



● Wissenschaft  
● im Dialog

## **CZS STEM Impact School**

Didaktisches Begleitmaterial

# EINFÜHRUNG: DIE CZS STEM IMPACT SCHOOL

## WER KANN DIESES MATERIAL NUTZEN – UND WOFÜR?

Dieses didaktische Begleitmaterial richtet sich an Personen, die Trainings oder Workshops zur Wissenschaftskommunikation und zum gesellschaftlichen Impact von Forschung durchführen. Es unterstützt die Nutzung der Materialien der CZS STEM Impact School in unterschiedlichen Lehr- und Weiterbildungskontexten – etwa in Workshops für Forschende, universitären Lehrveranstaltungen oder Trainings in Graduiertenschulen und Nachwuchsprogrammen.

Die Impact School wurde ursprünglich für Forschende aus den MINT-Disziplinen entwickelt, lässt sich jedoch mit geringfügigen Anpassungen auch auf andere Fachbereiche übertragen. Während das Fortbildungsangebot von Wissenschaft im Dialog insbesondere Promovierende und Postdocs adressiert, können die Materialien ebenso in anderen Karrierephasen eingesetzt werden.

Die Impact School zielt darauf, Forschende dazu zu befähigen, mit strategischer Wissenschaftskommunikation gezielt gesellschaftlichen Impact zu erzeugen. Die fünf Module orientieren sich am Impact Pathway und führen von der Formulierung gesellschaftlicher Ziele über Zielgruppenanalyse und Formatentwicklung bis hin zu Planung, Ressourcen und Qualitätsreflexion.

## WAS IST DIE CZS STEM IMPACT SCHOOL?

Die Impact School ist ein modulares Fort- und Weiterbildungsprogramm, das einen strukturierten Ansatz für wirkungsorientierte Wissenschaftskommunikation vermittelt. Sie unterstützt Forschende dabei,

- : gesellschaftliche Impact-Ziele zu definieren,
- : relevante Zielgruppen zu identifizieren,
- : passende Kommunikationsformate zu entwickeln,
- : Ressourcen und Umsetzungsschritte zu planen,
- : die Qualität und Wirkung von Wissenschaftskommunikation zu reflektieren.

Die Teilnehmenden entwickeln einen individuellen Impact Pathway, der Forschung, Kommunikation und gesellschaftliche Wirkung systematisch miteinander verbindet.

## UMFANG DER DIDAKTISCHEN BEGLEITMATERIALIEN

Das Begleitmaterial bietet Durchführenden eine verlässliche und zugleich flexible Grundlage für die Umsetzung. Es dient der Orientierung, ohne die Anwendung zu verengen, und kann je nach Kontext angepasst werden, von halbtägigen Formaten bis zu mehrtägigen Trainings, in Präsenz oder digital.

Die Unterlagen zur Durchführung umfassen:

- : dieses didaktische Begleitmaterial für Durchführende
- : die Präsentationen zu den Modulen
  - : [Modul I - Impact](#)
  - : [Modul II - Outcome](#)
  - : [Modul III - Output](#)
  - : [Modul IV - Input](#)
  - : [Modul V - Qualität](#)
- : ein [Übungsheft](#) für Teilnehmende
- : eine [digitale Workshop-Vorlage](#) (Miro-Board) für Online-Durchführungen. Für das Duplizieren und Nutzen des Boards ist ein kostenfreier Miro-Account notwendig.

Alle Materialien stehen als **Open Educational Resources (OER)** unter der Lizenz **Creative Commons CC BY 4.0** zur Verfügung und können frei verwendet, angepasst und weitergegeben werden.

## AUFBAU DER FÜNF MODULE

<b>Modul</b>	<b>Thema</b>	<b>Leitfrage</b>	<b>Zentrale Kompetenz</b>
I – Impact	Gesellschaftlicher Impact von Forschung	Was möchte ich mit meiner Forschung auf gesellschaftlicher Ebene verändern?	Impact definieren
II – Outcome	Zielgruppen & Wirkungen	Wer ist meine Zielgruppe und welche Wirkung möchte ich bei ihr erreichen?	Zielgruppenanalyse & Wirkungsplanung
III – Output	Kommunikationsformate	Welches Kommunikationsvorhaben passt zu mir und zu meiner Zielgruppe?	Formatwahl & Kommunikationsdesign
IV – Input	Ressourcen & Planung	Welche Schritte und Ressourcen sind zur Umsetzung meines Vorhabens erforderlich?	Projektplanung & Ressourcenmanagement
V – Qualität	Evaluation & Reflexion	Wie kann ich die Qualität meines Vorhabens reflektieren?	Evaluation & Qualitätsentwicklung

## DIDAKTISCHE GRUNDIDEE

Die Impact School folgt einem kompetenzorientierten, praxisnahen Lernansatz. Jedes Modul enthält theoretische Impulse, praxisorientierte Übungen, Peer-Feedback und Reflexion. Sie kann sowohl analog als auch digital durchgeführt werden. Die Impact School orientiert sich an folgenden Lernprinzipien:

- : **Modularität:** Die Module können als zusammenhängende Lernreise genutzt werden. Ebenso können sie einzeln eingesetzt werden, wenn für den jeweiligen Kontext passende Voraussetzungen geschaffen oder fehlende Schritte kurz ergänzt werden.
- : **Anwendbarkeit:** Forschende entwickeln einen auf ihre Forschung und Bedürfnisse zugeschnittenen Impact-Plan. Das Lernen anhand des Impact Pathways ist auf diverse Forschungsthemen und Kommunikationsansätze sowie unterschiedliche Karrierestufen anwendbar.
- : **Praxisnähe:** Alle Beispiele stammen aus vergangenen Impact Schools und realen Fallbeispielen.
- : **Peer-Learning:** Kollaboratives Denken, Feedback und gemeinsame Reflexion sind zentrale Lernmethoden. Der Austausch wird in den Übungsphasen durch unterschiedliche interaktive Gruppenmethodiken gewährleistet. Gleichzeitig basiert die Impact School auch auf dem Austausch über das Gelernte hinaus. Zum Aufbau der Impact School gehört die Möglichkeit des kontinuierlichen Netzwerkers der Teilnehmenden untereinander.
- : **Agiles Konzept:** Die Impact School wird agil konzipiert. Inhalte und Methoden sind immer auch Ergebnisse vergangener Schools und können so stetig weiterentwickelt werden.

## QUICK START GUIDE FÜR DURCHFÜHRENDE

### FÜR WEN IST DAS MATERIAL GEDACHT?

Das Material eignet sich für die Arbeit mit Forschenden

- : vor allem aus den MINT-Fächern,
- : mit Anpassungen auch aus anderen Disziplinen,
- : in unterschiedlichen Karrierephasen,
- : mit oder ohne Vorkenntnisse bzw. eigene Erfahrungen in der Wissenschaftskommunikation,
- : die Wissenschaftskommunikation strategischer, zielgruppenorientierter und wirkungsbezogener gestalten möchten.

## FÜR WELCHE GRUPPENGROSSEN EIGNET SICH DAS MATERIAL?

Die Module sind für Gruppen bis ca. 20 Personen gut einsetzbar. Viele Übungen sind so angelegt, dass sie in Zweier-, Dreier- oder Vierergruppen sowie an Gruppentischen mit vier bis sechs Personen durchgeführt werden können. Generell empfiehlt sich ein Rahmen, in dem Austausch, Peer-Feedback und moderierte Reflexion gut möglich bleiben.

## WELCHE VORBEREITUNG IST NOTWENDIG?

Für eine gute Durchführung sollten Sie mindestens:

- : das didaktische Begleitmaterial zu den gewählten Modulen vollständig lesen,
- : die zugehörige(n) Präsentation(en) inklusive Foliennotizen sichten,
- : die benötigten Materialien bzw. digitalen Tools bereitstellen,
- : prüfen, welche Übungen Sie vollständig übernehmen und welche Sie anpassen,
- : Beispiele und Sprache auf Ihre Zielgruppe abstimmen.

## WIE LANGE DAUERT DIE VOLLSTÄNDIGE DURCHFÜHRUNG?

Die vollständige Impact School ist als zweitägiges Format angelegt. Rechnet man die in den Modulen angegebenen Zeitbedarfe zusammen, ergibt sich für die fünf Module eine Arbeitszeit von rund 12 Stunden zuzüglich Pausen, Einstieg, organisatorischer Übergänge und Vernetzungsphasen.

## WELCHE INHALTE SIND NOTWENDIG, WELCHE OPTIONAL?

Für die Durchführung einzelner Module empfiehlt sich folgende Unterscheidung:

Verbindlich für den Charakter des Moduls sind in der Regel

- : die jeweilige Leitfrage
- : die Lernziele des Moduls
- : die inhaltliche Verortung im Impact Pathway bzw. in Bezug auf weitere Module

Flexibel anpassbar sind in der Regel

- : Fallbeispiele und Kontexte
- : die genaue Ausgestaltung von Reflexions- und Austauschphasen
- : Zeitumfang einzelner Übungen
- : die Auswahl ergänzender Inputs

## WIE NUTZE ICH DAS MATERIAL MODULAR?

Die Module bauen inhaltlich aufeinander auf, sind aber so dokumentiert, dass sie auch einzeln oder in Teilsequenzen genutzt werden können:

- : Modul I eignet sich gut als Einstieg in das Thema gesellschaftlicher Impact durch Wissenschaftskommunikation.
- : Modul II behandelt Zielgruppen und Wirkungsziele der Wissenschaftskommunikation.
- : Modul III befähigt zur zielgruppengerechten Übersetzung des eigenen Themas sowie der Auswahl des eigenen Kommunikationsvorhabens.
- : Modul IV fokussiert sich auf die Planung und Umsetzung eines Kommunikationsvorhabens.
- : Modul V gibt einen Überblick über Qualität und Evaluation von eigenen Kommunikationsvorhaben.

