



planeterde[®]
2002 Jahr der geowissenschaften

950.000

Besucher bei den Veranstaltungen

620.000

verteilte Informationsbroschüren

493.000.000

Reichweite

Medienpartner:

DER TAGESSPIEGEL

Berliner Zeitung

Spektrum
DER WISSENSCHAFT



www.wissenschaft-online.de

GEO

ZDF

3sat



WDR

Quarks & Co

mdr
MITTELDEUTSCHER RUNDFUNK

SFB1
DAS BERLINER FERNSEHEN

infoRADIO
93.1

Süddeutsche Zeitung
Einsatztunde pro Tag

RHEINISCHE POST

Kölner Stadt-Anzeiger
www.ksta.de



Jahr der Geowissenschaften in Zahlen

- ▶ insgesamt 950.000 Besucher
- ▶ 250.000 Besucher auf den vier Zentralveranstaltungen
- ▶ 36.000 Besucher „system erde“ (Januar, Berlin, Europa-Center und Urania),
- ▶ 65.000 Besucher „luft“ (April, Leipzig, Wissenschaftsbahnhof),
- ▶ 85.000 Besucher „feuer“ (Juni, Köln, Neumarkt der Wissenschaft), und
- ▶ 70.000 Besucher „wasser“ (August, Bremen, Wissenschaftssommer)
- ▶ 242.000 Besucher bei 14 Großveranstaltungen in Bremerhaven, München, Hannover, Potsdam, Duisburg, Berlin, Halle, Karlsruhe, Frankfurt, Dresden, darunter der bundesweite „Tag des Geotops“ mit ca. 300 Aktionen
- ▶ ca. 270.000 Besucher auf mehr als 2500 Regionalveranstaltungen im gesamten Bundesgebiet
- ▶ 117.000 Besucher des Geoschiffs, das ein halbes Jahr lang durch die Republik reiste
- ▶ 20.000 Nutzer im Monat auf der Homepage www.planeterde.de
- ▶ über 620.000 verteilte Broschüren „system erde“, „feuer“, „luft“, „wasser“ zum Jahr der Geowissenschaften (davon 450.000 „system erde“ als Abonnenten-Beilage zu GEO 2/2002)

system erde, Berlin



Zentrale Kommunikationsaufgaben

Initialisieren und Teilnehmer aktivieren (ab November 2000)

Ein Jahr der Geowissenschaften lebt von der ehrenamtlichen Beteiligung. Also ging es zunächst einmal darum, gemeinsam mit den wissenschaftspolitischen Akteuren (Alfred-Wegener-Stiftung, Support Group, Forschungsorganisationen, Forschungsinstitute wie AWI und GeoForschungsZentrum Potsdam, GeoZentrum Hannover, Hochschulen, BMBF) über eine wissenschaftsinterne Kampagne die Bereitschaft zur Aktivität zu wecken und zu fördern.

Bündelung der Aktivitäten

- ▶ Bündelung durch Corporate Design:
 - ▶ Grafischer und textlicher Auftritt (Logo, Themenhefte, Flyer, Werbemedien) für BMBF, Groß- und Regionalveranstaltungen, Schülerwettbewerb 1% und Tag des Geotops
- ▶ Internet-Portal www.planeterde.de als zentrale Kommunikationsplattform
- ▶ Integrative Presse- und Medienarbeit
- ▶ Beratung und Beispielfunktion
 - ▶ Zentralveranstaltungen mit Eröffnungsshow, Wissenschaftsausstellung Science Street und Schüler-Programm
 - ▶ Beratung der Großveranstaltungen

Kampagnensteuerung für eine reibungslose Zusammenarbeit, im Einzelnen:

- ▶ Koordination der Player innerhalb der wissenschaftlichen Community
- ▶ Zusammenarbeit mit dem zuständigen Referat und verschiedenen Leitungsstäben des Bundesforschungsministeriums und dem Lenkungsausschuss „Wissenschaft im Dialog“
- ▶ Redaktionelle und werbliche Zusammenarbeit mit den ganzjährigen Medienpartnern GEO, WDR, 3sat und den diversen regionalen Medienpartnern
- ▶ Kooperation mit den Partnern WWF und UNESCO und mit Sponsoren
- ▶ Internet-Auftritt www.planeterde.de als Instrument der Kampagnensteuerung

