

30.11.2024

Verfasser/in

HOCHSCHULREKTORENKONFERENZ; SCHILDEN, Susanne; MORGNER, Susann;
SCHULTE-AUSTUM, Stefanie

Titel

Preis für Hochschulkommunikation 2017 : "Wissen für die Gesellschaft: Hochschulforschung aktuell vermitteln" / hrsg. von der Hochschulrektorenkonferenz. Red.: Susanne Schilden und Susann Morgner mit Unterstützung von Stefanie Schulte-Austum

Erscheinungsort

Bonn, 2018

Kollation

30 S. : Ill.

Erscheinungsjahr

2018

ISBN

978-3-942600-70-5

Quelle/Fußnote

Volltext:

https://www.hrk.de/fileadmin/redaktion/hrk/02-Dokumente/HRK_Hochschulkommunikation.pdf

Inventarnummer

80177

Schlagwörter

Kommunikationstechnik ; Presse ; Multimedia / Internet ; Hochschule und Öffentlichkeit ;
Wissenschaft : Hochschulforschung (Forschung über Hochschulen)

Abstract

Die Hochschulrektorenkonferenz (HRK) und der ZEIT Verlag vergeben gemeinsam mit der Robert Bosch Stiftung seit 2005 den Preis für Hochschul-kom-mu-ni-ka-ti-on. Der Preis wird alle zwei Jahre

30.11.2024

ausgelobt und ist von der Robert Bosch Stiftung mit einem Preisgeld von 25.000 Euro ausgestattet. Bei der siebten Ausschreibung 2017 lautete das Thema „Wissen für die Gesellschaft: Hochschulforschung aktuell vermitteln“. Ausgezeichnet wurde schließlich die Universität zu Köln mit ihrem Dezernat Kommunikation & Marketing. Eine Aufgabe der Hochschulen ist es, Forschung zu relevanten Themen an vielfältige Gruppen zu kommunizieren. Sie regen damit gesellschaftliche Diskussionen an und ermöglichen den Menschen eine qualifizierte Teilhabe am gesellschaftlichen Diskurs. Angesichts einer zunehmenden Abkehr von differenzierten, faktenbasierten Auseinandersetzungen, die durch soziale Medien erleichtert und zum Teil gezielt befördert wird, haben sich Hochschulen hier wachsenden Herausforderungen zu stellen. Der Erfolg hängt dabei stark von ihren strategischen Kommunikationsabteilungen ab. Bei der Verleihung des Preises am 13. November 2017 in Potsdam sagte HRK-Präsident Horst Hippler: „Wissenschaft kann in einem Umfeld immer schnellerer Kommunikation Orientierung geben. Ob ihr das tatsächlich gelingt, ist eine immens politische Frage. Die Hochschulen in ihrer Vielfalt und als Zentren des Wissenschaftssystems spielen dabei eine entscheidende Rolle. Wissenschaft ist das Gegenmodell zu Populismus. Eine der größten Herausforderungen besteht darin, den Wert ihrer Prinzipien des Zweifels, des ergebnisoffenen Fragens, der methodischen Transparenz zu vermitteln.“ Die Kölner Bewerbung überzeugte die Jury, weil sie wichtige Voraussetzungen geschaffen hat, um mit diesen Herausforderungen umzugehen: Das Dezernat Kommunikation & Marketing der Universität hat zum einen ein systematisches Monitoring von aktuellen gesellschaftlichen Fragen entwickelt und zum anderen ein Netzwerk von „Matrix-KorrespondentInnen“ etabliert. Diese sind in verschiedenen Wissenschaftsbereichen, also dezentral, angesiedelt und gleichzeitig eng in die Arbeit der zentralen Kommunikationsabteilung eingebunden. Sie identifizieren die jeweils interessierten Zielgruppen und erarbeiten, wie und auf welchem Wege sie diese am besten ansprechen. (HRK / Abstract übernommen)

Signatur

K 19 PREI ; R 06 PREI