber zu verfügen. Andererseits spiegelt sich in diesen oft „überschießenden“ Meinungen in der Bevölkerung ein medial vermitteltes und oft mit Skandalen behaftetes Bild, das man in der Öffentlichkeit von Genforschung hat. So hat sich der BSE-Skandal im Frühjahr 2001 sicherlich auch indirekt ausgewirkt. 47% der befragten Leipziger stimmten in der Bevölkerungsumfrage der Aussage zu, Gentechnik in der Lebensmittelproduktion berge hohe Risiken.

Diese Sensibilisierung der Bevölkerung für das Thema schlägt auch noch auf die Befragung in Köln (40% Zustimmung) durch, obwohl im engeren Sinne kein Zusammenhang zwischen Genforschung mit den Lebensmittelskandalen im Gefolge von BES oder Maul- und Klausenseuche besteht. Die Grenzen sind hier aber eher fließend und Befragte trennen bei ihren Einstellungen oft nicht scharf, sondern setzen mitunter verschiedene Vorgänge zueinander in Beziehung. Dies ist weder „falsch“ noch illegitim. Denn letztlich können Befragte auch ohne großes Vorwissen sich darüber eine Meinung bilden, ob und wie sie sich persönlich von einem Problem im Zusammenhang mit der Gentechnik persönlich betroffen fühlen oder nicht.

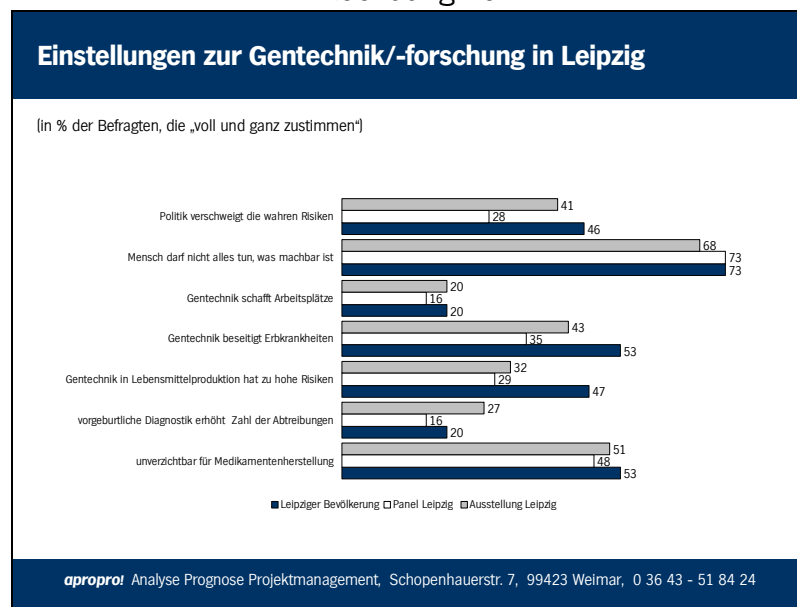
Dementsprechend sind die vermeintlichen positiven Seiten der Gentechnik vor allem dann unumstritten, wie z.B. im Falle von Medikamentenherstellung, wenn jeder davon berührt ist oder einen unmittelbaren Vorteil erfahren könnte. Ebenso verständlich ist schließlich noch die hohe Zustimmung zu der Aussage, dass die Politik in Deutschland nach Meinung der Bevölkerung verschweigt, was in Sachen Genforschung wirklich vor sich geht. Das Schimpfen auf Politiker ist ein Ritual, das viele gerne und unbesehen pflegen, nach unseren Daten besonders auch in Ostdeutschland.

Abbildung 19



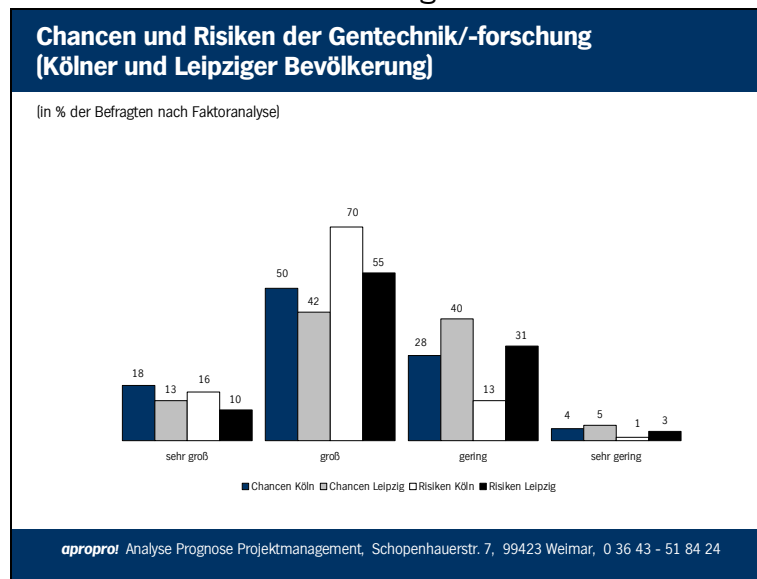
Items, die mehr Wissenshintergrund und Kenntnis über die Zusammenhänge erfordern, werden dagegen in der Bevölkerung nur unterdurchschnittlich zustimmend bewertet. Hier sind die Meinungen der Veranstaltungsbesucher deutlich prononcierter, aber auch abwägender und keineswegs von blinder Euphorie oder Technikbegeisterung gekennzeichnet. Interesse und Vorkenntnisse führen nach unseren Daten vielmehr eher dazu, die Vor- und Nachteile gegeneinander abzuwägen. Ein Beispiel für dieses Abwägen sind die beiden Items „vorgeburtliche Diagnostik erhöht die Zahl der Abtreibungen“ sowie „Gentechnik beseitigt Erbkrankheiten“. Im ersten Falle sagen die Besucher in Köln und Leipzig mehrheitlich, dass das wohl so sei (tatsächlich ist es auch so). Im zweiten Falle schätzen die Interessierten in beiden Städten die Chancen deutlich geringer ein als die Referenzbevölkerung.

Abbildung 20



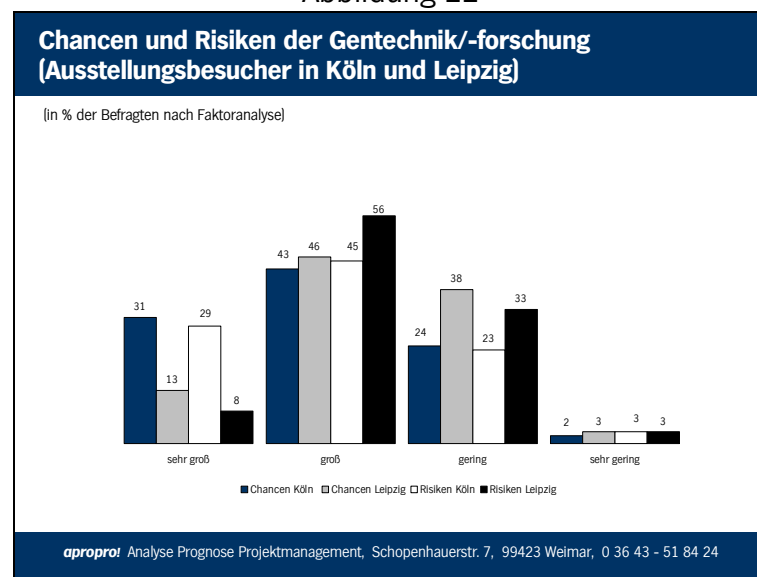
Gruppiert man die Items entlang der beiden Dimensionen „Chancen“ und „Risiken“, so kann man abschließend die Unterschiede in unseren jeweiligen Befragtengruppen noch einmal sehr deutlich herausarbeiten (vgl. Abbildung 21). Betrachtet man zunächst die Werte für die Bevölkerungsbefragungen, so wird zum einen deutlich, dass eine große Mehrheit große zugleich Chancen *und* Risiken in der Gentechnik erkennt, die Befragten hier also im wörtlichen Sinne geteilter Meinung sind. Interessant ist dabei, dass die Befragten in Köln wesentlich höhere Risiken als Chancen erkennen, während die Befragten in Leipzig erkennbar weniger Risiken wahrnehmen. Die jeweiligen extremen Kategorien sind eher schwach besetzt, das heißt, die Befragten sind sich im Klaren darüber, dass es kein „entweder-oder“ in dieser wichtigen Frage gibt und andererseits weder Anlass für übertriebene Furcht noch Sorglosigkeit besteht. Ostdeutsche Befragte sind dabei insgesamt deutlich technologieorientierter und positiver gestimmt als die westdeutschen Befragten, die den Diskurs über die „Risikogesellschaft“ der Moderne gewöhnt sind.

Abbildung 21



Ein anderes Bild ergibt sich, wenn man sich die Chancen-Risiken-Bewertung bei den Ausstellungsbesuchern vor Ort anschaut (vgl. Abbildung 22). Das Meinungsspektrum ist deutlich differenzierter und polarisierter als in der Gesamtbevölkerung, was sich nicht zuletzt darin zeigt, dass die oberste Kategorie „sehr groß“ häufiger besetzt ist. Hier zeigen sich die Leipziger Befragten deutlich kritischer als die Kölner Befragten. Sie bewerten die Chancen insgesamt weitaus weniger euphorisch (nur 13% sagen hier, die Chancen seien sehr groß), und sind in ihrer Grundstimmung eindeutig skeptischer und zurückhaltender. Das Meinungsspektrum insgesamt ist hier deutlich in Richtung auf „Zurückhaltung“ verschoben.

