

den ersten Blick nicht kompatibel scheint mit dem *Honest Broker*. Der wichtigste Unterschied besteht darin, dass der *Honest Broker* keine Entscheidungen beeinflussen will, während der *Issue Advocate* mit der eigenen Kommunikation das normativ festgelegte Ziel einer gesellschaftlichen Nachhaltigkeitstransformation unterstützen möchte.

5.3 Diskussion

Ideal und Praxis? Komplexe Nachhaltigkeitsprobleme verlangen nach neuen Rollenverständnissen

Nachhaltigkeitsprobleme sind in der öffentlichen Kommunikation angekommen. Der Bewegung *Fridays for Future* gelang es, die Klimakrise als Thema in der medialen und öffentlichen Kommunikation zu verankern. So stieg beispielsweise die Klima-Berichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen seit 2018 im Vergleich zu den Jahren zuvor sichtbar an (Tschötschel et al. 2022). Der Biodiversitätsverlust fand in Deutschland erstmals hohe mediale Aufmerksamkeit, nachdem die sogenannte Krefelder Studie veröffentlicht wurde. Diese Langzeitstudie dokumentiert, dass in Naturschutzgebieten in Nordrhein-Westfalen zwischen 1989 und 2016 die Biomasse aller Insekten um mehr als 75 Prozent abnahm (Hallmann et al. 2017). Das Thema Insektensterben blieb auch nach dem Erscheinen der Studie in der Öffentlichkeit präsent, wie z.B. das Volksbegehren »Rettet die Bienen« im Jahr 2018 in Bayern zeigt.¹⁶ Für die Senckenberg Gesellschaft bedeuten diese Entwicklungen, dass sie sich dazu verhalten muss, dass ihre eigenen Forschungsthemen seit ca. 2017 zunehmend in der Öffentlichkeit präsent sind. Nachdem sich das frühere Rollenverständnis der Senckenberg Gesellschaft rückblickend als *Pure Scientist* beschreiben lässt, will sie heute diese Aufgabe in der Rolle einer sichtbaren wissenschaftlichen Organisation ausfüllen. Die Entscheidung, mit der eigenen Kommunikation stärker in Interaktion mit anderen Gesellschaftsbereichen zu treten, ist also einerseits eine Reaktion auf veränderte Rahmenbedingungen. Die Problemdimensionen der komplexen Nachhaltigkeitsprobleme lassen aber andererseits eine intrinsische Motivation entstehen, sich mit der vorhandenen wissenschaftlichen Expertise in die außerwissenschaftliche Kommunikation einzubringen, selbst wenn das

16 <https://www.deutschlandfunk.de/krefelder-studie-insektensterben-biodiversitaet-p-estizide-100.html>. Zugegriffen: 02.04.2023.

eigene wissenschaftliche Rollenverständnis dies bis dahin nicht als Teil des eigenen Aufgabenportfolios vorsieht. Damit steht der untersuchte Fall für eine allgemeine Tendenz: Komplexe Nachhaltigkeitsprobleme werden in der Öffentlichkeit und medial vermehrt kommuniziert und wissenschaftliche Expertisen dazu nachgefragt. Wissenschaftliche Rollenverständnisse sind zunehmend Gegenstand der medialen und öffentlichen Kommunikation, ausgelöst unter anderem durch die Aufforderung »Unite behind the Science« von *Fridays for Future* (Rödder und Pavenstädt 2023) oder den Aktivitäten von *Scientists for Future* (Herzog et al. 2023). Damit geraten Wissenschaftler*innen, wissenschaftliche Organisationen und ganze Forschungs-Communities in Kontakt mit der Öffentlichkeit, die bis vor einigen Jahren wenig mit nicht-wissenschaftlichen Gesellschaftsbereichen interagierten. Im vorliegenden Fall steht dafür exemplarisch die Forschung über Insekten.

Wie Rödder (2009, 201) für individuelle Wissenschaftler*innen aufzeigt, ist die Rolle der sichtbaren wissenschaftlichen Organisation jedoch mit Ambivalenzen versehen: Im Berufsbild als Forscherin ist nur innerwissenschaftliche Kommunikation vorgesehen, die Interaktion beispielsweise mit Medien gehört nicht dazu. Gleichzeitig sehen sichtbare Wissenschaftler*innen den Nutzen außerwissenschaftlicher Kommunikation. Rödder zeigt, dass diese Konstellation nach »Ambivalenzmanagement« (2009, 164) verlangt: Klare Bedingungen regeln, in welchem Fall die Kommunikation als legitim empfunden wird (ebd., 143ff.). Obwohl der Fall der Senckenberg Gesellschaft keine individuelle, sondern organisationale Kommunikation darstellt, berichten die Interviewpartner*innen ebenfalls explizit von Überlegungen zum Ambivalenzmanagement. Übereinstimmend mit Rödders Ergebnissen nennen die Interviewten den Bezug auf wissenschaftliches Wissen und die Qualität wissenschaftlicher Ergebnisse als Bedingungen für eine als legitim empfundene öffentliche Sichtbarkeit. Eine vorhandene wissenschaftliche Expertise zu komplexen Nachhaltigkeitsproblemen bringt also die Verantwortung, mit Kommunikationsaktivitäten dieses Wissen außerhalb der Wissenschaft bekannt(er) zu machen, legitimiert aber gleichzeitig die Kommunikation.