## EMPFOHLENE MODULPFADE

Die vorgeschlagenen Modulpfade sind beispielhaft.

### **Variante ½ Tag: Impact-Grundlagen, Zielgruppen und Formatentwicklung**

Für kompakte Formate empfiehlt sich die Kombination von zwei Modulen:

- : **Modul I + II**  
Teilnehmende definieren persönliche Impact-Ziele und wählen darauf basierend Zielgruppen und Outcome für ihre Wissenschaftskommunikation.
- : **Modul II + III**  
Teilnehmende definieren Zielgruppe und Outcome für ihre Wissenschaftskommunikation und entwickeln passende Kommunikationsformate.
- : **Modul III + IV**  
Teilnehmende konzipieren Kommunikationsformate und planen ihre Umsetzung.

### **Variante 1 Tag: Vertiefte Formatentwicklung und Impact-Strategie**

Für 1-Tages-Formate empfiehlt sich die Kombination von bis zu drei Modulen. Auch Versionen der Zwei-Modul-Kombinationen mit längeren Gruppenarbeiten und intensiven Diskussions- und Reflexionsphasen sind denkbar.

- : **Modul I – III**  
Teilnehmende definieren persönliche Impact-Ziele, wählen darauf basierend Zielgruppen und Outcome für ihre Wissenschaftskommunikation und entwickeln passende Kommunikationsformate.

- : **Modul II – IV**  
Teilnehmende definieren Zielgruppe und Outcome für ihre Wissenschaftskommunikation, entwickeln passende Kommunikationsformate und planen ihre Umsetzung.
- : **Modul II, III + V**  
Teilnehmende definieren Zielgruppe und Outcome für ihre Wissenschaftskommunikation, entwickeln passende Kommunikationsformate und planen Evaluation und Qualitätssicherung.

### **Variante 2 Tage: Umsetzung einer vollständigen Impact-Strategie**

Für die vollständige Impact School empfiehlt sich:

- : **Modul I – V**  
Teilnehmende durchlaufen den gesamten Impact Pathway von der Zieldefinition bis zur Qualitätsreflexion und Evaluation.

## **BENÖTIGTE MATERIALIEN**

---

### **✂ Analog**

- Workshopraum für die entsprechende Personenanzahl
  - Beamer und Leinwand
  - Präsentationslaptop
  - 3 Pinnwände/White Boards
  - Flipchart inklusive Papier
  - Post-its, Moderationskarten, Stifte, Reißzwecken/Magnete, bunte Stifte, Klebepunkte
  - Spielfiguren in rot, grün und schwarz
  - Übungshefte für die entsprechende Personenanzahl
  - Namensschilder
  - Ausgedrucktes Radardiagramm
  - Ausdrucke für den Raum
- 

### **🖥 Digital**

- Digitaler Meetingraum
  - Miro-Board
-

The background of the entire page is a close-up photograph of numerous light-colored wooden puzzle pieces scattered across a white surface. The pieces are out of focus, creating a bokeh effect. In the center, there is a white rectangular box with a thin black border, which contains the text for the module and a question.


**Modul I • Impact**

Begleitmaterial

Was möchte ich mit meiner Forschung auf gesellschaftlicher Ebene verändern?

# MODULÜBERSICHT

---

 **Modulziel:** Teilnehmende verstehen, was gesellschaftlicher Impact ist, und formulieren ein eigenes Impact-Ziel auf Basis ihrer Forschung.

---

 **Zentrale Fragen:**

- : Was möchte ich mit meiner Forschung auf gesellschaftlicher Ebene verändern?
  - : Welche gesellschaftliche Herausforderung adressiert meine Forschung?
  - : Wie kann Wissenschaftskommunikation dazu beitragen, diesen Impact zu erzielen?
- 

 **Zeitbedarf:** ca. 2,5 Stunden

---

 **Benötigte Workshopmaterialien:**

- Präsentation „Modul I – Impact“

Analog:

- Pinnwände/White Boards
  - Post-its, Moderationskarten, Stifte, Reißzwecken/Magnete
  - Radardiagramm zu gesellschaftlichem Impact als A0 Ausdruck
- 

 **Setup vor Ort**

- Leinwand und Beamer
- Präsentationslaptop
- Gruppentische für 4–6 Personen
- 1 leere Pinnwand (für Impact-Leinwände und Impact-Ziele)
- 1 Pinnwand mit ausgedrucktem Radardiagramm

Materialien pro Gruppentisch

- Klebepunkte
- 1 Flipchartpapier
- Bunte Stifte
- 1 ausgedruckte Agenda

Materialien pro Person

- 1 Übungsheft
  - 1 Moderationskarte
  - 1 Edding
- 

 **Digitales Setup**

- Digitaler Meetingraum
-

- 
- Breakout-Sessions für 3–4 Personen
  - Miro-Board
- 

## ABLAUFPLAN

Dauer	Inhalt	Materialien
30 Minuten	Einstieg und Kennenlernen	Folien 1–2
30 Minuten	Einführung in die Impact School	Folien 3–14
15 Minuten	Input: Gesellschaftlicher Impact	Folien 15–19
30 Minuten	Übung 1: Die eigene Forschung einem Impact-Ziel zuordnen	Folie 20/21, Flipchartpapier, bunte Stifte, Metaplanwand, Radardiagramm, Klebpunkte
5 Minuten	Input: Den eigenen gesellschaftlichen Impact definieren	Folien 22–23
10 Minuten	Übung 2: Individuelles Impact-Ziel definieren	Folie 24/25, Moderationskarten, Metaplanwand, Eddings, Reißzwecken
15 Minuten	Input: Wissenschaftskommunikation als Weg zu gesellschaftlichem Impact	Folien 27–32
5 Minuten	Wrap Up Modul I	Folie 33

## DIDAKTISCHES KONZEPT

### LERNZIELE

Die Teilnehmenden können ...

- ... den Begriff „gesellschaftlicher Impact“ verstehen und auf ihre eigene Forschung anwenden
- ... den Mehrwert ihrer Forschung für die Gesellschaft beschreiben
- ... ein individuelles Impact-Ziel formulieren

## DIDAKTISCHER ANSATZ

Das erste Modul lädt die Teilnehmenden dazu ein, ihre Rolle als Wissenschaftler\*innen in der Gesellschaft zu reflektieren und eigene Ziele für einen gesellschaftlichen Impact zu definieren.

**Backcasting:** Als Ausgangspunkt der strategischen Planung ihrer Kommunikationsaktivitäten setzen sie sich individuelle Impact-Ziele. Dies gewährleistet eine wirkungsorientierte Planung, bei der das Streben nach gesellschaftlichem Wandel durch Wissenschaft im Vordergrund steht.

**Impact-Leinwand:** In einem kreativen Prozess erarbeiten die Teilnehmenden ihre Impact-Ziele, indem sie in Kleingruppen die aus ihren Forschungsprojekten entstehende Gesellschaftsutopie zeichnen und sie auf einem Radardiagramm verorten.

**Gruppendiskussion:** Wissenschaftskommunikation als Weg zu gesellschaftlichem Impact wird vorgestellt und gemeinsam in Gruppendiskussionen eingeordnet. Dabei werden gesellschaftliche Perspektiven auf Wissenschaftskommunikation mit den individuellen Erfahrungen, Herausforderungen und Fragen der Teilnehmenden in Verbindung gebracht.

## MODERATIONSHINWEISE

**Utopisches Denken erwünscht:** Den Teilnehmenden einer Impact School (Doktorand\*innen und Post-Docs bis sechs Jahre nach der Promotion) fällt es teilweise schwer, eine Verbindung zwischen ihrem konkreten Forschungsthema und einem übergeordneten gesellschaftlichen Bereich bzw. Ziel herzustellen. Dies ist insbesondere der Fall, wenn die Teilnehmenden in der Grundlagenforschung tätig sind. Hier kann eine Einstiegsdiskussion mit der Leitfrage „Wo knüpft mein Forschungsfeld an gesellschaftlichen Wandel an – historisch, aktuell oder zukünftig?“ helfen. Dies hilft zunächst, die eigene Forschung in ein übergeordnetes Forschungsgebiet mitsamt seiner gesellschaftlichen Errungenschaften einzuordnen. Anschließend kann das eigene Forschungsfeld mit einem potenziellen gesellschaftlichen Impact verknüpft werden.

**Impact statt Beitrag:** Teilnehmende verwechseln schnell ihren angestrebten gesellschaftlichen Impact mit dem konkreten Beitrag, den ihre Forschung leisten kann. Zum Beispiel: „Eine Alternative zu Lithium-Batterien entwickeln“ statt „zu einer klimaneutralen Energieversorgung beizutragen“. Hilfreich ist es hier, den Impact als „Benefit“ zu beschreiben, um vom Beitrag („was?“) zum Impact („wofür?“) zu kommen.