Abbildung 22

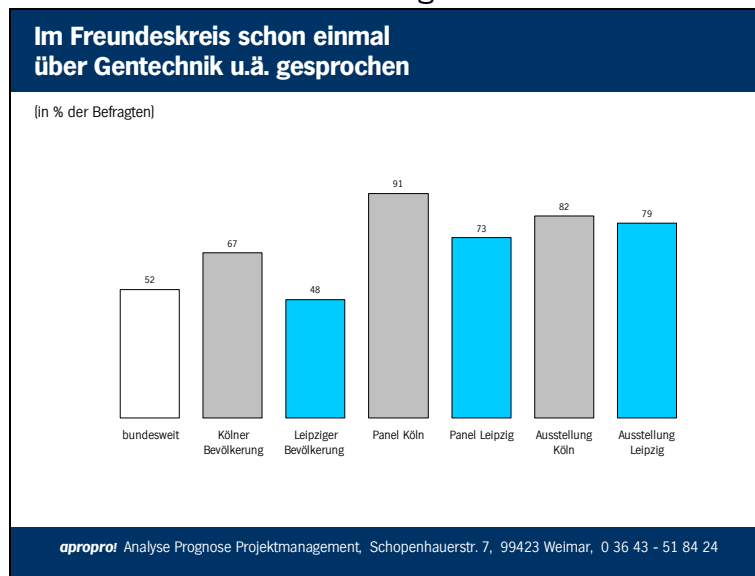


2.3.1.7 Kommunikation über das Thema „Gentechnik“

Mit steigendem Interesse für die Thematik der Lebenswissenschaften bzw. für die einschlägigen Wissensgebiete steigt bei den Befragten in Köln wie Leipzig gleichermaßen der - zumindest subjektive - Eindruck, dass im Freundes- und Bekanntenkreis verstärkt über das Thema Gentechnik u.ä. gesprochen wird (vgl. Abbildung 23). Die Kölner, Bevölkerung wie Besucher, sprechen dabei offenkundig deutlich häufiger über die Thematik „Gentechnik“ als im Bundesdurchschnitt. Unabhängig davon, ob sich dahinter ein Ost-West-Unterschied oder eine Kölner Eigenart verbirgt, bleibt unbestritten, dass sich unsere Befragten in einem aktiven Kommunikationsnetz wähen, das wesentlich durch die eigene Interessenslage mitdefiniert wird. Man kann diese Einschätzung, wenngleich nur indirekt gemessen, durchaus als selbst zugeschriebene Meinungsführerschaft (opinion leadership) interpretieren. So sagen 48% der Leipziger insgesamt, aber 79% der dortigen Ausstellungsbesucher, dass im Freundeskreis über das Thema Gentechnik schon gesprochen wurde. Die Funktion eines potenziellen opinion leaders findet sich - dies überrascht nicht - vor allem unter Befragten mit höherem Bildungsgrad: so sagen 76% der Abiturienten in Leipzig und 72% der Befragten mit Universitätsabschluss in Ostdeutschland, dass sie schon einmal mit Freunden über dieses Thema geredet haben.

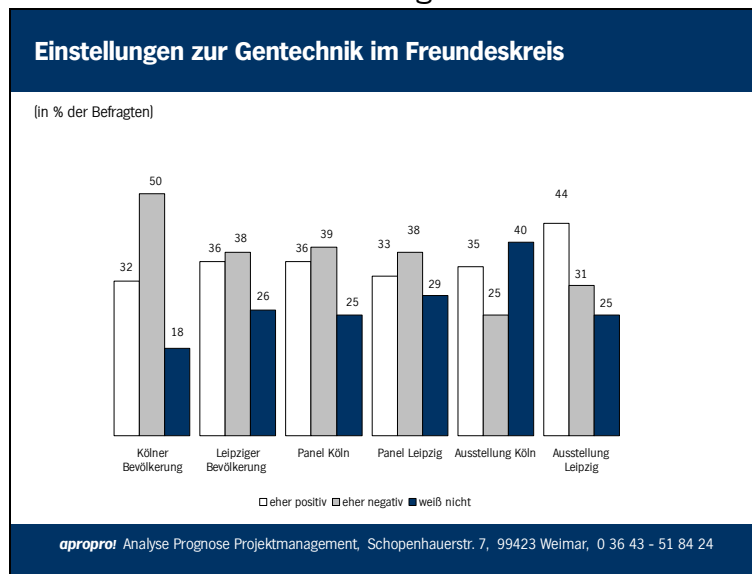
In der Universitätsstadt Leipzig sind es folglich auch die StudentInnen, die zu 90% angeben, darüber schon einmal kommuniziert zu haben. Daneben zeigt in Leipzig und Ostdeutschland insgesamt wieder die Konfession und das Lebensalter (unter 30 Jahre) einen signifikanten Effekt. Und schließlich: wer den Begriff „Lebenswissenschaften“ schon kennt, der redet häufiger über das Thema „Gentechnik“ als andere. Die Funktion eines potenziellen opinion leaders in Köln findet sich vor allem unter Befragten mit höherem Bildungsgrad, höherem sozialen Status, Internetnutzern, jüngeren Befragten und Befragten mit evangelischer Religionszugehörigkeit. In bestimmten sozialen Gruppen wird dagegen deutlich weniger über dieses aktuelle Thema kommuniziert: Ältere Befragte, Alleinstehende und niedriger Gebildete weisen deutlich unterschiedliche Werte bei der Frage auf, ob in ihrem Umfeld schon einmal über Gentechnik gesprochen wurde.

Abbildung 23



Im Sinne der geschilderten opinion leadership-These soll nun noch untersucht werden, inwieweit das Thema „Gentechnik“ im unmittelbaren sozialen Umfeld, hier gemessen über den Stimulus „Freundeskreis“, anders gehandelt wird als in den Referenzbevölkerungen (vgl. Abbildung 24). Die „interessierteren“ Besucher aus den Vor-Ort-Erhebungen vermitteln insgesamt den Eindruck, dass sie in einem diskursfreundlichen Umfeld leben. Insofern nehmen sie offenbar eine entscheidende Vermittlungsposition im sozialen Nahbereich wahr und sind als Zielgruppe für weitere Öffentlichkeitsarbeit interessant. Aber es ist ebenso wichtig darauf hinzuweisen, dass im privaten Umfeld der Besucher keineswegs eine unreflektierte und unkritische Haltung im Bezug auf Genforschung damit einhergeht. Es verhält sich vielmehr so, dass deutlich weniger negativ (oder besser: kritischer), nicht aber unbedingt positiver über die Gentechnik gesprochen wird als in der übrigen Bevölkerung. So sagen z.B. 50% in der Kölner Bevölkerungsbefragung, dass in ihrem Umfeld eher negativ über Gentechnik geredet wird. Bei den Befragten aus Panel und Ausstellung in Köln ist dies nur zu 39% bzw. 31% der Fall. Offenbar läuft der Diskurs in diesen potenziellen gateway-Gruppen eher auf einer kritisch-diskursiven Ebene, also abwägend, so dass die Befragten keine eindeutige Meinungsrichtung angeben konnten, was erklären würde, dass gerade bei diesen Befragten der Anteil von Nennungen mit der Antwort „weiß nicht“ ansteigt. In diesem Sinne wäre aber zugleich ein wesentliches Ziel der Initiatoren des Jahres der Lebenswissenschaften erreicht, nämlich einen kritischen Dialog anzustoßen.

Abbildung 24



2.3.2 Die Ergebnisse der Befragung unter den Besuchern

Neben einer Vielzahl von Fragen, die wir sowohl an die Bevölkerungsstichproben, als auch an die Besucher richteten und deren Ergebnisse wir im Kapitel 2.3.1 überblicksartig dargestellt haben, haben wir bestimmte Fragen nur an die Besucher der Veranstaltungen richten können. Dazu zählten im einzelnen, wie sie auf diese Veranstaltungen aufmerksam geworden sind, mit wem sie die Veranstaltung besuchten, welche Erwartungen sie hatten, wie zufrieden sie waren und ob sie gegebenenfalls diese Veranstaltungen weiterempfehlen und eventuell wieder eine solche Veranstaltung besuchen würden. Inhaltlich bildeten sich so drei Schwerpunkte: der eine zielte auf die Evaluierung der Veranstaltungen und die Zufriedenheit der Besucher ab, der zweite untersuchte die Kommunikationskanäle, durch die die Besucher von der Veranstaltung erfuhren, der dritte schließlich beschäftigte sich mit der potenziellen Multiplikatorenschaft der Befragten, die sie als mögliche gateway audiences haben könnten. Im Sinne unseres grundlegenden Kommunikationsmodelles gilt es dabei zu fragen, inwiefern sich hier eine besondere Meinungsführerschaft bei den Besuchern ergeben könnte und sich rekursive Kommunikationsschleifen schließen.

In der folgenden Darstellung wird die Evaluierung der einzelnen Kommunikationsformate einen großen Raum einnehmen. Dies ist zum Einen dadurch gerechtfertigt, dass es erklärtes Ziel der Beauftragung war, über eine Evaluierung der Veranstaltungen Aussagen über die Eignung der eingesetzten Formate zu treffen. Zum Anderen haben wir in den beiden Feldphasen unserer Erhebung in Leipzig und Köln neben standardisierten Verfahren (fragebogengestützte Besucherbefragungen) auch mehrere Gruppendiskussionen nach den ausgesuchten Veranstaltungen durchgeführt, die im Sinne einer qualitativen Sozialforschung eingehend protokolliert und ausgewertet wurden. Beide Methodensets, die stan-

dardisierten wie die qualitativen Verfahren, münden in eine Bewertungsmatrix, mit der wir die Ergebnisse unserer Analysen in stark verdichteter Form dokumentierten und gleichzeitig Empfehlungen begründen können, die die Auftraggeber bei zukünftigen Veranstaltungen mit ähnlichem Charakter berücksichtigen können (vgl. dazu Punkt 2.3.3 und die Empfehlungen in Kapitel 3).

2.3.2.1 Die Sozialstruktur der Besucher

Bevor die einzelnen Ergebnisse hinsichtlich des Kommunikationsverhaltens sowie der Multiplikatorenrolle dargestellt werden, soll noch einmal ein kurzer Überblick über ihre Sozialstruktur erfolgen. Er zeigt, dass wir ein spezifisches Publikum befragt haben, wobei im unklaren bleiben muss, ob diese Charakteristik typisch für die Grundgesamtheit aller Besucher ist oder aber durch die Versuchsanordnung eines Panels, also einer Wiederholungsbefragung, bedingt ist (vgl. zu den folgenden Aussagen die Tabelle 4).