Das Senckenberg Naturmuseum ist als Grenzstelle doppelt gefordert, sich mit komplexen Nachhaltigkeitsproblemen auseinanderzusetzen: Einerseits soll es das wissenschaftliche Wissen über komplexe Nachhaltigkeitsprobleme für die Öffentlichkeit aufbereiten, andererseits muss es komplexe Nachhaltigkeitsprobleme als gesellschaftlich relevante Themen aufgreifen. Wie in Kapitel 3.1.2 dargestellt, sind Museen dazu verpflichtet, ihre gesellschaftliche Relevanz sicherzustellen. Janes (2009) bzw. Janes und Sandell (2019) gehen

davon aus, dass der Umgang mit komplexen Nachhaltigkeitsproblemen perspektivisch das alles dominierende gesellschaftliche Thema werden wird. Die Autoren nehmen an, dass Naturkundemuseen, wenn sie sich nicht diesem Thema zuwenden würden, irrelevant werden, ihre finanziellen Zuwendungen verlieren und schließlich verschwinden würden.

Im untersuchten Fall zeigt sich deutlich, welche Spannung alle Kommunikationsgrenzstellen der Senckenberg Gesellschaft bearbeiten müssen: Jegliche Kommunikation muss auf wissenschaftlicher Basis und der sich daraus entstehenden Legitimation beruhen, im Fall der Senckenberg Gesellschaft sind dies die eigenen Forschungsarbeiten und die Sammlungen des Museums. Die wissenschaftliche Organisation will und muss verstärkt und differenziert kommunizieren, aber mit der Glaubwürdigkeit und Autorität qua Wissenschaft. Das ist ein Paradox, welches nicht aufgelöst, sondern nur prozediert werden kann. Dies geschieht mit der Herausbildung unterschiedlicher Rollenverständnisse. Das Rollenverständnis der sichtbaren wissenschaftlichen Organisation bietet trotz Ambivalenzmanagement keine ausreichende Begründung der Kommunikation komplexer Nachhaltigkeitsprobleme. In der Empirie zeigt sich, dass als Selbstverständnis und vorherrschendes Leitbild für die Interaktionen mit außerwissenschaftlichen Gesellschaftsbereichen das von Pielke (2007) entwickelte Rollenverständnis des *Honest Broker* verwendet wird. Die Wahl dieses Rollenverständnisses war für die Senckenberg Gesellschaft keine leichtfertige oder spontane Entscheidung, sondern das Ergebnis vieler Diskussionen über einen längeren Zeitraum hinweg. In Aussagen über das eigene kommunikative Handeln scheint aber noch ein zweites Rollenverständnis als *Issue Advocate* auf, der Veränderungen hin zu einer nachhaltigen Gesellschaft voranbringen möchte. Dass das Selbstbild als *Honest Broker* aufrecht gehalten und nach außen kommuniziert wird, aber Aussagen über die eigene kommunikative Praxis stellenweise eher auf den *Issue Advocate* verweisen, verwundert nur auf den ersten Blick. Pielke (2007) stellt in seiner normativen Typologie den *Honest Broker* klar als das erstrebenswerteste Modell dar, was sich schon an der Tatsache zeigt, dass er sein Buch »The Honest Broker« nennt. Das Ideal des *Honest Broker* greift auf ein Bild von Wissenschaft als wertfreie Faktenlieferantin und neutrale Instanz zurück, die von gesellschaftlichen Dynamiken unberührt Wissen generiert. Mit dem Rollenverständnis als *Honest Broker* lässt sich gerade vor dem Hintergrund komplexer Nachhaltigkeitsprobleme das Ideal einer unabhängigen, neutralen, objektiven (Natur-)Wissenschaft aufrecht halten, die nur der Sache verpflichtet ist und frei von eigenen Interessen agiert. Dieses Bild ist auch für

die Senckenberg Gesellschaft attraktiv, deswegen ist diese Rolle als Leitbild der Kommunikation vorherrschend. Die Vorstellung von Wissenschaft als *Issue Advocate* mit eigener Agenda weicht hingegen deutlich von diesem idealtypischen Wissenschaftsbild ab; diese Rolle ist deswegen als nachgelagert zu betrachten.