## QUELLEN UND WEITERFÜHRENDE RESSOURCEN

- Bornmann, L. (2013): What Is Societal Impact of Research and How Can It Be Assessed? A Literature Survey. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(2).
- Fecher, B., Hebing, M. (2021): How do researchers approach societal impact? *PLoS ONE* 16(7): e0254006.
- Hagenhoff, S., Seidenfaden, L., Ortelbach, B., & Schumann, M. (2007): Neue Formen der Wissenschaftskommunikation. In: *Göttinger Schriften zur Internetforschung*.
- Jacob, K., Bär, H. und Graaf, L. (2015): Was sind Transformationen? Begriffliche und theoretische Grundlagen zur Analyse von gesellschaftlichen Transformationen. In: Umweltbundesamt & Freie Universität Berlin, Forschungszentrum für Umweltpolitik (FFU) Berlin (Hrsg.). *TEXTE* (report Nr. 58/2015).
- Jarre, Otfried (2025): Social Media und die Krise der repräsentativ verfassten Demokratie. *MedienWirtschaft* 22(3):19-51.
- Krcmar, H. (2022): Digitale Transformation aus Perspektive von Wissenschaft und Forschung. In: Oswald, G., Saueressig, T., Krcmar, H. (eds) *Digitale Transformation. Informationsmanagement und digitale Transformation*. Springer Gabler.
- Kurz, B. et al. (2016): *Social Impact Navigator*. Phineo.
- Reed, Ferré, M., Martin-Ortega, J., Blanche, R., Lawford-Rolfe, R., Dallimer, M. & Holden, J. (2021): Evaluating impact from research: A methodological framework. *Research Policy*, 50(4), 104147.
- Schäfer, M. (2017): Wissenschaftskommunikation ist Wissenschaftsjournalismus, Wissenschafts-PR . . . und mehr. . [Wissenschaftskommunikation.de](http://Wissenschaftskommunikation.de).
- Spaapen, J., van Drooge, L. (2011): Introducing 'productive interactions' in social impact assessment. *Research Evaluation*, Oxford University Press, vol. 20(3), S. 211-218.
- Spaapen, J.B., Dijstelbloem, H., Wamelink, F. (2007): *Evaluating research in context: A method for comprehensive assessment*. The Hague, The Netherlands: Consultative Committee of Sector Councils for Research and Development.
- Wholey, J. S. (1979): *Evaluation. Promise and performance*. Washington: Urban Institute.
- Wissenschaft im Dialog (2025a): *Wissenschaftskommunikation mit generativer KI: Perspektiven für Einsatz und Governance (WiD-Perspektiven)*.
- Wissenschaft im Dialog (2025b): *Wissenschaftsfreiheit und Wissenschaftskommunikation: Wahrnehmungsunterschiede zwischen Hochschulleitungen und Bevölkerung (WiD-Perspektiven)*.
- Wissenschaft im Dialog / Kantar (2023): *Wissenschaftsbarometer*.

# WORKSHOP-DREHBUCH MODUL I

Ausführliche Erläuterungen zu den Inhalten der einzelnen Folien und zur Methodik der begleitenden Übungen finden sich in den Foliennotizen der Modulpräsentationen.



Plenum



Input des Vortragenden











Gruppenarbeit





Einzelarbeit

Dauer	Ziel und Inhalt	Setting	Folie
30 min	<b>Begrüßung und Kennenlernen, Erwartungsabfrage</b> <ul style="list-style-type: none"><li>: Begrüßung zur CZS STEM Impact School</li><li>: Hinweis auf Förderung der Carl-Zeiss-Stiftung</li><li>: Kurze Referent*innenvorstellung</li><li>: Vorstellung der Teilnehmenden anhand von drei Fragen</li></ul>		1-2
5 min	<b>Einordnung der Impact School ins Profil der Organisation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>: Vorstellung Wissenschaft im Dialog<ul style="list-style-type: none"><li>: Vision</li><li>: Mission</li></ul></li></ul>		3-5
10 min	<b>Hintergrundinformationen zur Zielsetzung der Impact School vermitteln</b> <ul style="list-style-type: none"><li>: Einführung in die gesellschaftliche Ausgangslage in Bezug auf Wissenschaft und Wissenschaftskommunikation</li><li>: Vorstellung der Zielsetzung der Impact School</li></ul>		6-9
2 min	<b>Grundstruktur der Impact School einführen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>: Wirkstufenmodell als Basis für die Struktur der eigenen Impact-Strategie vorstellen</li><li>: Wirkungsorientierte Planweise vorstellen: Von Impact zu Input</li></ul>		10-11
3 min	<b>Modulare Struktur der Impact School erläutern</b> <ul style="list-style-type: none"><li>: Die fünf Module der Impact School orientieren sich an den Schritten des Wirkstufenmodells</li><li>: Jeder Schritt baut auf den vorherigen auf</li><li>: Jedes Modul ist mit einer konkreten Leitfrage verbunden</li></ul>		12
10 min	<b>Übertragbarkeit aufzeigen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>: Impact Pathway-Beispiele aus vergangenen Impact Schools vorstellen</li></ul>		13-16

	<ul style="list-style-type: none"> <li>: Beispiel aus der angewandten Forschung: Umweltwissenschaften</li> <li>: Beispiel aus der Grundlagenforschung: Neurowissenschaften</li> </ul>		
5 min	<b>Einführung in Modul I</b>		17–19
	<ul style="list-style-type: none"> <li>: Vorstellung der Leitfrage</li> <li>: Hinweis auf Verortung im Impact Pathway</li> <li>: Vorstellung der Zielsetzung des Moduls</li> </ul>		
10 min	<b>Gesellschaftlichen Impact definieren</b>		20–21
	<ul style="list-style-type: none"> <li>: Definition „gesellschaftlicher Impact“ nach Reed et al. (2021)</li> <li>: Vorstellung von Impact-Zielen aus der Forschung <ul style="list-style-type: none"> <li>: Studie von Hebing &amp; Fecher (2021) vorstellen</li> <li>: Unterschiede zwischen den Disziplinen aufzeigen</li> <li>: Unterschiedliche gesellschaftliche Bereiche aufzeigen</li> </ul> </li> </ul>		
	<p>Vierergruppen an Gruppentischen</p> <p>Je Gruppe 1 Flipchartpapier und bunte Stifte</p> <p>Pinnwand für Impact-Leinwände</p> <p>Pinnwand mit Radardiagramm und Klebepunkten</p>		
30 min	<b>Übung: Impact-Ziele vorbereiten</b>	 	22
	<p>Methode: Die Impact-Leinwand</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>: Die Teilnehmenden imaginieren eine Welt, in der alle ihre Forschungsprojekte den größtmöglichen Erfolg erzielen. Wie sähe unsere darauf basierende Gesellschaft aus?</li> <li>: Auf Flipchart-Papier zeichnen Teilnehmende diese Utopie-Gesellschaft und stellen sie anschließend im Plenum vor</li> <li>: Auf dem Radardiagramm kleben sie Klebepunkte zu den Impact-Zielen, denen sie ihre Utopie zuordnen können</li> </ul>		
	<p>Vierer-Breakout-Sessions, Miro-Board-Rahmen</p> <p>„Impact-Leinwand“ und „Wirkung verorten“</p>		
30 min	<b>Übung: Impact-Ziele vorbereiten</b>	 	23
	<p>Methode: Die Impact-Leinwand</p>		

- : Die Teilnehmenden imaginieren eine Welt, in der alle ihre Forschungsprojekte den größtmöglichen Erfolg erzielen. Wie sähe unsere darauf basierende Gesellschaft aus?
- : Mithilfe von Online-Bildern und Icons erstellen sie eine Collage, die ihre Utopie-Gesellschaft symbolisiert, und stellen diese anschließend im Plenum vor
- : Auf dem Radardiagramm kleben sie Sticker zu den Impact-Zielen, denen sie ihre Utopie zuordnen können

  Zurück zu Plenum-Setup

5 min

**Erläuterung der unterschiedlichen Motivationen zur Auseinandersetzung mit dem gesellschaftlichen Impact**



24–25

- : Motivationen
  - : Individuell
  - : Institutionell
  - : Idealistisch
- : Beispiele von konkreten Impact-Zielen aus vergangenen Schools vorstellen



Pinnwand mit Impact-Leinwänden  
Pro Person eine Moderationskarte und ein Edding

10 min

**Übung: Impact-Ziele definieren**



26

- : Teilnehmende formulieren basierend auf ihren Utopien individuelle Impact-Ziele und halten sie in ihren Impact Pathways fest.
- : Zusätzlich schreiben sie ihre Impact-Ziele auf eine Moderationskarte und pinnen sie an ihre Impact-Leinwände bzw. auf dem Miro-Board fest



Plenum-Setup, Miro-Board-Rahmen „Impact-Leinwand“

10 min

**Übung: Impact-Ziele definieren**









27

- : Teilnehmende formulieren basierend auf ihren Utopien individuelle Impact-Ziele und halten sie auf dem Miro-Board fest.



Zurück zu Plenum-Setup

8 min	<b>Einführung in die Wissenschaftskommunikation als Weg zu gesellschaftlichem Impact</b>	 	29–31
	<ul style="list-style-type: none"> <li>: Zitat Spaapen &amp; van Drooge (2021) zur Einführung von Wissenschaftskommunikation als Weg zu gesellschaftlichem Impact</li> <li>: Schaubild Wissenschaftskommunikation</li> <li>: Unterscheidung unterschiedlicher Arten der Wissenschaftskommunikation</li> <li>: Plenum: Mit welchen Arten von Wissenschaftskommunikation haben Teilnehmende Erfahrung?</li> <li>: Erläuterung von Wissenschaftskommunikation als Schnittstelle zwischen Wissenschaft(en) und anderen Teilen der Gesellschaft</li> </ul>		
7 min	<b>Stimmen zur Wissenschaftskommunikation einordnen</b>	 	32–34
	<ul style="list-style-type: none"> <li>: Perspektiven auf Wissenschaftskommunikation vorstellen</li> <li>: Was denkt die Öffentlichkeit?</li> <li>: Welches Verhältnis haben Forschende zur Wissenschaftskommunikation?</li> <li>: Plenum zu persönlichen Wahrnehmungen der vorgestellten Fragen</li> <li>: Zusammenfassung der Erkenntnisse</li> </ul>		
5 / 15 min	<b>Abschluss Modul I</b>	 	35
	<ul style="list-style-type: none"> <li>: Wrap Up Modul I anhand von drei zentralen Learnings</li> <li>: Optional: Plenum zu Gelerntem und Gehörtem, sollte sich kein weiteres Modul anschließen</li> </ul>		


**Modul II • Outcome**

Begleitmaterial


Wer ist meine Zielgruppe und was möchte ich bei ihr erreichen?

# MODULÜBERSICHT

---

 **Modulziel:** Die Teilnehmenden können Zielgruppen für ihr individuelles Impact-Ziel identifizieren und Wirkungsziele in Bezug auf die gewählte Zielgruppe bestimmen.