Zunächst fällt der recht hohe Frauenanteil bei den beiden Ausstellungs-Stichproben ins Auge (66% in Leipzig, 60% in Köln). Das Science-Street-Format hat also offensichtlich verstärkt Frauen angesprochen, was noch einmal unterstreicht, dass diese Formate familienorientiert selektieren. Im Panel Köln waren die Befragten hinsichtlich des Geschlechts annähernd proportional zur Gesamtbevölkerung verteilt, beim Panel Leipzig fällt der deutlich höhere Männeranteil ins Auge (59%).

Bei der Altersstruktur fällt auf, dass bei den Ausstellungen in Köln und Leipzig jeweils exakt 5% unserer Befragten über 65 Jahre alt waren, bei den Panels dagegen doppelt so viele (11% in Leipzig, 10% in Köln). Dafür konnten wir unter dem Ausstellungspublikum deutlich mehr jüngere Besucher unter 18 Jahren befragen, die bei den Panelveranstaltungen nahezu komplett fehlen. Auf dem Leipziger Hauptbahnhof konnten wir deutlich mehr 18-30jährige für unsere Befragung gewinnen als in Köln, wo die 30-65jährigen stärker vertreten waren als wiederum in Leipzig. Auch wenn man vorsichtig ist mit Rückschlüssen auf die Eignung von bestimmten Kommunikationsformaten, so kann man sagen, dass die Panel-Veranstaltungen (also Talkshow, Streitgespräch und Vortrag) deutlich stärker ältere Leute anzusprechen scheinen, jüngere Befragte dagegen eher den unverbindlicheren und erlebnisorientierteren Charakter der Ausstellungen präferieren. Die Formate sprechen also unterschiedliche Altersgruppen an.

Schon häufiger war von den „Interessierten“ die Rede, die den Weg zu den Lebenswissenschaften-Veranstaltungen gefunden haben. Ein weiterer Interaktionseffekt ist hinsichtlich der Konfessionszugehörigkeit der Befragten zu verzeichnen. Sowohl in Leipzig als auch in Köln sind Befragte mit Zugehörigkeit zu einer Kirche oder Religionsgemeinschaft überproportional vertreten. In Leipzig waren jeweils über 40% der Befragten in Ausstellung und

Panelveranstaltungen konfessionell gebunden, deutlich mehr als in der ostdeutschen Referenzbevölkerung, wo nur knapp 25% der Menschen religiös gebunden sind. In Köln lagen die Werte mit 74% im Panel und 83% beim Ausstellungspublikum ebenfalls etwas über den Vergleichswerten der Gesamtbevölkerung. Für den westdeutschen Erhebungsort Köln lassen sich aus diesen Zahlen dabei weniger weitreichende Schlussfolgerungen ziehen als für den ostdeutschen Ort Leipzig, da in Westdeutschland die berichtete Mitgliedschaft in einer Kirche weniger über eine grundlegende religiöse Orientierung aussagt. In Leipzig scheint es dagegen so zu sein, dass sich Besucher mit einer religiös fundierten ethischen Grundausrichtung verstärkt angesprochen fühlten. Dies würde, akzeptiert man diese Brückenthese, darauf hindeuten, dass die Lebenswissenschaften unter unseren Befragten ein umfassendes Interesse an den Grundlagen, aber auch den gesellschaftlichen Folgen naturwissenschaftlicher Innovationen ausgelöst haben, wofür die erhöhte Anzahl religiös gebundener Befragter ein Indikator sein kann.

Das vorgeschaltete Interesse, das einen wesentlichen Prädiktor für die Teilnahme an den Veranstaltungen in Köln und Leipzig bildet, schließt erkennbar gewisse soziale Gruppen mit niedrigerer formaler Bildung und sozialem Status aus. Hier ist es nicht gelungen, ein breites, geschweige denn repräsentatives Querschnittspublikum anzusprechen. In allen Formaten, die hier untersucht wurden, sind Befragte mit Volks- oder Hauptschulabschluss weit unterdurchschnittlich vertreten. Die meisten fanden sich, das überrascht nicht, in den eher offenen Formaten der Ausstellungen, wo es keine erkennbaren Einlass- oder Zugangshürden gab (14% in Leipzig, 6% in Köln). Schon unter den Ausstellungsbefragten sind Abiturienten weit überrepräsentiert, die Panelveranstaltungen hingegen sprachen noch einmal mehr höher Gebildete an (60% in Leipzig, 72% in Köln). Schließlich: der Anteil von Befragten, die zu Hause über einen Internetanschluss verfügen, liegt mit Ausnahme der Befragten der Ausstellung in Leipzig deutlich über dem bundesdeutschen Schnitt von derzeit 40%. Lässt man den privaten Internetbesitz (noch) als einen Indikator für erhöhte Partizipationsbereitschaft gelten und bedenkt, dass das Internet besonders häufig von höher Gebildeten genutzt wird, so verstärkt dieses Ergebnis den angesprochenen Trend. Unabhängig von dem Grundanliegen, die „breite“ Bevölkerung mit dem Wissenschaftsdialog anzusprechen, kann man sagen, dass sich – nolens volens – eine erhebliche Präselektion der Besucher nach dem Bildungskriterium eingestellt hat.

Es verwundert daher nicht, dass man auch bei der Variable „Berufsstatus“ so gut wie keine Arbeiter findet. Ihr Anteil liegt bei nur 3%, im Panel Köln konnten wir überhaupt keinen Arbeiter ansprechen. Im Ost-West-Vergleich bilden sich die tatsächlichen Verteilungen in der Arbeitsstruktur auch in unseren Stichproben erstaunlich gut ab: so waren Angestellte in den Leipziger Formaten jeweils mit Abstand die größte Gruppe (beim Ausstellungspublikum waren dies sogar 82%), wohingegen in Köln die Gruppe der Beamten, also der öffentliche Dienst, deutlich stärker vertreten war (dazu zählen wohl auch Lehrer, die aus fachlichem und beruflichem Interesse vor Ort waren). In Ostdeutschland sind dagegen bis

heute Beamte eher eine „Rarität“, zumal viele Berufsgruppen dort, anders als im Westen, nicht verbeamtet sind. Die soziale Differenzierung der beiden bundesdeutschen Teillesellschaften sind in unseren Stichproben also gut abgebildet und erklären, neben der unmittelbaren Wirkung der Kommunikationsformate, die unterschiedliche Zusammensetzung unserer Befragtengruppen.

Die meisten Befragten, mit Ausnahme der Panelbefragten in Köln, waren ledig. Ihr Anteil in den Stichproben lag damit erheblich über dem Durchschnitt der jeweiligen Referenzbevölkerungen, wo er zwischen 35% und 45% rangiert. Offenbar fühlen sich Ledige (gleich welchen Alters) durch die dargebotenen Veranstaltungsangebote deutlich besser angesprochen als familiär eingebundene. Es könnte aber auch dadurch zu erklären sein, dass Ledige ein wesentlich flexibleres Zeitbudget haben und stärker an Freizeitangeboten und –gestaltung orientiert sind. Dahinter steht zu einem gewissen Anteil auch die Tatsache, dass die meisten Verheirateten zugleich auch erwerbstätig sind und nur zu einem geringen Teil über freie Zeit verfügen. Die meisten Ledigen in unseren Stichproben sind zwar die befragten Schüler und Studenten, aber auch unter älteren Befragten sind die Ledigen deutlich überrepräsentiert.

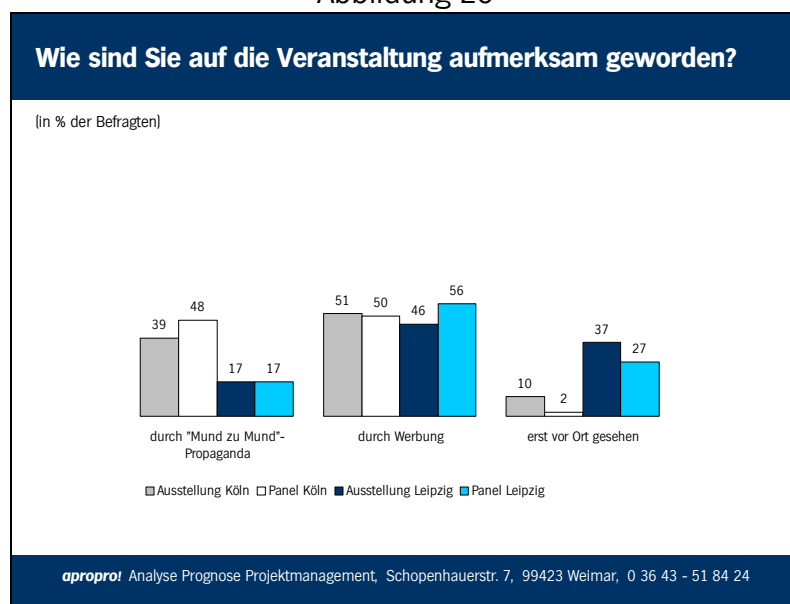
**Tabelle 4: Sozialstatistik der Besucher vor Ort
(in % der jeweiligen Sozialkategorie)**

	Ausstellung Leipzig	Ausstellung Köln	Panel Leipzig	Panel Köln
<i>Geschlecht</i>				
männlich	34	40	59	46
weiblich	66	60	41	54
<i>Alter</i>				
bis 18 Jahre	7	5	1	0
18-30	40	31	32	18
30-65	48	59	56	72
über 65 Jahre	5	5	11	10
<i>Konfession</i>				
ja	42	83	45	74
<i>Erwerbsstatus</i>				
berufstätig	45	54	45	70
Arbeiter	3	3	3	0
Angestellte	82	57	56	65
Beamte	5	23	15	20
sonstige	8	17	26	15
nicht berufstätig	55	46	55	30
Schüler	26	33	5	0
Studenten	30	20	34	36
Rentner	11	23	32	56
<i>Bildung</i>				
8./9. Klasse	14	9	6	3
10. Klasse	25	19	21	14
Fachhochschulreife	5	14	12	9
Abitur	56	55	60	72
<i>Familienstand</i>				
Ledige	57	55	51	38
Verheiratete	29	33	31	52
<i>ZU Hause Internetan- schluss</i>				
JA	39	79	51	71
Fallzahl	84	80	54	55

