

Wien, 29. Juni 2017

## **Wissenschaftliche Erkenntnisse erfolgreich kommunizieren, insbesondere auch via Social Media**

**Medienprofi und Social Media Experte Armin Wolf (350.000 Twitter-Follower und 300.000 Facebook-Fans) erklärte österreichischen ProfessorInnen auf Einladung des Austria Center Vienna, wie sie die sozialen Medien zur Selbstpositionierung, Vernetzung und Kommunikation von wissenschaftlichen Erkenntnissen nutzen können.**

- **Social Media funktioniert wie jede persönliche Unterhaltung** – man muss etwas zu erzählen haben, zuhören und sich Zeit nehmen
- **Für Follower müssen Themen vor allem nützlich, aber auch unterhaltsam sein**, damit sie geteilt und empfohlen werden
- **Medienkonsum hat sich in den vergangenen 30 Jahren radikal verändert**: Die Informationsgewinnung findet primär online statt.
- **Twitter & Co als personalisierte Nachrichtenagentur und eigener Medienkanal**
- **Ambassadors-Programm: Wir machen uns stark für Kongresse in Wien**

Rund 50 ProfessorInnen, insbesondere aus dem medizinischen Bereich, folgten der Einladung von Dr. Susanne Baumann-Söllner, Direktorin des Austria Center Vienna, zur **Summer Lounge des Ambassadors Club** mit einem Vortrag von Dr. Armin Wolf zum Thema „Social Media in der Wissenschaftskommunikation“. Damit setzt das Team im Austria Center Vienna einen weiteren Schritt zur **Unterstützung österreichischer ProfessorInnen** bei der Bewerbung und Durchführung von großen internationalen Kongressen in Wien. „Wir bieten unseren ProfessorInnen, die in ihren jeweiligen internationalen wissenschaftlichen Gremien bestens vernetzt sind und damit über die nächsten Austragungsorte großer wissenschaftlicher Kongresse mitentscheiden, im Rahmen des „Ambassadors Club“ exklusive Vorträge und Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen ProfessorInnen“, erklärt Baumann-Söllner.

„Die Auftaktveranstaltung vergangenen Herbst war ein großer Erfolg. Dabei haben wir mit einer Runde von Chefredakteuren die beste Herangehensweise zur Kommunikation von wissenschaftlichen Erkenntnissen diskutiert.“ Hanno Settele, einer der Keynote-Speaker beim ersten Ambassadors Club, brachte das Rezept für eine erfolgreiche mediale

Berichterstattung auf den Punkt: das jeweilige **Thema muss „wirtshaustauglich“ sein**, das heißt in einer geselligen Runde in wenigen Sätzen allgemein verständlich zusammengefasst werden können. Settele appellierte in diesem Zusammenhang auch an das **Selbstvertrauen der österreichischen ForscherInnen**. Während es in den USA üblich sei proaktiv und mit Stolz neueste persönliche Errungenschaften zu präsentieren, regiere bei österreichischen WissenschaftlerInnen in der Kommunikation nach außen noch noble Zurückhaltung.

### Medienkonsum im Umbruch

An der Nutzung von sozialen Netzwerken gehe in Zukunft kein Weg mehr vorbei, da sich der Medienkonsum in den vergangenen 30 Jahren radikal verändert habe, wie Dr. Wolf erklärte. Lasen 1985 noch 70% der 20-29-jährigen Tageszeitungen waren es 2015 nur mehr 29%. Und auch der Anteil der Leserinnen und Leser nehme mit zunehmendem Alter nicht – wie bisher angenommen – zu, sondern ab. Der **Online-Bereich**, allen voran Facebook, Instagram, Twitter und Youtube, gewinne damit **massiv an Bedeutung**.