---

 **Zentrale Fragen:**  
: Wer ist meine Zielgruppe?  
: Welche Wirkungen möchte ich bei ihr erzielen?

---

 **Zeitbedarf:** ca. 1,5 Stunden

---

 **Benötigte Workshopmaterialien:**

Präsentation „Modul II – Outcome“

Analog:

Pinnwände/White Boards

Post-its, Moderationskarten, Stifte, Reißzwecken/Magnete

---

 **Setup vor Ort**

Leinwand und Beamer

Präsentationslaptop

Gruppentische für 4–6 Personen

1 leere Pinnwand, per Überschriften aufgeteilt in die vorgestellten Outcome-Ebenen

Materialien pro Gruppentisch

1 ausgedruckte Agenda

Materialien pro Person

1 Übungsheft

1 Moderationskarte

1 Edding

---

 **Digitales Setup**

Digitaler Meetingraum

Breakout-Sessions für 2–3 Personen

Miro-Board

---

## ABLAUFPLAN

Dauer	Inhalt	Materialien
5 Minuten	Einführung Modul II	Folien 1–3
10 Minuten	Input: Zielgruppen definieren	Folien 4–8
20 Minuten	Übung 1: Empathy Mapping	Folie 9
5 Minuten	Input: Outcome festlegen	Folie 10
30 Minuten	Übung 2: Outcome bestimmen	Folien 11/12, Pinnwand, Moderationskarten, Eddings
15 Minuten	Wrap Up Modul II	Folien 14–16

## DIDAKTISCHES KONZEPT

### LERNZIELE

Die Teilnehmenden können ...

- ... Zielgruppen für gesellschaftlichen Impact unterscheiden
- ... Wirkungsziele formulieren
- ... eigene Zielgruppen definieren

### DIDAKTISCHER ANSATZ

Im zweiten Modul stehen Zielgruppen im Mittelpunkt. Die Teilnehmenden werden neben der Wahl einer Zielgruppe für eigene Kommunikationsaktivitäten eingeladen, sich intensiv mit dieser auseinanderzusetzen, um eine zielgruppengerechte und wirkungsvolle Kommunikation zu gewährleisten:

**Empathy Mapping:** Für eine wirkungsvolle Wissenschaftskommunikation ist es neben der Auswahl einer geeigneten Zielgruppe essentiell, diese bestmöglich zu verstehen. Hierzu wird sich an der Methode des „Empathy Mappings“ orientiert: Ursprünglich eine im UX-Design verwendete Methode, wird beim Empathy Mapping das Hineinversetzen in die Zielgruppe angeregt, indem Gedanken, Gefühle und Verhalten von Endverbraucher\*innen antizipiert werden. Für die Impact School wird das Empathy Mapping um den Ansatz zur Systematisierung und Beschreibung von Zielgruppen der Wissenschaftskommunikation der Impact Unit von Wissenschaft im Dialog erweitert und angepasst. Die Teilnehmenden füllen ihre Empathiekarte mit den individuellen Ausprägungen ihrer Zielgruppe in Bezug auf Rollen und Beziehungen, Haltungen, soziodemografische Merkmale und Informationsverhalten aus.

**Peer Feedback:** Die Teilnahmebeschränkung der Impact School auf Forschende aus den MINT-Disziplinen ermöglicht einen fundierten Erfahrungsaustausch innerhalb der eigenen Fachcommunity. Insbesondere bei der Wahl der eigenen Zielgruppe und der gewünschten Wirkung ist es für die Teilnehmenden in der Regel hilfreich, sich über ihre individuellen Erfahrungen mit unterschiedlichen Zielgruppen auszutauschen, um eine geeignete Zielgruppe für den weiteren Verlauf der Impact School zu ermitteln.

## MODERATIONSHINWEISE

### **Vorsicht vor der „breiten Öffentlichkeit“**

Um passgenaue und wirkungsvolle Austauschprozesse initiieren zu können, ist es bei der Beschreibung von Zielgruppen hilfreich, möglichst konkret zu werden. Ermutigen Sie die Teilnehmenden dazu, so spezifisch wie möglich zu sein und nicht in die Falle der „interessierten“ oder „breiten Öffentlichkeit“ zu tappen. Ebenso wie es nicht *die eine* Wissenschaft gibt, gibt es nicht *die eine* Öffentlichkeit, die erreicht werden könnte. Und wer „alle“ erreichen möchte, kann Formate nur sehr allgemein gestalten und erreicht so in der Regel nur diejenigen, die ohnehin am Thema interessiert sind.

### **Die Qual der Wahl**





In der Regel gibt es nicht nur eine Zielgruppe, die zum eigenen Thema und Impact-Ziel passt. Die Teilnehmenden stehen somit vor der „Qual der Wahl“ und es fällt ihnen teilweise schwer, sich für eine Zielgruppe zu entscheiden. Hier ist es wichtig zu betonen, dass die Wahl der Zielgruppe der Vorbereitung für die Wahl eines passenden Kommunikationsformats dient. Es ist also hilfreich, sich tatsächlich auf eine Zielgruppe zu beschränken. Gleichzeitig gibt es verschiedene Faktoren, die die Zielgruppenwahl erleichtern können: Gibt es bereits Verbindungen zu einer Zielgruppe, d.h. hat die Forschungseinrichtung beispielsweise besonders guten Kontakt zu bestimmten Wirtschaftszweigen oder Politiker\*innen? Oder gibt es vielleicht eine Zielgruppe, mit der mir die Kommunikation besonders leicht fällt (bspw. Schüler\*innen)?

## QUELLEN UND WEITERFÜHRENDE RESSOURCEN










- Behre, J., Hölig, S., Stöwing, E., Möller, J. (2025): Reuters Institute Digital News Report 2025 – Ergebnisse für Deutschland.
- Bornmann, L. (2013): What is societal impact of research and how can it be assessed? a literature survey. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(2), 217-233.
- European Commission (2012): Press release—Scientific data: open access to research results will boost Europe’s innovation capacity.
- Fecher, B. (2022): Welche Denkfehler die gesellschaftliche Relevanz von Forschung in Deutschland hemmen. In: *Transfer & Innovation*.
- Fischer, L., Ziegler, R., *Wissenschaft im Dialog* (2020): Ziele von Wissenschaftskommunikation. Eine Analyse der strategischen Ziele relevanter Akteure für die institutionelle Wissenschaftskommunikation in Deutschland, 2014-2020.
- Impact Unit (2022): Überblick zu Systematisierungen für Formate und Zielgruppen der Wissenschaftskommunikation: Praxisrelevante Erkenntnisse einer Auswertung wissenschaftlicher und praxisbezogener Publikationen.
- Kurz, B. et al. (2016): *Social Impact Navigator*. Phineo.
- Schäfer, M., Kristiansen, S., Bonfadell, H. (2015): Wissenschaftskommunikation im Wandel: Relevanz, Entwicklung und Herausforderungen des Forschungsfeldes. In: Schäfer et al. (Hrsg.): *Wissenschaftskommunikation im Wandel*.
- Siggener Kreis (2023): *Siggener Impulse 2023. Das Verhältnis von Wissenschaft und Medien*.
- Spaapen, J.B., Dijstelbloem, H., & Wamelink, F. (2007): *Evaluating research in context: A method for comprehensive assessment*. The Hague, The Netherlands: Consultative Committee of Sector Councils for Research and Development.
- Spaapen, J., van Drooge, L. (2011): Introducing ‘productive interactions’ in social impact assessment. *Research Evaluation*, Oxford University Press, vol. 20(3).
- Wissenschaft im Dialog* (2023). *Wissenschaftsbarometer 2023 - Repräsentative Bevölkerungsumfrage zu Wissenschaft und Forschung in Deutschland*.

## WORKSHOP-DREHBUCH MODUL II

Ausführliche Erläuterungen zu den Inhalten der einzelnen Folien und zur Methodik der begleitenden Übungen finden sich in den Foliennotizen der Modulpräsentationen.

 Plenum    
  Input des Vortragenden    
  Gruppenarbeit    
  Einzelarbeit

Dauer	Ziel und Inhalt	Setting	Folie
5 min	<b>Einführung in Modul II</b> : Vorstellung der Leitfrage : Hinweis auf Verortung im Impact Pathway : Vorstellung der Zielsetzung des Moduls		1-3
5 min	<b>Zielgruppenkategorien verstehen</b> : Veränderte Grundbedingungen im Kommunikationsfeld und Bedeutung für die Wissenschaftskommunikation : Zielgruppen für gesellschaftlichen Impact nach Spaapen, Dijstelbloem und Wamelink		4-5
5 min	<b>Zielgruppenkategorien anwenden</b> : Plenum: Zielgruppenkategorien auf Beispiele aus vergangenen Schools anwenden : Weitere Beispiele aus vergangenen Schools kennenlernen : Fragen zur individuellen Kategorisierung von Zielgruppen (Vorbereitung für Empathy Mapping)		6-8
	Plenum-Setup, Übungsheft / Miro-Board-Rahmen „Empathy Mapping“		
20 min	<b>Übung: Zielgruppen definieren</b> Methode: Empathy Mapping : Input: Merkmale von Zielgruppen der Wissenschaftskommunikation : Die Teilnehmenden wählen eine Zielgruppe für ihre strategische Planung aus. : Die Teilnehmenden beschreiben ihre Zielgruppe anhand von fünf zentralen Fragen zur Zielgruppenkategorisierung	 	9
5 min	<b>Definition von Outcome anhand unterschiedlicher Wirkungsebenen</b>		10

✂	Gruppen von 2–3 Personen Pinnwand, die in die drei vorgestellten Wirkungsebenen aufgeteilt ist	
30 min	<b>Übung: Outcome bestimmen</b> : Die Teilnehmenden stellen sich gegenseitig ihre Zielgruppen und die Ergebnisse ihres Empathy Mappings vor. : Gemeinsam ergründen sie mögliche Wirkungsziele für ihre Zielgruppe. : Plenum: Die Teilnehmenden heften ihre Wirkungsziele an eine Pinnwand, die in die drei vorgestellten Outcome-Ebenen unterteilt ist.	  11
	 Breakout-Sessions von 2–3 Personen, Miro-Board-Rahmen „Outcome definieren“	
30 min	<b>Übung: Outcome bestimmen</b> : Die Teilnehmenden stellen sich gegenseitig ihre Zielgruppen und die Ergebnisse ihres Empathy Mappings vor. : Gemeinsam ergründen sie mögliche Wirkungsziele für ihre Zielgruppe. : Plenum: Die Teilnehmenden halten ihre Wirkungsziele auf dem Miro-Board fest	  12
	  Zurück zu Plenum-Setup	
15 min	<b>Abschluss Modul II</b> : Wrap Up Modul II anhand von zwei zentralen Learnings <i>oder</i> Wrap Up Modul I & II anhand von drei zentralen Learnings (je nach Aufbau der Impact School) : Plenum zu Gelerntem und Gehörtem : Optional: Ausblick auf die nächsten Module (je nach Aufbau der Impact School)	  14/15 -16


**Modul III • Output**

Begleitmaterial


Welches Kommunikationsvorhaben passt zu mir und zu meiner Zielgruppe?