2.3.2.2 Motivation, Kommunikation und Ergebnisbewertung der Besucher

Die beiden Veranstaltungen in Köln und Leipzig haben auf jeweils unterschiedliche Art und Weise Besucher angezogen. Die Besucher der Kölner Veranstaltungen haben wie in Leipzig auch zu gut 50% durch Werbung in den Gürzenich gefunden (vgl. Abbildung 25). Wichtig war im Vorfeld auch eine Information durch Bekannte oder Freunde, da 39% der Ausstellungsbesucher und immerhin 48% der Panelbefragten dadurch zu einer Teilnahme motiviert wurden. Der Ort der Leipziger Veranstaltungen, der Hauptbahnhof, erlaubte dagegen weitaus häufiger ein spontanes Hingehen, ohne dass ein Besuch von längerer Hand geplant gewesen wäre. So sagten 37% der Leipziger Ausstellungsbesucher und 27% der Panelbefragten, dass sie auf die Veranstaltungen vor Ort aufmerksam wurden. Das Kölner Publikum, das wir befragten, war dagegen eher bewusst und gezielt zu einer Teilnahme entschlossen. Natürlich trug der Ort der Kölner Veranstaltung auch dazu bei, dass man „einfach so“ nicht dorthin gelangen konnte und ein spontaner Entschluss weitaus unwahrscheinlicher war als in Leipzig.

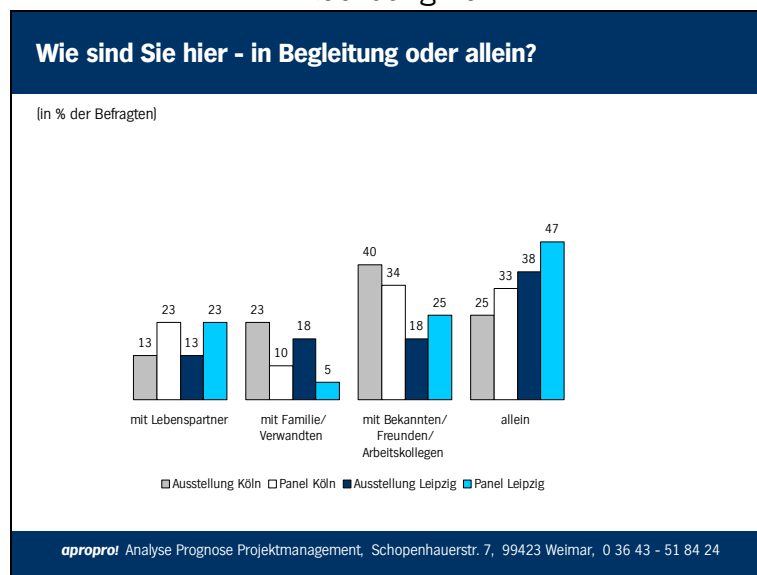
Abbildung 25



Anders als in Leipzig sind die Kölner Besucher stärker mit der Familie, mit Bekannten und Freunden zu den Veranstaltungen gekommen. In Leipzig war der Anteil der Besucher, die alleine kamen, dafür deutlich höher als in Köln (vgl. Abbildung 26). Dies hat sicherlich damit zu tun, dass auf dem Leipziger Hauptbahnhof mehr Alleinreisende oder Gelegenheitsbesucher anwesend waren, die sich von der Veranstaltung spontan haben ansprechen lassen. In Köln erfolgte der Besuch überwiegend geplant und nach Absprache. Dies verdeutlicht andererseits die höhere Schwelle, die ein Besucher im Gürzenich zu überwinden hatte.

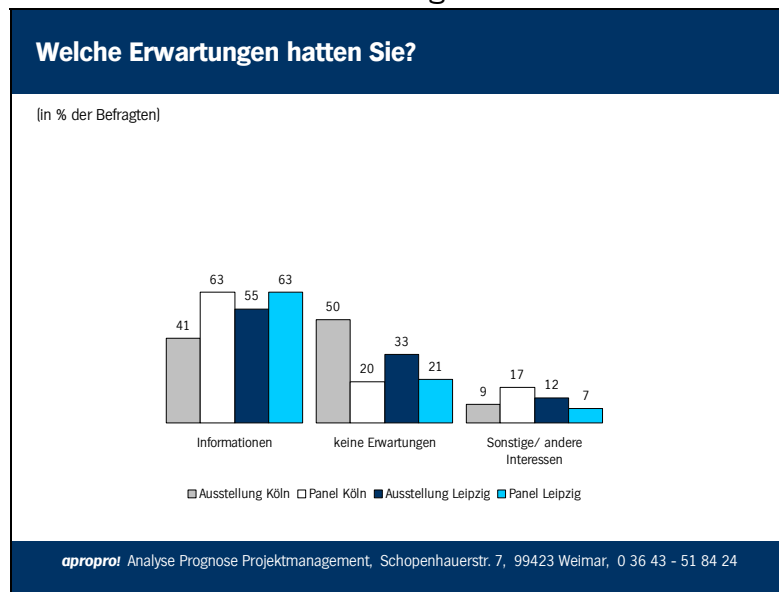
Neben den Effekten, die von den unterschiedlichen Veranstaltungsorten in beiden Städten ausgingen, gibt es allerdings auch formatbedingte Effekte, die unabhängig von den Orten waren. Nach unseren Zahlen bevorzugten Besucher der Ausstellungen in beiden Städten einen Besuch mit Familienangehörigen oder Verwandten, Besucher von eher diskursorientierten Formaten in unserem Panel dagegen stärker den Besuch mit einem Lebenspartner. Dies deutet darauf hin, dass der Besuch einer Talkshow oder eines Streitgesprächs aufgrund seines deutlich höheren Eventcharakters Menschen (vor allem Jüngere) mit eher geringem familiären Integrationsgrad anspricht. Der „Familienausflug“ hingegen mit „Kind und Kegel“ ist eher bei einem Format wie der Ausstellung wahrscheinlich, wo man nicht sitzen bleiben muss, alles im Umhergehen und relativ unverbindlich konsumieren kann. Dementsprechend sprechen Ausstellungen doch ein anderes Publikum an als die diskursorientierten Formate.

Abbildung 26



Die meisten Befragten vor Ort hatten konkrete Erwartungen an die Veranstaltungen, die sie mit ihrem Besuch verbanden (vgl. Abbildung 27). Befragte unserer Panels in Köln und Leipzig waren dabei diejenigen mit den höchsten Erwartungen, die sich konkret auf qualitativ hochwertige Informationen zum Thema bezogen (jeweils 63%). Ausstellungsbesuchende konnten dagegen deutlich weniger konkrete Erwartungen benennen, in Köln waren dies sogar nur 41%. Je höher das mitgebrachte Interesse an der Thematik und den Veranstaltungen, so kann man daraus schlussfolgern, desto höher waren auch die Erwartungen an den Nutzwert des Besuchs. Panelbesucher sind von daher von vorneherein auch eher in der Gefahr, von den Veranstaltungen enttäuscht zu sein, denn ein Besucher ohne Vorerwartung tendiert in der Regel dazu, mit dem Gebotenen auch zufrieden zu sein. Sein Nutzenkonzept sieht lediglich in der investierten Zeit eine Vorleistung, ansonsten ist er eher „ergebnisoffen“.

Abbildung 27

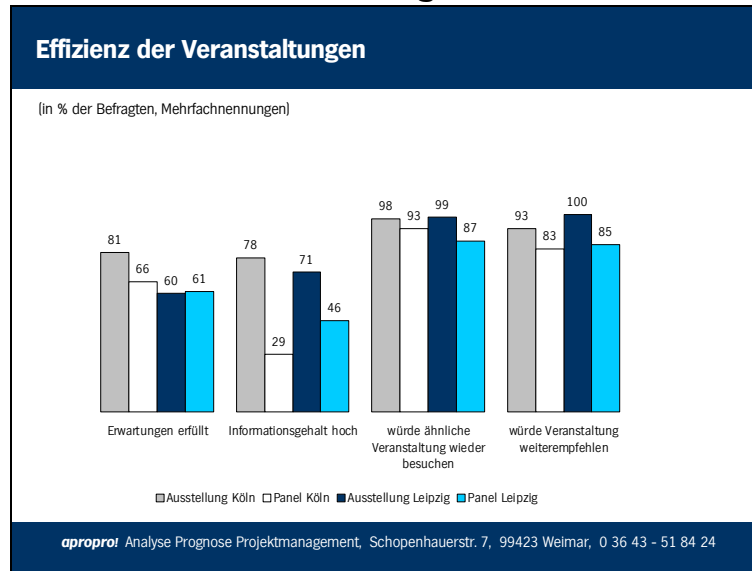


Dass diese an der rational-choice-Theorie orientierte Verhaltensweise, für den eigenen Voraufwand auch eine entsprechend wertvolle Gegenleistung im Sinne einer Reziprozität zu erhalten, erklärt im wesentlichen auch die folgenden Ergebnisse. Danach sagten vor allem die Befragten aus der Kölner Ausstellung (81%), dass ihre Erwartungen an die Veranstaltung erfüllt worden seien (vgl. Abbildung 28). Befragte in den beiden Ausstellungen in Leipzig und Köln sagten deutlich häufiger als Panelbefragte, dass der Informationsgehalt der besuchten Veranstaltungen hoch sei. Und schließlich resultiert aus dieser „diffusen Zufriedenheit“ der Ausstellungsbesucher auch eine erkennbar höhere Bereitschaft, positiv über die Veranstaltungen zu reden und wieder einmal eine solche öffentliche Veranstaltung zu besuchen. Zwar ist festzuhalten, dass alle Befragten in allen Formaten mit weit überwiegender Mehrheit die Veranstaltungen positiv bewerteten (kein Wert liegt hier unter 83%), aber die Zugehörigkeit zu einem der beiden Publika vor Ort, Panel oder Ausstellung, erklärt noch einmal den markanten Unterschied im Multiplikatorenverhalten. Es lässt sich wie folgt zusammenfassen: Ausstellungsbesucher hatten deutlich geringere Vorerwartungen, zeigten Interesse und wurden durch die besuchten Veranstaltungen durchweg sehr gut erreicht. Ihre positive Grundstimmung führt zu einer potenziell höheren Bereitschaft, darüber auch zu kommunizieren oder irgendwann einmal wiederzukommen. Dazu passt, dass sich die meisten Befragten auch weitere Informationen zum Thema Lebenswissenschaften nach den Veranstaltungen wünschen.