### Die Grundregeln für erfolgreiche Social Media-Themen

„Besonders gut funktionieren Inhalte, die nützlich sind, unterhalten und von Dritten empfohlen werden“, so Armin Wolf über erfolgreiche Postings. „Für WissenschaftlerInnen ist vor allem der Ansatz, **nützliche Inhalte** zu veröffentlichen, vielversprechend, wobei es sicher nicht schadet, auch mal unterhaltsam zu sein.“

Informationen sollten so aufbereitet werden, dass neben dem **Informationsgehalt** auch **gelacht bzw. geschmunzelt** werden kann. Optimal ist, wenn Dritte den eigenen Beitrag empfehlen, da **Empfehlungen** immer glaubwürdiger sind als Werbung. Hier gilt das gleiche Prinzip wie z.B. bei Hotelbuchungen oder Kaufportalen. User folgen zu 78% Empfehlungen von Menschen, die ihnen bekannt sind, und zu 60% anonymen Online-Empfehlungen.

### Personalisierte Nachrichtenagentur und eigener Medienkanal

Gerade Twitter bietet mit den „Following“- und „Listen“-Funktionen die Möglichkeit, sich selbst eine personalisierte Nachrichtenagentur aufzubauen und so Zugang zu neuen Informationen von Experten, Universitäten und Kongressinhalten zu bekommen. Wolf gab in diesem Zusammenhang u.a. wesentliche Tipps zum Einsatz von Hashtags, um Inhalte zu bestimmten Themen schnell zu finden.

Hervorgestrichen wurde noch der Aspekt der echten Kommunikation im Sinne einer persönlichen Unterhaltung via Social Media: Man müsse **etwas zu erzählen haben**, den

anderen auch **zuhören** können, auf **Kommentare antworten** und sich bewusst für **Social Media Zeit nehmen**. „Vor allem“, so betont der erfahrene Medien-Profi, „darf man die Zeit, die das Lesen der Kommentare in Anspruch nehmen kann, nicht unterschätzen, denn letztendlich ist man für alles, was auf der eigenen Social Media-Site steht, rechtlich verantwortlich.“

### **Austria Center Vienna Ambassadors Club**

Kongresse tragen entscheidend zur internationalen Reputation und Positionierung universitärer Einrichtungen bei und sind bedeutende Meilensteine in der Laufbahn der federführenden Professoren. Mit dem hochwertigen Ambassadors-Programm spricht das Austria Center Vienna **österreichische Top-WissenschaftlerInnen** an, die im Rahmen ihrer Tätigkeit in internationalen wissenschaftlichen Verbänden Einfluss auf eine Destinationsentscheidung für zukünftige Kongresse haben. Ihnen wird Unterstützung bei der Bewerbung und exklusive Netzwerkmöglichkeiten mit hochkarätigen Vortragenden zu relevanten Themen rund um die Kongressorganisation geboten.

„Damit leisten wir als Austria Center Vienna einen Beitrag dazu, dass die österreichische Wissenschafts-Community noch mehr **internationale Kongresse nach Wien holt**“, so Dr. Susanne Baumann-Söllner, Direktorin des Austria Center Vienna.

### **Über die IAKW-AG**

Die IAKW-AG (Internationales Amtssitz- und Konferenzzentrum Wien, Aktiengesellschaft) ist verantwortlich für die Erhaltung des Vienna International Centre (VIC) und den Betrieb des Austria Center Vienna. Das Austria Center Vienna ist mit 24 Sälen, 180 Büros und Meetingräumen sowie rund 22.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche Österreichs größtes Kongresszentrum und gehört zu den Top-Playern im internationalen Kongresswesen. Die IAKW-AG und damit das Austria Center Vienna stehen unter der Leitung von Vorständin Dr. Susanne Baumann-Söllner. Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie unter [www.acv.at](http://www.acv.at)

### **Kontakt**

IAKW-AG, Austria Center Vienna

Nicole Krebs, MA

Interimistische Bereichsleiterin Marketing & Kommunikation

Tel: +43-1-26069-2241

Email: [nicole.krebs@acv.at](mailto:nicole.krebs@acv.at)