# MODULÜBERSICHT

---

 **Modulziel:** Die Teilnehmenden entwickeln wirkungsvolle Kommunikationsformate für ihre Zielgruppe.


---

 **Zentrale Fragen:**  
: Wie kommuniziere ich zielgruppengerecht?  
: Welche Formate eignen sich für meine Zielgruppe?


---

 **Zeitbedarf:** ca. 3,5 Stunden


---

 **Benötigte Workshopmaterialien:**  
 Präsentation „Modul III – Output“  
Analog:  
 Pinnwände/White Boards  
 Moderationskarten, Stifte, Reißzwecken/Magnete  
 Spielfiguren  
 Ausdrucke zur Hüte-Methode

---

 **Setup vor Ort**  
 Leinwand und Beamer  
 Präsentationslaptop  
 Gruppentische für 4–6 Personen  
 1 leere Pinnwand  
  
Materialien pro Gruppentisch  
 1 ausgedruckte Agenda  
  
Materialien pro Person  
 1 Übungsheft  
 1 Moderationskarte  
 1 Edding

---

 **Digitales Setup**  
 Digitaler Meetingraum  
 Breakout-Sessions für 4 Personen  
 Miro-Board

---

## ABLAUFPLAN

Dauer	Inhalt	Materialien
5 Minuten	Einführung Modul III	Folien 1–3
20 Minuten	Input: Zielgruppengerecht kommunizieren	Folien 4–8
45 Minuten	Übung 1: Elevator Pitches	Folie 9
45 Minuten	Input: Formate der Wissenschaftskommunikation	Folien 11–26
15 Minuten	Übung 2: Formatkonzeption	Folie 27
60 Minuten	Übung 3: Hüte-Methode	Folien 29–30
15 Minuten	Wrap Up Modul III	Folie 31

## DIDAKTISCHES KONZEPT

### LERNZIELE

Die Teilnehmenden können...

- ... die Grundlagen zielgruppengerechter Kommunikation anwenden
- ... unterschiedliche Kommunikationsansätze und -formate definieren
- ... passende Formate für ihre Zielgruppe auswählen

### DIDAKTISCHER ANSATZ

**Elevator Pitches:** Zu Beginn des dritten Moduls lernen die Teilnehmenden die Grundsätze zielgruppengerechter Kommunikation kennen. Diese lassen sich auf unterschiedliche Kommunikationsvorhaben anwenden. Mithilfe von Elevator Pitches können sie diese Grundsätze auf ihre Zielgruppe und ihr Thema anwenden und so zielgruppengerechte Kommunikation niedrigschwellig erproben.

**3-1-2-Methode:** Angelehnt an die 6-3-5-Methode werden die Kommunikationsvorhaben kollaborativ entwickelt. Dazu werden zunächst in Dreiergruppen Formatideen entwickelt. In zwei Runden werden die Konzepte an zwei Personen weitergereicht. Diese entwickeln basierend auf dem Thema, der Zielgruppe und dem Impact-Ziel alternative Ideen. So entsteht für alle Teilnehmenden eine Auswahl an Formatideen, die sie mithilfe der Hüte-Feedback-Methode mit einer neuen Gruppe weiterentwickeln.

**Hüte-Methode:** Um von den unterschiedlichen Expertisen der Teilnehmenden zu profitieren, wird bei der Konzeption der Formate die Hüte-Methode nach de Bono angewandt. Die Teilnehmenden stellen ihr Format in Vierergruppen vor und erhalten von ihrer Gruppe Feedback zu einem bestimmten Aspekt. So ist eine kollaborative Weiterentwicklung des eigenen Kommunikationsvorhabens möglich, bei der die unterschiedlichen Kenntnisse und Kompetenzen im Raum als Ressourcen genutzt werden.

## MODERATIONSHINWEISE

### **Der Anknüpfungspunkt der Zielgruppe als Ausgangspunkt**

Zu Beginn des dritten Moduls erproben die Teilnehmenden zielgruppengerechte Kommunikation in Form von Elevator Pitches. Dabei orientieren sie sich an den Grundprinzipien zielgruppengerechter Kommunikation, die zunächst vom Anknüpfungspunkt der Zielgruppe zum kommunizierten Thema ausgeht. Dies erfordert in der Regel ein Umdenken, da die Teilnehmenden nicht mit der Vorstellung der eigenen Person und Forschung generell starten, sondern sich direkt in ihre Zielgruppe hineinversetzen müssen. Hier hilft es, die Frage „was“ (forsche ich) in „warum“ (ist das relevant für mein Gegenüber) zu umzuwandeln. Das Empathy Mapping aus Modul II ist als Vorbereitung dafür hilfreich und kann bei Schwierigkeiten in der Umsetzung als Unterstützung dienen.

### **Der Mut, eigene Erfahrungen zu teilen**

In Modul III geht es maßgeblich um die Auswahl eines geeigneten Kommunikationsformats für die eigene Zielgruppe. Dafür kann es äußerst hilfreich sein, Erfahrungen aus der Praxis zu teilen. Die Formateübersicht dient also nicht nur als Übersicht, sondern bietet auch Raum, um aus Referent\*innenperspektive eigene Projekterfahrungen zu teilen und Formatvorstellungen anekdotisch zu ergänzen. Hier kann es also sinnvoll sein, die vorgestellte Formatauswahl an die eigenen Erfahrungen anzupassen. Darüber hinaus sollen die Teilnehmenden ermutigt werden, ihre eigenen Erfahrungen zu teilen. Die Formatkonzeption wird in zwei Übungen kollaborativ gestaltet und entsprechende Konzeptions- und Feedbackmethoden bieten genügend Raum, um die unterschiedlichen Erfahrungen und Perspektiven der Gruppe einfließen zu lassen.





## QUELLEN UND WEITERFÜHRENDE RESSOURCEN









- acatech, Körber-Stiftung, Universität Stuttgart (2024): TechnikRadar 2024: Was die Deutschen über Technik denken.
- Akin, H., & Scheufele, D. A. (2017): Overview of the science of science communication. The Oxford handbook of the science of science communication.
- Bertemes, J. P., Haan, S. & Hans, D. (2024): 50 Essentials on Science Communication. Walter de Gruyter.
- BMWK, Umweltbundesamt, EMBER Global Energy Monitor, Liebner, S. & Sussmann, R. (2024): Die Klimawirkung von Methan – eine unterschätzte Gefahr.
- Davies, S. et al. (2009): Discussing dialogue: 29 Perspectives on the value of science dialogue events that do not inform policy. Public Understanding of Science, 18(3).
- De Bono, E. (1985): Six thinking hats.
- DeLong, K., Roedema, T., Willems, W., Magalhães, J., Weitkamp, E., & Arias, R. (2024): Policy Brief on excellent science communication for urgent societal challenges. Zenodo.
- FactoryWisskomm (2021): Handlungsperspektiven für die Wissenschaftskommunikation, Berlin.
- Hartung, F. (2008): Leitlinien Politikberatung.
- Kärkkäinen, T., Lammensalo, L., Kuosmanen, J., Koivulehto, I. & Finnish Academy of Science and Letters. (2024): Pathways to Impact: Researcher's Handbook on Science-for-Policy.
- Making, E. P. (o. D.): Competence Framework ‚Science for Policy‘ for researchers - Knowledge for policy - European Commission. Knowledge For Policy.
- Morweiser, C. (2023): „Am meisten hat mich die Challenge motiviert“, Wissenschaftskommunikation.de.
- Museum of Science (2017): Public Engagement with Science. A guide to creating conversations among publics and scientists for mutual learning and societal decision-making.
- Nisbet, M. C., Scheufele, D. A. (2009): What's next for science communication? Promising directions and lingering distractions. American Journal of Botany, 96(10).
- Pettibone et al. (2018): Transdisciplinary Sustainability Research and Citizen Science: Options for Mutual Learning. GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society, 27(2).