Panelbesucher dagegen waren aufgrund ihrer deutlich höheren Vorerwartungen kritischer und bewerteten vor allem den Informationsgehalt der Darbietungen sehr kritisch (in beiden Stichproben sagten deutlich weniger als 50%, dass der Informationsgehalt der Veranstaltungen hoch gewesen sei) oder betonten, man erfahre nichts Neues. Gleichwohl war diese kritischere Grundhaltung ohne nachhaltigen Effekt auf die positive Gesamtevaluati-on und die Bereitschaft, erneut eine solche Veranstaltung zu besuchen. Für beide, Ausstel-

lungsbesucher wie Panelbefragte, gilt, dass das mitgebrachte Interesse und die dargebotenen Leistungen der Veranstaltungen zusammen eine sehr gute Gesamtbewertung nach sich zogen.

Abbildung 28



2.3.3 Die Eignung der eingesetzten Kommunikationsformate

Im folgenden soll abschließend zu diesem Punkt noch einmal genauer in die einzelnen Formate der unter „Panel“ zusammengefassten Veranstaltungen geschaut werden. Im Mittelpunkt steht dabei die vergleichende Evaluierung dieser einzelnen Formate, die jeweils für sich eine eigene Herangehensweise, Kommunikationswirkung und Publikumsansprache besitzen. Die Evaluierung erfolgt dabei entlang von fünf Hauptdimensionen, die wir nach einer qualitativen Analyse der Gruppendiskussionen vor Ort gewonnen haben. Diese Dimensionen lauten im einzelnen:

- 1.) „Darbietung/Performance“, die darstellerische und vermittelte Qualität, das Auftreten der Akteure wie Diskutanten, Moderatoren etc.;
- 2.) „Verständlichkeit“, worunter vor allem die Mitteilungsfähigkeit und die Verständlichkeit von Experten gegenüber einem interessierten, aber nicht fachlich vorgebildeten Publikum verstanden wird;
- 3.) „Attraktivität“, ein Indikator, der die zugemessene Qualität um den Faktor der emotionalen Beteiligung und Anziehungskraft erweitert;
- 4.) „Anstoß zu Kommunikation“, womit wir messen, inwieweit die Besucher der Veranstaltung motiviert wurden, das Erlebte nachzubereiten und darüber zu kommunizieren;
- 5.) „Partizipation“, die Einbeziehung und Beteiligung des Publikums an der Veranstaltung.

Die Ergebnisse der einzelnen Formatevaluierungen sind in einer Matrix zusammengefasst, die wir der Übersichtlichkeit halber für beide Veranstaltungsorte getrennt ausweisen. Dabei bezeichnet ein „+“ einen positiven Evaluierungswert im Sinne von „war gut, war ausreichend vorhanden, war gegeben“ und ein „-“ entsprechend „war nicht so gut, war nicht ausreichend vorhanden, fehlte“. Wo positive und negative Evaluierungen gleichermaßen vorhanden waren, wurde ein „+/-“ vergeben. Das Gesamtergebnis stellt einen einfachen Summenindex dar, wobei sich positive und negative Effekte jeweils gegenseitig aufheben konnten. Die Evaluierungen basieren im folgenden sowohl auf den Ergebnissen der Gruppendiskussionen als auch der Befragung der Panelbesucher. Sie wurden hier nach der jeweiligen Mehrheitsmeinung gebildet, halten also die überwiegende Meinung der Befragten fest, ohne weiter in Details zu gehen. Wortwörtliche Statements aus den Gruppendiskussionen finden sich im Tabellenband unter dem Abschnitt „Verbatims“ wieder.

Betrachten wir in einem ersten Schritt zunächst die Befunde für die **einzelnen Formate**. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass wir auf der Basis unserer Evaluierung zu einer Unterscheidung in **„eher robuste“** und **„sensible“** Formate gefunden haben (vgl. Abbildungen 29 und 30). Die **„eher robusten“** Formate zeichnen sich dadurch aus, dass sie in den meisten der hier gemessenen Dimensionen gute Ergebnisse vorweisen können. Die beiden Formate Vortrag und Ausstellung waren sowohl in Köln als auch in Leipzig dabei eindeutig die „robustesten“ Formate und wurden auch am besten evaluiert. In keiner Dimension stand bei ihnen ein eindeutiges Minus. Unumstritten war dabei vor allem die „Attraktivität“, die in Leipzig und Köln gleichermaßen hoch angesiedelt wurde. Der Vortrag erhielt ebenfalls gute Bewertungen hinsichtlich der Verständlichkeit des Experten. Die Ausstellungen wiederum wurden an beiden Orten sehr gut bewertet, wenn man nach dem Anstoß für eine weitere Beschäftigung damit fragte. Im direkten Vergleich von Vortrag und Ausstellungen zeigt sich daneben aber auch, dass es kein omnipotentes Format zu geben scheint, das gegen jeglichen negativen Einfluss immun ist. So kritisierten vor allem Schüler in Köln, in den Ausstellungszelten sei es viel zu voll gewesen und man habe oft gar nichts mitbekommen können. Besonders der Vortrag in Köln, ein Expertengespräch, litt unter einer nicht so gelungenen Darbietung und geringerer Diskussionswürdigkeit des Dargebotenen, die in Leipzig offenbar in höherem Masse gegeben war. Gegenüber dem Leipziger Streitgespräch, das einige Teilnehmer der Gruppendiskussion als ausgesprochen nervig und pseudo-diskursiv empfanden, konnte in Köln das Streitgespräch besser abschneiden. Hier war mehr Verständlichkeit gegeben, ein Faktor, der beim Publikum hoch in der Gunst steht. Auch das Mitmachen-Können war hier offenbar besser gewährleistet.

Gegenüber den „robusten“, also omniversell einsetzbaren Formaten, stehen die Talkshow und das Streitgespräch als eher **„sensible“** Formate. Dies bedeutet, sie sind in hohem Masse von Umfeldfaktoren sowie der individuellen Leistung der an diesen Formaten mitwirkenden Akteuren abhängig, und diese Leistungen können bekanntlich erheblich schwanken. Dafür können individuelle Tagesformen ebenso ausschlaggebend sein wie

störende äußere Bedingungen (Unruhe, Lärm, Platzierung etc.) oder aber die „Chemie“, die zwischen mehreren Akteuren nicht stimmt (z.B. zwischen Moderator und Experten, zwischen Moderator und Publikum etc).

Als besonders sensibel muss das Format Talkshow nach unseren Evaluierungen gelten. Sowohl in Köln als auch in Leipzig erhielt es in der Summe eine eher kritische Bewertung. Dafür war in beiden Fällen überwiegend die schlecht bewertete Moderatorenrolle verantwortlich. Der Moderator wurde sehr kritisch bewertet, man monierte vor allem Nervosität, Inkompetenz, mangelnde Diskussionsleitung und unzureichende Einbindung des Publikums. Es wurde auch kritisiert, dass man das Publikum entgegen den Zielsetzungen der Veranstaltungen nicht beteiligte. In allen anderen Dimensionen zeigt sich bei der Talkshow ebenfalls, dass sich die Bewertungen eher die Waage halten, es also eher ein gemischtes Bild gibt und die Besucher mit keiner der von uns angelegten Messdimension richtig zufrieden waren. Dies ist überwiegend auf die zwar kontrastierende, aber nicht wirklich gelungene Zusammensetzung der Podien oder der Diskussionsrunden zurückzuführen.

Beim Format Streitgespräch ist auch ein eher kritisches Gesamtbild zu zeichnen. Auch dieses Format lebt stark von der individuellen Performance des Moderators sowie den Diskutanten, worunter, wie in Leipzig, dann auch die Vermittlungsfähigkeit in das Publikum hinein leiden kann. Es bleibt für diesen ersten Schritt festzuhalten, dass es vor allem Ausstellung und Vortrag sind, die von den meisten Befragten gut bewertet wurden. Bedenkt man, dass mit Vortrag und Ausstellung nach unseren bisherigen Ausführungen ein auch jeweils unterschiedlich zusammengesetztes Publikum erreicht wird, so hat man mit diesen beiden Formaten schon eine maximale Publikumsansprache gewährleistet.

Betrachten wir nun noch die **einzelnen Dimensionen** und fragen nach dem spezifischen Wert und Beitrag der einzelnen Formate für diese Dimensionen. Es zeigt sich, dass es doch erhebliche Unterschiede bei der Bewertung durch das Leipziger und das Kölner Publikum gibt. Mit Ausnahme der Darbietung bei Streitgespräch und Talkshow gab es keine ausgesprochen negative Evaluierung. In Leipzig sind die Befragten generell kritischer mit den angebotenen Formaten umgegangen. Hauptkritikpunkte sind hier die Performance und die mangelnde Partizipation, die in keinem einzigen Format als gut bezeichnet wurde. Eine durchweg gute Evaluierung erhält die Dimension „Verständlichkeit“, und dies ist sicherlich für die Initiatoren des Dialogs Wissenschaft-Öffentlichkeit ein zufriedenstellender Befund. Es scheint gelungen, das „Unmögliche“ möglich zu machen, also zwei Sprachsysteme, das der Wissenschaft und das des „gemeinen Mannes“, miteinander zu verknüpfen, wobei die Attraktivität offenbar nicht gelitten hat. Beides, Informationen durch Experten und die spannende und interessante Darbietung, ist also trotz der gemachten Einschränkungen bei einigen Formaten, den Veranstaltern insgesamt gelungen. Auch wenn Anstöße zur Kommunikation ausweislich unserer Daten noch zahlreicher und nachhaltiger gegeben werden könnten, zeigt sich dennoch, dass mit Ausnahme der mo-

deratorenabhängigen Formate alle übrigen Angebote insgesamt gut angenommen werden und auch tauglich sind.