Aus den *Science and Technology Studies* wurden die dem *Honest Broker* zugrunde liegenden Annahmen vielfach kritisiert: Pielke berücksichtigt nicht, dass Wissenschaft und Wissenschaftskommunikation in soziale Kontexte eingebettet sei und vielfältige Wechselwirkungen stattfinden (Jasanoff 2008). Dass die Annahme, mehr oder besseres Wissen führe zu besseren Entscheidungen oder dem gewünschten Handeln, in der Praxis nicht zutrifft, zeigen zahlreiche empirische Untersuchungen zum Defizitmodell und zum Themenkomplex »Vom Wissen zum Handeln« (Cook und Overpeck 2018; Nisbet und Scheufele 2009; Allum et al. 2008; vgl. Kap. 2.3.2). Auch das Verständnis eines linearen Wissenstransfers von Wissenschaft in andere gesellschaftliche Bereiche wird als unterkomplex kritisiert, eine unveränderte Weitergabe von Information von einem Gesellschaftsbereich in einen anderen sei nicht möglich (Bucchi 2008, 60; Irwin und Wynne 1996b, 10). Ungeachtet dieser Kritik bleibt das Rollenverständnis des *Honest Broker* aber attraktiv, wie der untersuchte Fall zeigt, weil es ein anschlussfähiges Selbstbild bietet.

Bemerkenswert in diesem Zusammenhang ist, dass die Rollenverständnisse des *Honest Broker* und des *Issue Advocate* im untersuchten Fall nicht als widersprüchlich wahrgenommen werden. Dies liegt daran, dass sich die beiden Rollenverständnisse als Reaktion auf unterschiedliche Problemkonstellationen ausformulieren und fallangemessen angewendet werden: Der *Honest Broker* liefert eine Antwort auf die Frage, wie eine wissenschaftliche Organisation mit anderen Gesellschaftsbereichen interagiert, aber dabei einem tradierten Wissenschaftsverständnis verpflichtet bleibt, indem er verschiedene Handlungsoptionen aufzeigt und keine eigenen Präferenzen formuliert. Das Ideal des *Honest Broker* ist ein abstraktes Modell, welches Pielke ohne konkrete inhaltliche Themensetzung entwickelte. Es bietet keine konkreten Handlungsvorlagen für bestimmte Probleme, Inhalte oder Situationen. Der *Issue Advocate* dagegen liefert eine Antwort auf die inhaltliche Frage, wie sich eine wissenschaftliche Organisation verhalten kann oder soll angesichts einer Situation wie der Klimakrise, die globale und grundsätzliche Fragen zur menschlichen Existenz aufwirft. In Anbetracht der globalen und existenziellen Dimension löst sich die Kommunikationspraxis von der idealtypischen Vorstellung der neutralen Wissenschaft und orientiert sich an dem zwar normativen, aber

doch naheliegenden Ziel, die Lebensgrundlagen der Menschheit zu erhalten. Damit weitet sich auch das relevante Publikum: Geht es beim *Honest Broker* streng genommen nur darum, Personen in Entscheidungspositionen zu besseren Informationen zu verhelfen, spricht ein *Issue Advocate* für gesellschaftliche Transformationen grundsätzlich alle Menschen an. Die beiden Rollenverständnisse werden nicht als widersprüchlich empfunden, weil sie sich auf unterschiedlichen Bezugsebenen manifestieren.

5.4 Modelle und Ziele der Kommunikation komplexer Nachhaltigkeitsprobleme im Naturkundemuseum

Bislang zeigt die Fallstudie, dass die Senckenberg Gesellschaft anstrebt, aktiv über komplexe Nachhaltigkeitsprobleme zu kommunizieren. Als Grenzstelle für die Kommunikation mit der Öffentlichkeit ist das Senckenberg Naturmuseum dafür ein zentraler Ort. Der folgende Abschnitt untersucht, welche Vorstellungen geeigneter musealer Kommunikation über komplexe Nachhaltigkeitsprobleme im empirischen Material zu finden sind. Damit antwortet die Empirie auf die zweite Forschungsfrage dieser Arbeit: Welche Kommunikationsmodelle unterliegen der Kommunikation komplexer Nachhaltigkeitsprobleme und welche Ziele sind damit verbunden? Die im Material genannten Beispiele stammen teilweise aus der gegenwärtigen Museumspraxis, teilweise schildern die Interviewpartner*innen und die untersuchten Dokumente Absichten für die zukünftige Museumspraxis. Den strukturierenden Rahmen bilden die in Kapitel 2.3.2 vorgestellten Modelle der Wissenschaftskommunikation Dissemination, Dialog und Partizipation. Diese sind in ihrer historischen Entwicklung zwar als normative Modelle zu betrachten, die gern als konstante Verbesserung von Wissenschaftskommunikation hierarchisiert werden. Ich verwende die drei Modelle aber als analytische Kategorien, um die Vorstellungen von Kommunikationspraxis zu untersuchen, ohne sie zu bewerten. Die Auswertung zeigt, dass für die Kommunikation komplexer Nachhaltigkeitsprobleme kein spezifisches transformatives Kommunikationsmodell beschrieben wird. Forderungen nach einem solchen neuen Kommunikationsmodell verbleiben also auf der normativen Ebene und spiegeln sich nicht in der Kommunikationspraxis. Stattdessen verweisen die Vorstellungen geeigneter musealer Kommunikation für komplexe Nachhaltigkeitsprobleme auf die drei bekannten Kommunikationsmodelle,