- Schäfer, M., Kessler, S., Fähnrich, B. (2019): Analyzing science communication through the lens of communication science: Reviewing the empirical evidence. In: Science Communication.
- Scheufele, D.A. (2014): Science communication as political communication. Proceedings Of The National Academy Of Sciences, 111(supplement\_4), 13585-13592.
- Simis, M. J., Madden, H., Cacciatore, M. A., Yeo, S. K. (2016): The lure of rationality: Why does the deficit model persist in science communication? Public Understanding of Science, 25(4), 400-414.
- Suhay, E., Cloyd, E., Heath, E., Nash, E., Lubchenco, J., National Oceanic and Atmospheric Administration, American Association of the Advancement of Science (AAAS), School of Public Affairs, American University, Washington DC (2022): Recommended Practices for Science Communication with Policymakers.
- Transfer Unit Wissenschaftskommunikation (2024): Kommunikationsstile in der Wissenschaftskommunikation.
- Transfer Unit Wissenschaftskommunikation (2024): Potenziale und Herausforderungen partizipativer Wissenschaftskommunikation.
- Weingart, P., Joubert, M., Connaway, K. (2024): Public engagement with science—Origins, motives and impact in academic literature and science policy. PLOS ONE 19(6).
- Weingart, P., Kielmansegg, P. G., Hüttl, R., Kurth, R., Mayntz, R., Münkler, H., Neidhardt, F., Pinkau, K., Renn, O., Schmidt-Aßmann, E. (2008): Leitlinien Politikberatung. Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften.
- Yadlapalli, Lena (2022): Wissenschaft kommunizieren. Ein praxisorientierter Leitfaden. APA Science.
- Ziegler, R., Fischer, L. (2020): Ziele von Wissenschaftskommunikation – Eine Analyse der strategischen Ziele relevanter Akteure für die institutionelle Wissenschaftskommunikation in Deutschland, 2014-2020, Wissenschaft im Dialog.

## WORKSHOP-DREHBUCH MODUL III

Ausführliche Erläuterungen zu den Inhalten der einzelnen Folien und zur Methodik der begleitenden Übungen finden sich in den Foliennotizen der Modulpräsentationen.

 Plenum   
  Input des Vortragenden   
  Gruppenarbeit   
  Einzelarbeit

Dauer	Ziel und Inhalt	Setting	Folie
5 min	<b>Einführung in Modul III</b> : Vorstellung der Leitfrage : Hinweis auf Verortung im Impact Pathway : Vorstellung der Zielsetzung des Moduls		1-3
20 min	<b>Zielgruppengerechte Kommunikation erlernen</b> : Vorstellung der „Essentials guter Kommunikation“ : Beispiel Fact Sheet „Die Klimawirkung von Methan“ : Beispiel Fame Lab mit Dr. Aysel Ahadova		4-8
 	Viererguppen / -breakout-Sessions, Miro-Board-Rahmen „Elevator Pitches vorbereiten“		
45 min	<b>Übung: Zielgruppengerechte Kommunikation anwenden</b> Methode: Elevator Pitches : Die Teilnehmenden entwickeln mithilfe der „Essentials guter Kommunikation“ auf ihre Zielgruppe zugeschnittene Elevator Pitches. : Die Teilnehmenden führen die Elevator Pitches in Kleingruppen durch und erhalten Feedback von anderen Teilnehmenden und den Referent*innen.		9
 	Zurück zu Plenum-Setup		
45 min	<b>Formate der Wissenschaftskommunikation kennenlernen</b> : Vorstellung der Paradigmenwechsel innerhalb der Wissenschaftskommunikation : Vorstellung der Kommunikationsansätze Vermittlung, Dialog und Partizipation : Vorstellung unterschiedlicher Formate der Wissenschaftskommunikation anhand von konkreten Projektbeispielen und Personen		11-26

 Dreiergruppen			
15 min	<b>Übung: Formate brainstormen</b> Methode: 3-1-2-Methode		27
	<ul style="list-style-type: none"> <li>: Die Teilnehmenden finden sich in Dreiergruppen zusammen und halten zunächst für sich selbst eine Formatidee für ihr Thema und ihre Zielgruppe fest.</li> <li>: In zwei Runden werden die Ideen je zwei Personen weitergegeben. In jeder Runde trägt jede Person eine neue Idee für die Person bei, deren Übungsheft ihr weitergereicht wurde.</li> <li>: Am Ende hat jede Person drei Formatideen, aus denen sie sich für eine entscheiden kann.</li> </ul>		
 Plenum-Setup, Miro-Board-Rahmen „Format entwickeln“			
15 min	<b>Formatsteckbrief erstellen</b>		28
	<ul style="list-style-type: none"> <li>: In Einzelarbeit haben die Teilnehmenden 15 Minuten Zeit, sich für ein Format zu entscheiden und einen Formatsteckbrief zu erstellen und auf dem Miro-Board festzuhalten.</li> </ul>		
 Vierergruppen Pro Vierergruppe vier Spielfiguren und eine Beschreibung der Hüte-Methode			
60 min	<b>Formate konkretisieren</b> Übung: Die Hüte-Methode		30–31
	<ul style="list-style-type: none"> <li>: Die Teilnehmenden finden sich in Vierergruppen zusammen und stellen sich gegenseitig ihre Formatideen vor. Jede zuhörende Person erhält einen „Hut“ (analog in Form von entsprechend farbigen Spielfiguren), der eine bestimmte Feedback-Perspektive symbolisiert.</li> <li>: Pro Format stehen 15 Minuten für Vorstellung und Feedback zur Verfügung.</li> </ul>		



Vierer-Breakout-Sessions, Miro-Board-Rahmen „Format entwickeln“

60 min

### **Formate konkretisieren**



30–31

Übung: Die Hüte-Methode

- : Die Teilnehmenden finden sich in Vierergruppen zusammen und stellen sich gegenseitig ihre Formatideen vor. Jede zuhörende Person erhält einen „Hut“ (analog in Form von entsprechend farbigen Spielfiguren), der eine bestimmte Feedback-Perspektive symbolisiert.
- : Pro Format stehen 15 Minuten für Vorstellung und Feedback zur Verfügung.



Zurück zu Plenum-Setup

15 min

### **Abschluss Modul III**



32

- : Wrap Up Modul III anhand von zwei zentralen Learnings
- : Plenum zu Gelerntem und Gehörtem

The background of the entire page is a close-up, shallow depth-of-field photograph of numerous light-colored wood shavings scattered across a white surface. The shavings are thin, curved, and have a natural wood grain texture. They are out of focus, creating a bokeh effect that adds a natural, organic feel to the design.


**Modul IV • Input**

Begleitmaterial

Welche Schritte und Ressourcen sind zur Umsetzung  
meines Vorhabens erforderlich?

# MODULÜBERSICHT

---

 **Modulziel:** Teilnehmende definieren die wichtigsten Schritte und Ressourcen für die Umsetzung ihres Kommunikationsvorhabens.

---

 **Zentrale Fragen:**

: Wie plane ich mein Kommunikationsvorhaben?

: Welche Ressourcen benötige ich zur Umsetzung meines Kommunikationsvorhabens?

---

 **Zeitbedarf:** ca. 2 Stunden

---

 **Benötigte Workshopmaterialien:**

Präsentation „Modul IV – Input“

Analog:

Pinnwände/White Boards

Moderationskarten, Stifte, Reißzwecken/Magnete

---

 **Setup vor Ort**

Leinwand und Beamer

Präsentationslaptop

Gruppentische für 4–6 Personen

1 leere Pinnwand

Materialien pro Gruppentisch

1 ausgedruckte Agenda

Materialien pro Person

1 Übungsheft

---

 **Digitales Setup**

Digitaler Meetingraum

Breakout-Sessions für 4 Personen

Miro-Board

---

## ABLAUFPLAN

Dauer	Inhalt	Materialien
5 Minuten	Einführung Modul IV	Folien 1–3
20 Minuten	Input: Projektmanagement verstehen	Folien 4–12
20 Minuten	Übung 1: Projektmanagement anwenden	Folie 13
20 Minuten	Input: Ressourcen planen	Folien 15–19
20 Minuten	Übung 2: Ressourcenplanung	Folie 20
30 Minuten	Übung 3: Kollegiale Fallberatung	Folie 21
15 Minuten	Wrap Up Modul IV	Folie 22/23–24

## DIDAKTISCHES KONZEPT

### LERNZIELE

Die Teilnehmenden können...

- ... verschiedene Formen des Projektmanagements verstehen und auf ihr Vorhaben anwenden
- ... einen Ressourcenplan für ihr Vorhaben skizzieren

### DIDAKTISCHER ANSATZ

**Gruppenkonzeption:** Bei der gemeinschaftlichen Projektplanung liegt der Schwerpunkt auf kollaborativem Lernen und strukturierter Zusammenarbeit. Die Methode unterstützt die Teilnehmenden dabei, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren sowie tragfähige, realistische Projektpläne zu erarbeiten.

**Ressourcenplanung:** Die Ressourcenplanung vermittelt, wie personelle, sachliche und finanzielle Ressourcen vor Projektstart systematisch erfasst werden können. Im Fokus steht dabei insbesondere die Ressourcenoptimierung. Die Teilnehmenden werden ermutigt, ihre derzeit vorhandenen Ressourcen durch mögliche Förderungen, Kooperationen und Kollaborationen zu erweitern.

**Kollegiale Fallberatung:** Abschließend erhalten die Teilnehmenden die Möglichkeit, im Rahmen einer „kollegialen Fallberatung“ offene Fragen zu ihren Vorhaben zu stellen. Dies geschieht in der Regel in zwei größeren Gruppen, die jeweils von einer referierenden Person betreut werden. Es hat sich als hilfreich für die Teilnehmenden erwiesen, wenn die Referent\*in selbst etwas „aus dem

Nähkästchen plaudert“ und die Gruppe darüber hinaus zu ermutigen, ihre eigenen Erfahrungen mit anderen Teilnehmenden zu teilen.

## MODERATIONSHINWEISE

### **Klassisch, Agil, Hybrid?**

Die Definitionen der unterschiedlichen Projektmanagementformen stammen teilweise ursprünglich aus Kontexten wie der Softwareentwicklung. Diese Logiken lassen sich auf Vorhaben der Wissenschaftskommunikation jedoch nicht ohne Weiteres übertragen. Deshalb ist es wichtig, deutlich zu machen, dass die Begriffe eher als Orientierung denn als Blaupause dienen sollten und es entscheidend ist, welche Elemente in einem konkreten Projekt tatsächlich sinnvoll sind.