Auf der Basis dieser Evaluierungen lassen sich für die Zukunft weitere Optimierungen an den eingesetzten Formaten vornehmen. Im direkten Vergleich sieht man, dass schon zwischen der Leipziger und der Kölner Veranstaltung in wesentlichen Punkten bessere Ergebnisse zu erzielen waren. Dies hat einerseits mit der spezifisch ostdeutschen Diskurskultur zu tun, die stärker an sachlicher Experteninformation und weniger an inszenierten Diskursen mit starker Selbstreferenz interessiert sind. Westdeutsche Diskussionskulturen sind offenbar stärker am Event und dem von ostdeutschen als „ergebnisarmen“ bezeichneten Diskurs orientiert. Will man mehr Leute im Osten Deutschlands erreichen, müssten die Angebote stärker auf die dortigen Grundbedürfnisse zugeschnitten werden. Andererseits dürften nach der Leipziger Veranstaltung viele gegebene Hinweise aus unserer Zwischenevaluierung zu konkreten Maßnahmen im Vorfeld der Kölner Veranstaltung geführt haben, deren konkreten Anteil man zwar nicht messen, wohl aber mit einiger Begründung vermuten darf.

Es zeigt sich insgesamt, dass kein Format so gut ist, dass man es nicht verbessern kann und andererseits, dass man durch sorgfältigen Einsatz der gewählten Formate auch einen informatorischen und publikumswirksamen Mehrwert erzielen kann.

Abbildung 29

Evaluierung der Kommunikationsformate in Leipzig				
	Streitgespräch	Vortrag	Talkshow	Ausstellung
Darbietung/Performance	-	+	-	+
Verständlichkeit	-	+	+/-	+
Attraktivität	+/-	+	+/-	+
Anstoß zur Kommunikation	+/-	+/-	+/-	+
Partizipation	-	+/-	-	+/-
Bewertung insgesamt	---	+++	--	++++

apropro! Analyse Prognose Projektmanagement, Schopenhauerstr. 7, 99423 Weimar, 0 36 43 - 51 84 24

Abbildung 30

Evaluierung der Kommunikationsformate in Köln				
	Streit- gespräch	Vortrag	Talkshow	Ausstellung
Darbietung/ Performance	-	+/-	--	+/-
Verständlichkeit	+	+	+/-	+/-
Attraktivität	+/-	+	+/-	+
Anstoß zur Kommunikation	+/-	+/-	+/-	+
Partizipation	+	+/-	+	+/-
Bewertung insgesamt	+	++	-	++

-Sensibel
+ robust

apropro! Analyse Prognose Projektmanagement, Schopenhauerstr. 7, 99423 Weimar, 0 36 43 - 51 84 24

2.3.4 Das Internetspiel zum Jahr der Lebenswissenschaften

Für das Internetspiel im Rahmen des Jahres der Lebenswissenschaften konnten wir am Ende des Beobachtungszeitraumes nur eine relativ geringe Beteiligungsziffer konstatieren. Insgesamt hatten 43 Personen an diesem Spiel teilgenommen. Aufgrund dieses geringen Stichprobenumfangs sind alle folgenden Ergebnisse nicht mit einem repräsentativen Charakter behaftet. Aus Gründen der Fallvermehrung, aber auch um die in der Internetstichprobe beobachteten Ergebnisse besser einordnen zu können, wurde eine Gruppe von 15 Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität Jena als Kontrastgruppe zusätzlich zu diesem Teil der Evaluierung hinzugezogen. Es handelt sich dabei um Studierende des Faches Psychologie. Die Ergebnisse dieser Kontrastevaluierung werden im folgenden von Fall zu Fall mitberücksichtigt.

Nach einer ersten Erhebungsphase von April-Mai 2001 schloss sich eine zweite im August und September 2001 an. Die letzten Checks wurden Ende Dezember 2001 getätigt, danach wurde die Beobachtung des Internetspiels eingestellt. Entgegen ersten Absichten war es nicht möglich, eine Logfile-Analyse zu erstellen, da wir nicht in den Besitz der nötigen Daten gelangen konnten. Mit einer solchen Logfile-Analyse wäre es möglich gewesen, Herkunft und Weg der Mitspieler bis zum Mitspielen nachzuvollziehen. Ferner können wir aufgrund fehlender Daten nicht bestimmen, wie groß die Zahl derjenigen Homepage-Besucher des Internetspiels war, die letztlich dann doch nicht am Spiel teilgenommen oder aber zwischendurch abgebrochen haben. Die Grundgesamtheit aller am Internetspiel Interessierten und der erreichten Zielpopulation muss solchermaßen in den Tiefen des Cyberspace unentdeckt bleiben. Aus vergleichbaren Untersuchungen weiß man aber, dass man bei Internetusern mit einer Gruppe von ca. 2% rechnen kann, die Spaß an In-

ternetspielen haben und daran teilnehmen. Würde man diese Zahl als gegeben ansehen, hätten – rein theoretisch – 2.150 Personen die Homepage des „Lebenswissenschaften-Spiels“ aufgerufen. Ob diese Zahl annähernd richtig ist, können wir allerdings nicht überprüfen.

Bezüglich der Sozialstruktur haben die Internetspieler ein recht markantes Profil: Von den schon erwähnten 43 Internetspielern waren 31 weiblichen und 11 männlichen Geschlechts, ein Spieler wollte keine Angaben zum Geschlecht machen. Aus Ost- und Westdeutschland kamen dabei jeweils 19 TeilnehmerInnen, bei 5 lagen keine Angaben dazu vor. Die Mitspieler waren überdurchschnittlich hoch gebildet: nur 18% der Beteiligten verfügten nicht über eine Hochschulreife als höchsten Bildungsabschluss. Das Alter der InternetspielerInnen lag dabei recht breit gefächert: der jüngste Teilnehmer war 14 Jahre alt, der älteste immerhin 61 Jahre. Ein gewisser Schwerpunkt lag aber bei den 20-30jährigen, die 50% der Stichprobe ausmachten. Bei den Teilnehmern handelt es sich um Menschen, die ständig bzw. häufig mit dem Internet umgehen (35 von 43 Personen=81%). Über die Hälfte verfügte über einen selbstfinanzierten Internetanschluss.

Wer am Spiel teilnahm, der brachte ein gewisses Vorwissen und vor allem ein hohes Interesse an der Thematik der Lebenswissenschaften mit. Die Teilnehmer des Internetspiels waren ebenfalls der Gentechnik gegenüber überdurchschnittlich aufgeschlossen. 63% hatten vor dem Spiel schon einmal etwas vom Thema „Lebenswissenschaften“ gehört, ein Wert, der dreimal höher liegt als in der bundesdeutschen Bevölkerung insgesamt. 86% stimmten der Aussage zu, dass die Chancen der Gentechnik so groß seien, dass man nicht auf sie verzichten könne. Damit liegt die Zustimmung zu dieser Aussage unter den InternetspielerInnen deutlich über den Werten aus unseren übrigen Stichproben, wo Werte von ca. 70% erreicht wurden. Nur 37% wollen ein weltweites Verbot für das Klonen von menschlichen und tierischen Zellen realisiert sehen, 42% stimmten dagegen, 21% waren sich in dieser Frage unschlüssig. Die Aussage, dass der Mensch nicht alles tun dürfe, was technisch machbar ist, ist offenbar von einer positiven Grundhaltung gegenüber der Gentechnik relativ unabhängig. Einen Freibrief in dieser Richtung wollten unsere Internetbefragten, ähnlich wie die Befragten aus den andern Stichproben, nicht ausstellen. 81% stimmten daher dieser Aussage zu.

Dass Lebenswissenschaften tendenziell alle Bereiche und Spezialdisziplinen betreffen kann, verdeutlichen folgende Zahlen. 84% stimmten der Aussage zu, dass die gesamte Gesellschaft die Grenzen der gentechnologischen Forschung zu definieren habe, nur 63% sahen hier die Hauptverantwortung bei den Politikern. 70% sahen Naturwissenschaftler, 65% Sozial- und Gesellschaftswissenschaftler gleichermaßen für die Folgenbewältigung der Genforschung verantwortlich.

Die InternetspielerInnen evaluieren das Spiel insgesamt sehr positiv (vgl. Tabelle 5). Unstrittig waren Art und Qualität der gebotenen Sachinformationen, umstritten dagegen die Präsentation und die Bedienbarkeit des Spiels. Besonders gut wurden die interessanten Inhalte (über 80%), die gegebenen Informationen, ihre Aktualität und Verständlichkeit bewertet. Deutliche Schwächen des Internetspiels lagen allerdings ausweislich der Zahlen in der Verständlichkeit, die nur knapp die Hälfte (56%) gegeben sah, auch empfanden viele (44%) das Spiel eher als langatmig und auch weniger tauglich für eine Präsentation im Internet. Über die Benutzerfreundlichkeit waren sich unsere Befragten erkennbar uneins und geteilter Meinung.