### **Kollaborieren geht über studieren**

In Modul IV erhalten die Teilnehmenden einen Einblick in das Projektmanagement und die Ressourcenplanung. Anschließend werden sie aufgefordert, erste Planungsschritte in Gruppen- und Einzelarbeit zu unternehmen. Dies gleicht einem ersten „Realitätscheck“ und führt oft zu der Erkenntnis, dass es vermeintlich an Ressourcen und Zeit fehlt, um die geplanten Projekte tatsächlich umsetzen zu können. Hier hilft es, die Teilnehmenden auf ihr vorhandenes Netzwerk hinzuweisen und sie zu ermutigen, ihre Ressourcen durch Kooperationen und Kollaborationen zu erweitern. Das zweite Projektbeispiel (Folie 19) veranschaulicht, wie sich der Bedarf an sachlichen und finanziellen Ressourcen durch strategische Kollaborationen minimieren lässt.

## QUELLEN UND WEITERFÜHRENDE RESSOURCEN

Bea, F. X., Scheurer, S. & Hesselmann, S. (2020): Projektmanagement. utb GmbH.

Dechange, A. (2020): Projektmanagement - Schnell erfasst. Springer-Verlag.

Glunde, J., Mack, L., Mohaupt, M. & Schüller, G. (2021): Projektmanagement für Promovierende: Werkzeuge und Methoden für eine erfolgreiche Doktorarbeit. Springer Gabler.

Gurnov, A. & Wrike (2022): Einführung in den Projektlebenszyklus. Projektmanagement-Guide.





Kuster, J. (2022): Handbuch Projektmanagement: Agil - Klassisch - Hybrid.











Project Management Institute (2020): What is Project Management?.






Sutorius, R. (2017): Projektmanagement Checkbook - inkl. Arbeitshilfen online. Haufe-Lexware.

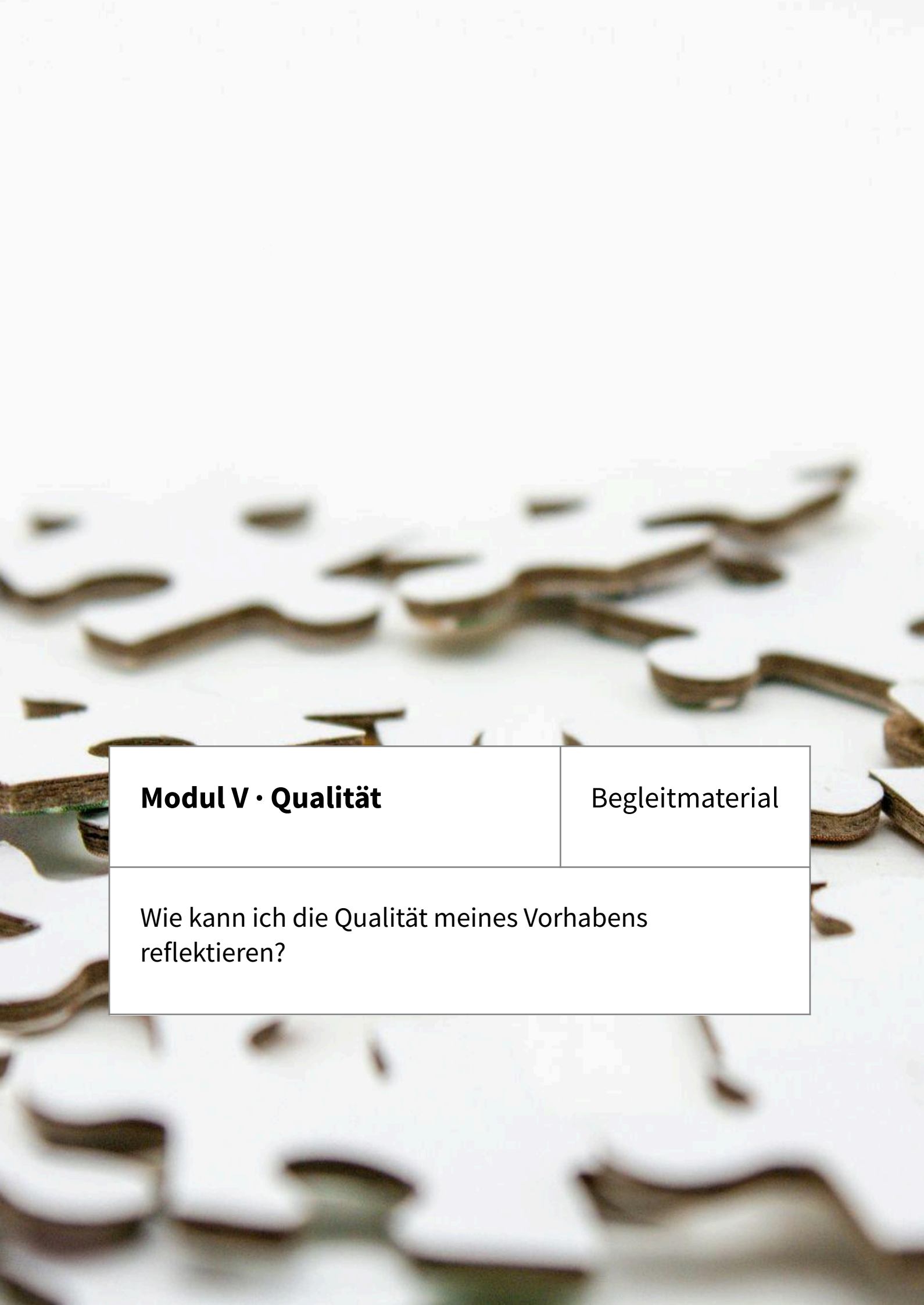
# WORKSHOP-DREHBUCH MODUL IV

Ausführliche Erläuterungen zu den Inhalten der einzelnen Folien und zur Methodik der begleitenden Übungen finden sich in den Foliennotizen der Modulpräsentationen.

 Plenum   
  Input des Vortragenden   
  Gruppenarbeit   
  Einzelarbeit

Dauer	Ziel und Inhalt	Setting	Folie
5 min	<b>Einführung in Modul IV</b> : Vorstellung der Leitfrage : Hinweis auf Verortung im Impact Pathway : Vorstellung der Zielsetzung des Moduls		1-3
20 min	<b>Projektmanagement verstehen</b> : Definition „Projektmanagement“ : Überblick über Formen des Projektmanagements inklusive Projektbeispielen : Klassisches Projektmanagement : Agiles Projektmanagement : Hybrides Projektmanagement		4-12
 	Vierergruppen / -breakout-Sessions, Miro-Board-Rahmen „Projektplan entwickeln“		
20 min	<b>Übung 1: Projektplanung</b> : Die Teilnehmenden wählen ein Projekt aus ihrer Gruppe und entscheiden sich für eine passende Form des Projektmanagements. : Die Teilnehmenden planen exemplarisch die entsprechenden Projektphasen des ausgewählten Projekts.		13
 	Zurück zu Plenum-Setup		
20 min	<b>Ressourcenplanung kennenlernen</b> : Definition Ressourcen : Überblick über verschiedene Arten von Ressourcen : Projektbeispiel ressourcenintensives Format : Projektbeispiel ressourcenschonendes Format		15-19
 	Plenum-Setup, Miro-Board-Rahmen „Projektplan entwickeln“		

20 min	<b>Übung: Ressourcen planen</b>		20
	: Die Teilnehmenden planen in Einzelarbeit ihre für das Projekt benötigten Ressourcen. Dafür unterteilen sie diese in die Kategorien „personell“ und „sachlich“ und geben eine Einschätzung über die geplanten Kosten.		
 Zwei Gruppen/Breakout-Sessions je von 1 Referent*in betreut			
30 min	<b>Übung: Projektplanung optimieren</b>		21
	Methode: Kollegiale Fallberatung		
	: In zwei Gruppen von je einer Referent*in betreut haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, in einer offenen kollegialen Fallberatung spezifische Fragen zur Planung und Umsetzung ihres Kommunikationsvorhabens zu stellen.		
 Zurück zu Plenum-Setup			
15 min	<b>Abschluss Modul IV</b>		22/23 -24
	: Wrap Up Modul IV anhand von zwei zentralen Learnings <i>oder</i> Wrap Up Modul III & IV anhand von drei zentralen Learnings (je nach Aufbau der Impact School)		
	: Plenum zu Gelerntem und Gehörtem		
	: Ausblick auf Modul V		




**Modul V · Qualität**

Begleitmaterial

Wie kann ich die Qualität meines Vorhabens reflektieren?

# MODULÜBERSICHT

---

 **Modulziel:** Teilnehmende lernen, die Qualität ihres Vorhabens zu reflektieren.

---

 **Zentrale Fragen:**

- : Wie evaluiere ich mein Vorhaben?
  - : Wie gewährleiste ich die Qualität meines Vorhabens?
- 

 **Zeitbedarf:** ca. 2 Stunden

---

 **Benötigte Workshopmaterialien:**

Präsentation „Modul V – Qualität“

Analog:

- Pinnwände/White Boards
  - Moderationskarten, Stifte, Reißzwecken/Magnete
- 

 **Setup vor Ort**

- Leinwand und Beamer
- Präsentationslaptop
- Gruppentische für 4–6 Personen
- 2 leere Pinnwände

Materialien pro Gruppentisch

- 1 ausgedruckte Agenda

Materialien pro Person

- 1 Übungsheft
- 

 **Digitales Setup**

- Digitaler Meetingraum
  - Breakout-Sessions für 4 Personen
  - Miro-Board
-

## ABLAUFPLAN

Dauer	Inhalt	Materialien
10 Minuten	Ice Breaker	Folie 1
5 Minuten	Einführung Modul V	Folien 2–4
20 Minuten	Input: Wisskomm evaluieren	Folien 5–11
10 Minuten	Übung 1: Outcome evaluieren	Folie 12
10 Minuten	Input: Qualitätsindikatoren guter Wisskomm	Folien 13–17
10 Minuten	Übung 2: Qualitätsindikatoren anwenden	Folie 18
15 Minuten	Wrap Up Modul V	Folie 19
20 Minuten	Impact Pathway reflektieren	Folien 21–23
15 Minuten	Abschlussdiskussion und Ausblick	Folien 24–25

## DIDAKTISCHES KONZEPT

### LERNZIELE

Die Teilnehmenden können

- ... eine Evaluation für ihr Vorhaben planen
- ... Qualitätsindikatoren für gute Wissenschaftskommunikation auf ihr Vorhaben anwenden
- ... ihren Impact Pathway reflektieren

### DIDAKTISCHER ANSATZ

**Ice Breaker:** Zu Beginn des fünften Moduls werden die Teilnehmenden aufgefordert, sich einen Gegenstand im Raum zu suchen, der die vergangenen Tage bzw. Module der Impact School für sie symbolisiert. Dies dient einerseits als auflockernder Einstieg in den Tag und andererseits als erste Feedbackmöglichkeit. So haben die Referent\*innen die Option, etwaige Wünsche und Vorschläge in das letzte Modul der School zu integrieren.