Tabelle 5: Bewertung des Internetspiels

Bewertungsmerkmal	Prozent der Internetspieler (N=43)
wissenswerte Inhalte	84
interessant	81
informativ	79
aktuell	70
verständlich	56
kurzweilig	56
internettauglich	56
benutzerfreundlich	49
eher zu lang	42

Unbeschadet davon würden 81% der Befragten das Spiel Freunden und Bekannten empfehlen und 79% ein ähnliches Spiel noch einmal machen. Diese Zahlen legen den Schluss nahe, dass die Kritik an der formalen Gestaltung, Präsentation und Durchführbarkeit des Spiels den insgesamt sehr positiven Eindruck nicht beeinträchtigen konnte. Das Interesse am Thema war damit nachweislich stärker als die Orientierung auf Animation und Zerstreuung durch das Internetspiel. Dieser Eindruck ergibt sich auch, wenn man die offenen Nennungen zum Internetspiel anschaut.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass das Internetspiel besonders höher gebildete und thematisch interessierte Mitspieler attrahiert hat. Es wirkte damit verstärkend auf vorhandene Dispositionen und weniger auf Menschen, die wenig bis gar keine Vorprägung aufwiesen. Dieses Interesse an aktuellen und zuverlässigen Informationen bestimmt auch die positive Bewertung des Spieles durch die Mitspieler. Wen das Spiel erreicht, oder besser: wer sich zu dem Spiel durchfand und über einen erheblichen Zeitraum auch dabei blieb, der hat gerne mitgespielt und hat es sicherlich auch weiterempfohlen. Wären mehr Mitspieler erreicht worden, wäre dieser Befund sicherlich auch auf der Basis einer größe-

ren Fallzahl bestätigt worden. Diese Annahme wird durch die Kontrastgruppe der 15 Studierenden nahegelegt, die auf die Homepage eigens aufmerksam gemacht wurden und insgesamt recht positiv dazu Stellung nahmen. Dass das Internetspiel letztlich nur 43 Mitspieler zum Mitmachen animierte, ist einer Vielzahl von Faktoren geschuldet, die im Kapitel 3 näher beleuchtet werden.

3. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Auf der Basis unserer im Kapitel 2 vorgestellten Befunde wollen wir nun in einem letzten Schritt einige Schlussfolgerungen formulieren, die als Handreichung für zukünftige Veranstaltungen des Wissenschaftsdialogs verstanden werden wollen. Sie sind zwar auf der Basis unserer Erhebungen generiert, dennoch ist klar herauszustellen, dass sie aus unserer Sicht formuliert und mit keinem Anspruch auf wissenschaftlichen Allgemeingültigkeitsanspruch konnotiert sind. Gleichwohl fußen sie auf einem denkbar umfangreichen Set an empirischer Evidenz, die in einem breiten, lokal vergleichenden und intertemporär arbeitenden Analysedesign gewonnen wurde und das zudem den Nachteil vermeidet, nur intra-formatbezogen zu argumentieren. Erst vor dem Hintergrund der repräsentativen Bevölkerungsbefragungen können die Ergebnisse der Besucherbefragungen richtig eingeordnet werden und fruchtbar sein.

3.1 Der Begriff „Lebenswissenschaften“

Der Begriff „Lebenswissenschaften“ ist nachweislich nicht gut kommuniziert worden und hat selbst recht wenig dazu beigetragen, das damit verbundene Anliegen, einen interdisziplinären Diskurs über Chancen und Risiken des biologischen Fortschritts auszulösen. Die Beispiele eines diffusen und auch eingegengten Begriffesgebrauchs selbst namhafter Vertreter der beteiligten Disziplinen sind bekannt, ungezählt und brauchen hier nicht wiederholt zu werden. Unserer Einschätzung nach sollte im höheren Maße auf die Art und Weise der Begriffeskommunikation unter den Beteiligten Einfluss genommen werden. Ein einheitliches Wording erhöht die Chancen, wahrgenommen und auch so verstanden zu werden, wie es eigentlich intendiert ist. Dies schließt auch die eigenen Medien ein, die die Veranstalter bereitstellen. So fällt die Definition auf der veranstaltungseigenen Homepage hinter den gemachten Vorgaben zurück, wenn der Begriff „Lebenswissenschaften“ dort lediglich mit *„Medizin, Biologie und Gentechnik“*¹ assoziiert wird. Auch die Kooperationspartner aus der Medienlandschaft können hier sorgfältiger vorbereitet werden. Die Definition, die z.B. vom Medienpartner WDR5 transportiert wurde, ist für das gewünschte Verständnis kontraproduktiv: *„Lebenswissenschaften ist eine wörtliche Übersetzung des englischen Wortes „Lifescience“. Dabei geht es vor allem um die Biologie und Chemie. Die Biotechnologie und die Gentechnik spielen hierbei eine wichtige Rolle.“*²

Die Kommunikabilität eines solchen Begriffes, der immerhin für eine lange geplante und ein Jahr lang aktuelle Veranstaltungsreihe taugen muss, ist im Vorfeld genau zu prüfen. Gerade bei einem Begriff, der vielfältigste Konnotationen der Alltagssprache zulässt wie

¹ Berliner Zeitung, 03.02.2001, Seite 6, zitiert nach Iser & Schmidt: Medienresonanz. Der Gen-Dschungel – Lexikon des Lebens.

² Zitiert nach: www.wdr5.de/lebenswissenschaften/was.phml, Stand 22.10.2001

der der Lebenswissenschaften, ist eine definitorische Grundlage unabdingbar. Insgesamt leisten solche Begriffes- und Definitionsinkonsistenzen kritischen Positionen Vorschub bzw. bergen die Gefahr in sich, dass die Veranstaltung an Glaubwürdigkeit verliert. Dies bezieht sich unserer Einschätzung nach nicht nur auf das „Jahr der Lebenswissenschaften“, sondern auf sämtliche Kampagnen, die versuchen, interdisziplinär arbeitende Disziplinen unter einem „Begriffsdach“ zu subsumieren.

3.2 Unterschiedliche Angebote in Ost- und Westdeutschland

In der Analyse haben sich an vielen Stellen deutliche Unterschiede in der Bewertung und Wahrnehmung durch das ostdeutsche Publikum in Leipzig gezeigt. Diese bezogen sich vor allem auf die diskursorientierten Formate, die zum Teil als Selbstzweck und wenig informativ kritisiert wurden. Stattdessen werden ergebnis- und expertenorientierte Formate wie z.B. der Vortrag bevorzugt. Gleichzeitig reagiert man hier empfindlich, wenn man als Besucher nicht die Gelegenheit erhält, mitzureden oder Fragen zu stellen. Man ist gegenüber starker Selbstinszenierung, die sich an telegener Aufbereitung und Performance ausrichtet, sowie Zielüberfrachtung und Unverbindlichkeit der Aussagen sehr reserviert. Wissenschaftsveranstaltungen sollen hier zwar auch einen unterhaltenden, gleichzeitig aber auch einen stark didaktischen Charakter tragen und das bleiben, was sie vorgeben zu sein: hochwertige Informationen aus der Wissenschaft, die trotz Allgemeinverständlichkeit nicht verwässert werden.

Unabhängig davon, ob man in dieser ostdeutschen Rezeptionskultur eine gewisse „Rückständigkeit“, eine zu starke Expertenhörigkeit oder eine nur temporäre ostdeutsche Sonderentwicklung sieht, muss man sich die Frage stellen, ob die Formate eines Jahres der Lebenswissenschaften wirklich für alle Bürger in allen Regionen der Bundesrepublik rezipierbar sein sollen. Will man ostdeutsche Bürger wirklich und nachhaltig erreichen, also den „Kunden“, so sind gewisse Akzentverschiebungen in der Darbietung unumgänglich.

3.3 Das Internetspiel

Für den künftigen Einsatz ähnlicher Formate sollten folgende Punkte beachtet werden:

Grundsätzlich sollte der Spielcharakter erhöht, die Zugangshürden gesenkt und die Komplexität des Spiels reduziert werden. Auf entsprechenden Websites sollte der Link zum Internetspiel besser platziert, deutlich erkennbar und identifizierbar sein. Eine stärkere Bewerbung eines solchen Spiels erscheint angesichts der sehr niedrigen Mitspielerzahlen von 43 TeilnehmerInnen unumgänglich. Um die Teilnehmerzahl zu vergrößern, wäre es sinnvoll, die einzelnen Veranstaltungen zu nutzen, um dort für das Internetspiel zu werben.

Auch die zeitliche Dauer des Spiels muss erheblich sinken. Von langen zeitlichen Bindungen an ein Spiel, das somit unabweislich gewisse Aufmerksamkeitszyklen durchlaufen muss, fühlen sich die meisten Internetnutzer eher nicht angesprochen. Nicht zuletzt scheint die Incentivestruktur nicht anlockend genug gewesen zu sein. Aus motivationspsychologischer Sicht ist es ungünstig, dass Personen, die erst nach der Startphase des Spiels begonnen haben, kaum noch eine Chance hatten, zu gewinnen. Hier sind elementare Regeln von reziproken Sozialbeziehungen verletzt, was erklärt, warum nur so wenige Mitspieler bereit waren, ihre „Vorleistungen“ zu liefern und sehr lange auf eine „Belohnung“ zu warten.

3.4 Die Öffentlichkeitsarbeit für die Veranstaltungen vor Ort

Lokale Messungen haben in Vor- und Nachbefragungen in der Leipziger und Kölner Bevölkerung nachgewiesen, dass die Menschen kaum etwas von den Werbemaßnahmen für die Lebenswissenschaften-Veranstaltungen wahrgenommen haben. Insbesondere die Kommunikationskanäle gewisser Medien haben dabei ein relativ exklusives Publikum angesprochen (z.B. WDR 5). Will man eine breitere Öffentlichkeit erreichen, so sollte man innerhalb der regionalen Printmedien auch solche Zeitungen und Zeitschriften einbeziehen, die auch von einem Großteil der breiten Bevölkerung gelesen werden. Darüber hinaus sollten lokale Verbände und Vereine bzw. lokale Netzwerke genutzt werden, um so eine breitere Werbewirkung zu erreichen.

Über eine zeitliche Staffelung und Steigerung der Informationsdichte sollten speziell im Vorfeld der Veranstaltung im stärkeren Maße redaktionelle Beiträge innerhalb der Lokalmedien gestartet werden. Bloße Veranstaltungsankündigungen gehen in einem großstädtischen Umfeld in der Fülle konkurrierender Angebote unter.

Werbepotschafter sollten zielgruppenorientiert ausgewählt werden. Will man die eigentlichen „gateway audiences“ erreichen, so ist ein Wissenschaftsjournalist wie Ranga Yogeshwar sicherlich gut dazu geeignet. Will man darüber hinaus andere Zielgruppen erreichen, so müssen andere Werbepersonen zum Zuge kommen, die einen gewissen Popularitätsgrad aufweisen, aber dezidiert keine wissenschaftliche Vorbildung haben.