**Live-Case:** Die Qualitätsindikatoren für gute Wissenschaftskommunikation werden anhand eines Live-Cases, also eines von allen gemeinsam bearbeiteten Fallbeispiels, greifbar gemacht. Dabei werden die Indikatoren Schritt für Schritt am konkreten Fall angewendet und für alle nachvollziehbar gemacht.

**Pathway-Reflexion:** Abschließend werden die Teilnehmenden aufgefordert, ihren Impact Pathway Schritt für Schritt auszufüllen. Anstelle des Backcastings unterziehen sie die Impact Pathways nun einer umgekehrten Prüfung: Sind alle Schritte kohärent und bauen sie sinnvoll aufeinander auf?

## MODERATIONSHINWEISE

### **Qualitätsindikatoren einordnen**

Die Impact School bezieht sich auf die von Olesk et al. (2021) herausgearbeiteten zwölf Qualitätsindikatoren für gute Wissenschaftskommunikation. Wichtig ist, zu betonen, dass diese je nach Projekt unterschiedlich Anwendung finden können und die Gewichtung je nach Thema und Projekt variiert. Bei der Kommunikation über Forschung zu bestimmten Krankheiten mit Betroffenen ist eine verantwortungsbewusste Kommunikation beispielsweise relevanter als eine fesselnde.

### **Selbst evaluieren**

Die Impact School wird laufend evaluiert und die Ergebnisse dieser Evaluationen werden als Ausgangspunkt für ihre Rekonzeption genutzt. Hierzu nutzt Wissenschaft im Dialog die Plattform der Impact Unit, die speziell für Vorhaben der Wissenschaftskommunikation konzipiert wurde. Der Evaluationsbogen der Impact School kann den Teilnehmenden somit gleichzeitig als Praxisbeispiel für eine Form der Evaluation dienen.

### **Die Abschlussreflexion**

Modul V ist das letzte Modul der Impact School. Neben Inhalten und Übungen zum Thema „Qualität“ beinhaltet es auch die abschließende Reflexion der Impact Pathways aller Teilnehmenden. Dafür sollten sie ausreichend Zeit erhalten, um die Felder ihres persönlichen Impact Pathways auszufüllen und die wichtigsten Erkenntnisse aus den einzelnen Modulen niederzuschreiben. Für einen gemeinsamen Diskussionsabschluss im Plenum können Leitfragen vorgegeben werden (Folie 24). Dies ist jedoch optional, sollte der Gallery Walk genügend Anlass für Diskussionen und Fragen bieten.

## QUELLEN UND WEITERFÜHRENDE RESSOURCEN





Wholey, J. S. (1979): Evaluation. Promise and performance. Washington: Urban Institute.

Fecher, B. (2022): Welche Denkfehler die gesellschaftliche Relevanz von Forschung in Deutschland hemmen.











Olesk, A. et al. (2021): Quality indicators for science communication: results from a collaborative concept mapping exercise.

## WORKSHOP-DREHBUCH MODUL V

Ausführliche Erläuterungen zu den Inhalten der einzelnen Folien und zur Methodik der begleitenden Übungen finden sich in den Foliennotizen der Modulpräsentationen.

 Plenum
  Input des Vortragenden
  Gruppenarbeit
  Einzelarbeit

Dauer	Ziel und Inhalt	Setting	Folie
10 min	<b>Ice Breaker: Auflockerung und erstes Feedback</b> : Die Teilnehmenden suchen Gegenstände, die für sie die Impact School symbolisieren, und erläutern ihre Wahl		1
5 min	<b>Einführung in Modul V</b> : Vorstellung der Leitfrage : Hinweis auf Verortung im Impact Pathway : Vorstellung der Zielsetzung des Moduls		2–4
20 min	<b>Evaluation verstehen</b> : Gründe für die Evaluation von Wisskomm : Identifizieren des Erkenntnisinteresses : Arten von Qualität und Methoden zur Evaluation		5–11
 	Plenum-Setup, Miro-Board-Rahmen „Evaluation planen“		
10 min	<b>Übung 1: Evaluation planen</b> : Die Teilnehmenden halten die wichtigsten Fragen zur Evaluation ihres Outcomes fest. Dazu orientieren sie sich an den in Modul II erlernten Outcome-Ebenen.	 	12
10 min	<b>Qualitätsindikatoren kennenlernen</b> : Qualitätsindikatoren für gute Wissenschaftskommunikation anhand von drei Kategorien : Vertrauenswürdigkeit und wissenschaftliche Genauigkeit : Präsentation und Kommunikationsstil : Verbindung zur Gesellschaft : Anwendung der Indikatoren anhand eines Beispiels aus der Praxis		13–17
 	Plenum-Setup		
10 min	<b>Übung: Qualitätsindikatoren anwenden</b> Methode: Live-Case		18

	: Gemeinsame Anwendung der Qualitätsindikatoren auf ein Beispiel aus dem Teilnehmendenkreis		
15 min	<b>Abschluss Modul V</b>	 	19
	: Wrap Up Modul V anhand des zentralen Learnings : Plenum zu Gelerntem und Gehörten		
	Plenum-Setup Zwei leere Pinnwände zum Anheften der Impact Pathways		
20 min	<b>Impact Pathway reflektieren</b> Methode: Reflexion und Gallery Walk	 	21-23
	: Die Teilnehmenden halten die einzelnen Schritte ihres Impact Pathways sowie die wichtigsten Learnings der einzelnen Module fest. : Im anschließenden Gallery Walk werden gemeinsam die Impact Pathways aller Teilnehmenden angesehen und besprochen		
	Plenum-Setup, Miro-Board-Rahmen „Impact Pathway reflektieren“		
20 min	<b>Impact Pathway reflektieren</b> Methode: Reflexion und digitaler Gallery Walk	 	21-23
	: Die Teilnehmenden halten die einzelnen Schritte ihres Impact Pathways sowie die wichtigsten Learnings der einzelnen Module fest. : Im anschließenden digitalen Gallery Walk werden gemeinsam die Impact Pathways aller Teilnehmenden angeschaut und mit Sticky Notes kommentiert.		
15 min	<b>Abschluss und Ausblick</b>	 	24-25
	: Abschlussdiskussion anhand von Leitfragen : Überblick über Unterstützungsangebote für zukünftige Wisskomm-Vorhaben : Evaluation im Rahmen von Feedbackgesprächen und Evaluationsbögen		

## DANKSAGUNG

Dieses didaktische Begleitmaterial ist im Rahmen der CZS STEM Impact School entstanden. Es wurde in enger Zusammenarbeit mit zahlreichen Personen und Institutionen entwickelt, erprobt und weiterentwickelt.

Unser besonderer Dank gilt Marcel Hebing, Christian Kobsda und Sascha Friesike für die initiale Co-Konzeption und die erste Durchführung der Impact School. Ebenso danken wir Julia Panzer für ihre wertvollen Beiträge zur Konzeption der Module, insbesondere im Bereich Evaluation und Qualitätssicherung. Hinzu kommen zahlreiche interne und externe Rückmeldungen von Kolleg\*innen, Forschenden und Teilnehmenden der ersten CZS STEM Impact Schools, deren Feedback und Evaluationen uns geholfen haben, das Material kontinuierlich zu verbessern.

Ein herzlicher Dank gilt außerdem der Carl-Zeiss-Stiftung, die die Entwicklung dieser Materialien durch ihre finanzielle Förderung ermöglicht und begleitet hat. Unser besonderer Dank gilt Felix Streiter, Anna Müller-Trimbusch und Petra Dabelstein für die vertrauensvolle und gute Zusammenarbeit.

Für dieses gemeinsame Engagement danken wir allen Beteiligten sehr herzlich.

# IMPRESSUM

VERÖFFENTLICHUNG	April 2026
AUTOR*INNEN	Michael Wingers, Janne Steenbeck, Benedikt Fecher
KONTAKT	<a href="mailto:impactschool@w-i-d.de">impactschool@w-i-d.de</a>
HERAUSGEBER	Wissenschaft im Dialog gGmbH Charlottenstraße 80 10117 Berlin Telefon: 030 20 62 295 0 <a href="mailto:info@w-i-d.de">info@w-i-d.de</a> <a href="http://wissenschaftimdialog.de">wissenschaftimdialog.de</a>
GRAFIKDESIGN	Larissa Wunderlich

## NUTZUNG ALS OER

Die Materialien der CZS STEM Impact School stehen unter der Lizenz Creative Commons Namensnennung 4.0 (CC BY 4.0). Sie dürfen frei verwendet, angepasst und weitergegeben werden, sofern die Quelle genannt wird.

Zitierempfehlung:

Wissenschaft im Dialog (2026): CZS STEM Impact School. Didaktisches Begleitmaterial.

GEFÖRDERT VON