Am Beispiel von Günter Jauch kann man diese Grundsatzentscheidung in ihren möglichen Effekten einmal studieren. Aufgrund seiner Moderation in der Reihe „Wer wird Millionär?“ könnte er sehr gut als glaubwürdiger Exponent einer breiten Bevölkerung auftreten, der selber nicht allwissend ist, was eine Identifikation mit ihm erleichtert und Schwellenängste abbauen hilft. Sicherlich ist es nicht ohne weiteres möglich, Jauch immer und überall zu engagieren. Unabhängig davon wäre aber zu überlegen, ob man als Veranstalter den Schritt wagt, auf ein weniger prädisponiertes Publikum zuzugehen. Letztlich steht

dahinter die Frage des eigenen Kommunikationsansatzes und das Problem, wie breit der „breite“ Dialog letztendlich werden soll.

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit empfehlen wir, bei den Veranstaltungsplakaten oder Postkarten vorab eine vertiefte Werbewirkungs-Werbemittelanalyse vorzunehmen. Basierend auf der Wirkungsforschung kann so der Frage nachgegangen werden, ob die gewünschten Assoziationen beim Betrachter auch wirklich eintreten. Beispielsweise wurde bei mehreren Kölner Befragten das Veranstaltungsplakat als eine Ankündigung im Rahmen einer anthropologischen, musealen Ausstellung wahrgenommen. Ähnliches gilt für die Werbepostkarten, da im Rahmen der Bevölkerungsumfragen auf die Frage „Woher haben Sie von dieser Veranstaltung gehört?“ keine Nennung „Postkarte“ erfolgte. Noch krasser war das Missverhältnis zwischen Aufwand und Nutzen bei der Straßenbahnwerbung in Leipzig: so gut wie niemand konnte sich an die gelben Bahnen erinnern, ebenso Wenige wussten die dort vermittelte Werbebotschaft als einen Veranstaltungshinweis zu deuten. Hier muss die Werbebotschaft von der Ebene der bloßen Andeutung zugunsten einer deutlichen Ansprache verlassen werden. Resultierend aus der Werbemittelanalyse können dann Schritte zur Optimierung der verbalen und visuellen Botschaft unternommen werden. Unsere qualitativen Ermittlungen ergaben z.B., dass der Lebenswissen-Schriftzug auf der Vorderseite der Werbemittel weitaus wirksamer gewesen wäre.

Schließlich haben wir den Eindruck, dass Werbe- bzw. Vermittlungskampagnen lediglich um die jeweiligen Veranstaltungstermine herum mit einigem Aufwand durchgeführt wurden. Dass es sich bei dem Lebenswissenschaften-Jahr um eine ganzjährige Kampagne handelt, wurde nicht überall deutlich. Unserer Einschätzung nach müsste das Ministerium darauf hinwirken, dass der Begriff „Lebenswissenschaften“ auch in anderen Zusammenhängen medial transportiert wird.

3.5 Empfehlungen zu den einzelnen Kommunikationsformaten

Will man bei den Kommunikationsformaten Talkshow, Streitgespräch und Vortrag den Anteil der breiten, uninformierten Bevölkerung erhöhen, so sollte man Themen bzw. Veranstaltungstitel wählen, die einen starken individuellen Bezug erlauben. In Leipzig und Köln ist dies mit den Vorträgen „Allergie. Eine Volkskrankheit?“ bzw. „Brüste, Bart und Aggressionen – Hormonelles Gleichgewicht in der Pubertät“ sehr gut gelungen. Bei diesen Veranstaltungen bestand das Publikum nicht nur aus den „gateway audiences“, die sich durch einen hohen Informations- und Wissensstand auszeichnen, sondern auch aus interessierten, betroffenen Bürgern.

Der Spagat zwischen den Ansprüchen eines fachlich interessierten und eines nicht vorgebildeten Publikums ist sicher recht schwierig zu bewerkstelligen. In den Formaten Talk-

show, Streitgespräch und Vortrag wird unserer Einschätzung nach entweder das fachwissenschaftliche Publikum (gateway audiences) unterfordert, oder aber der interessierte Bürger vom Fachdiskurs und –vokabular überfordert. Das Format „Science Street“ hat hier gegenüber den anderen Formaten viele Vorteile, weil sich zwischen Besucher und Wissenschaftler ein wissensabhängiger Dialog entwickeln kann, sofern der Wissenschaftler in der Lage ist, sich flexibel auf die Situation einzustellen. Daneben kann individuell jeder einzelne Besucher sich ambulatorisch seine Informationen auswählen und dann gezielt nachfragen.

Science Street

Das Kommunikationsformat „Ausstellung“ (Science Street), ist das Format, das die allgemeine Öffentlichkeit oder breite Bevölkerung am besten erreicht hat, und dies im besten Sinne des „enjoy the sciences“, wie es sich der Generalsekretär des Stifterverbandes für die deutsche Wissenschaft, Manfred Erhardt, einmal gewünscht hat. Will man zukünftig an dem Ziel festhalten, mit der Kampagne „Wissenschaft im Dialog“ auch den „Normalbürger“ anzusprechen, so sollte das Format „Ausstellung“ mindestens auf der Konzeptionsgrundlage des Jahres 2001 weiterhin Anwendung finden.

Gleichzeitig raten wir zu einer zeitlichen Anpassung des Formats „Ausstellung“, weil sich bei der Kölner Erhebung gezeigt hat, dass auch dieses Format unter einer Überfrachtung leiden kann: Ist also vorgesehen, das beispielsweise vormittags die Zielgruppe „Schüler“ die Ausstellung besucht und tagsüber „lediglich“ das Laufpublikum, so muss hierauf mit einer zeitlich begrenzten, besseren technischen und räumlichen Infrastruktur reagiert werden, damit Gruppen von 20 bis 30 Personen an den einzelnen Pavillonvorträgen sinnvoll teilnehmen können. Bei der räumlichen Ausgestaltung der Science Street hat sich im Leipzig-Köln-Vergleich gezeigt, dass sich eine zu enge, begrenzte Anordnung (Köln, Gürzenich-Garderobensaal) der einzelnen Pavillons negativ auf die Akzeptanz der Besucher niederschlägt. Wir schlagen eine entzerrte lineare Anordnung vor (Leipzig, Hauptbahnhof-U-Geschoss), die einer „Flanier- und Shopping-Atmosphäre“ nahe kommt.

Moderierte Vorträge (Köln)

Die Kombination von Vortrag und anschließendem (Streit-)Gespräch wirkt sich positiv auf den Informationsstand und die Einbeziehung des (uninformierten) Publikums aus. Obwohl die evaluierte Veranstaltung vom Publikum gut bewertet wurde, empfehlen wir bei zwei Vorträgen eine Entzerrung der Referate durch eingeschaltete Frageblöcke im Sinne einer „Referat–Publikum–Referat–Publikum–Abfolge“. Weiter ist darauf zu achten, dass Referen-

ten geladen werden, die in der anschließenden Diskussionsphase auch wirklich konträre Positionen beziehen können.

Die Moderation

Eine Moderation ist laut den Ergebnissen der qualitativen Erhebung die größte Störquelle gewesen. Da das relativ robuste Format Vortrag in Köln ebenfalls mit einem Moderator arbeitete, ist höchste Sorgfalt bei der Auswahl und Vorbereitung des jeweiligen Moderators geboten. Anscheinend reagiert das Publikum auf das Moderationsverhalten, das Dialog und Diskurs unterbindet oder nicht ernst nimmt, sehr empfindlich. Der Moderator Martin Urban (Moderation Streitgespräch) konnte weder in Leipzig noch in Köln überzeugen. Ähnliches ist über die Moderatorin Christine Lemmen zu sagen, die bei ihrer Moderation der Vorträge in Köln insgesamt wenig kompetent wirkte. Mit ihrer resoluten Bemerkung, dass erst am Schluss der Veranstaltung eine Publikumsbeteiligung gewünscht ist, brüskierte sie die interessierten Zuschauer nachhaltig.

Der Veranstaltungsort

Kernanliegen des Programms „Wissenschaft im Dialog“ ist es, ein breites interessiertes Publikum zu erreichen. Um die Hemmschwelle eines Veranstaltungsbesuchs so niedrig wie möglich zu gestalten, muss ein Veranstaltungsort mit einer hohen Publikumsdichte und einer niedrigen „Eintrittsbarriere“ gewählt werden. Ein Ort wie der Leipziger Bahnhof oder der Kölner Neumarkt erscheint uns hierfür sehr geeignet, eine abgeschlossene Örtlichkeit in einer Seitenstraße der Innenstadt wie der Gürzenich weniger.

Bewirtung oder Catering sind für das Gelingen einer solchen Veranstaltung als Umfeldfaktoren von großer Wichtigkeit. Wartezeiten im Vorfeld der Einzelveranstaltungen können so produktiv, z.B. durch ein Gespräch, zumindest aber angenehm überbrückt werden. Viele der Befragten bemerkten, dass sie bei einer solchen Veranstaltung auch ein adäquates Angebot an Speisen, Getränken und Ruhezonen erwarten.

Veranstaltungszeit

Je nach Tageszeit und Dauer werden gewisse Populationen angesprochen oder aber tendenziell vom Besuch ausgeschlossen. Hier ist auf eine einigermaßen ausgewogene und attraktive zeitliche Angebotsstruktur zu achten. In Leipzig z.B. lief der Veranstaltungszyklus teilweise in den Schulferien. Dadurch war der Zuspruch durch Schulklassen automatisch geringer.

Im Rahmen der Gruppendiskussionen wurden zeitliche Überschneidungen von interessanten Veranstaltungen kritisiert. Zumindest die Schlüsselerveranstaltungen sollten sich zeitlich daher nicht überschneiden, hierzu sollten „prime times“-Korridore definiert werden. Es sollte ferner vermieden werden, dass die Veranstaltung über einen Feiertag hinweg anberaumt wird. In Köln hat sich bei unserer Befragung gezeigt, dass viele Besucher diesen Feiertag (01.11.2001) als Brückentag nutzten und somit das restliche Veranstaltungsprogramm nicht mehr besuchen konnten.