Interaktionsdesign:

1. Regelmäßige Kommunikationsberatung der Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen.
2. Modelle mit Vorbildcharakter: Jede Zentralveranstaltung wurde mit einer großen Wissenschaftsshow eingeleitet, die – moderiert von einem erfahrenen TV-Moderator ((Ranga Yogeshwar (WDR) und Victoria Herrmann (MDR)) – in der Form eines Science Cafés mit Diskussions- und Showelementen den Grundton des gesamten Events vorgaben.



luft, Leipzig





Mitarbeit und Medienresonanz

3. Die „Vier-Elemente-Dramaturgie“ – die Inszenierung des Jahres entlang der vier Elemente wurde von den Akteuren nach anfänglicher Skepsis begeistert aufgenommen und von den Medien adaptiert: Artikel-Reihen (Rheinische Post, GEO, DIE WELT) und TV- und Radio-Serien (Wasser, Feuer, Erde, Luft) im ZDF und SWF, DLF und WDR zum JdGeo.

Sichern der Nachhaltigkeit

- ▶ Website www.planeterde.de wird vom BMBF in Kooperation mit der Alfred-Wegener-Stiftung als Portal der Geowissenschaften bis 2005 fortgeführt.
- ▶ Die Geowissenschaftler planen, im Stil der Zentralveranstaltungen, in jedem Jahr eine große öffentliche Veranstaltung durchzuführen.
- ▶ Die Wortbildmarke „planeterde - Jahr der Geowissenschaften 2002“ erscheint ab 2003 als „planeterde - Welt der Geowissenschaften“ mit unverändertem Logo.
- ▶ Die Unterstützung des Prozesses durch UNESCO und WWF und durch die Medienpartner gilt auch nach 2002 für alle Aktivitäten unter dem Logo „planeterde“.

Medienpartnerschaften

Attraktive Medien wurden als Partner gewonnen: GEO, nano/3sat, Quarks & Co, WDR, WDR5, SFB, inforadio, MDR, Berliner Zeitung, Kölner Stadtanzeiger, Löwenzahn, ZDF/tivi und andere; dies erzeugte hohe Reichweiten für das Jahr der Geowissenschaften.

Medienarbeit

Regelmäßige Presseinformationen und insbesondere die Vermittlung von Experten zu Themen wie Vulkanismus, Überschwemmungen, Trockenheit, Erdbeben, Klimawandel sorgten für eine ausgesprochene Breite der Berichterstattung in Radio, TV, Internet und Print. Nicht nur die Medienpartner berichteten regelmäßig; die „ZEIT“ machte das Jahr der Geowissenschaften zu einem ihrer Schwerpunktthemen und auch die Boulevard-Blätter „BILD“ und „EXPRESS“ berichteten von einzelnen Aktivitäten.

Medienresonanz:

493 Millionen Kontakte

Die Analyse der Medienresonanzen zeigt einen höchst erfreulichen Zuwachs basierend auf den Erfolgen der vergangenen Jahre der Wissenschaften. Insgesamt konnte für das Jahr der Geowissenschaften eine Medienreichweite von 493 Millionen Kontakten

berechnet werden. Für weitere Zuwächse sollten weitreichende konzeptionelle Entscheidungen von Seiten der Auftraggeber getroffen werden.

Bei gleich bleibenden finanziellen Mitteln muss eine Verstärkung der Platzierungsarbeit zu Lasten der Inhaltlichkeit der Präsentation der wissenschaftlichen Forschung bei den Veranstaltungen gehen. Vorteil ist eine größere aktuelle Medienberichterstattung zu Ungunsten der Nachhaltigkeit, die nur durch die engagierte Aktivität der Wissenschaftler gesichert werden kann. Natürlich ist ein kluger Mediamix die Antwort. Einige Medien müssen verstärkt in die Kommunikation mit einbezogen werden, jedoch führt jede Änderung zu einer Verlagerung der finanziellen Ausstattung.

Zu empfehlen ist die Reduktion der Anzahl der Veranstaltungen auf zwei Zentralveranstaltungen und dem Wissenschaftssommer. Dabei muss vor allem über die Auftaktveranstaltung nachgedacht werden, die auf Grund der bisher immer viel zu knappen Vorbereitungszeit immer nur eine eingeschränkte Publikumswirkung erreichen konnte.

feuer, Köln

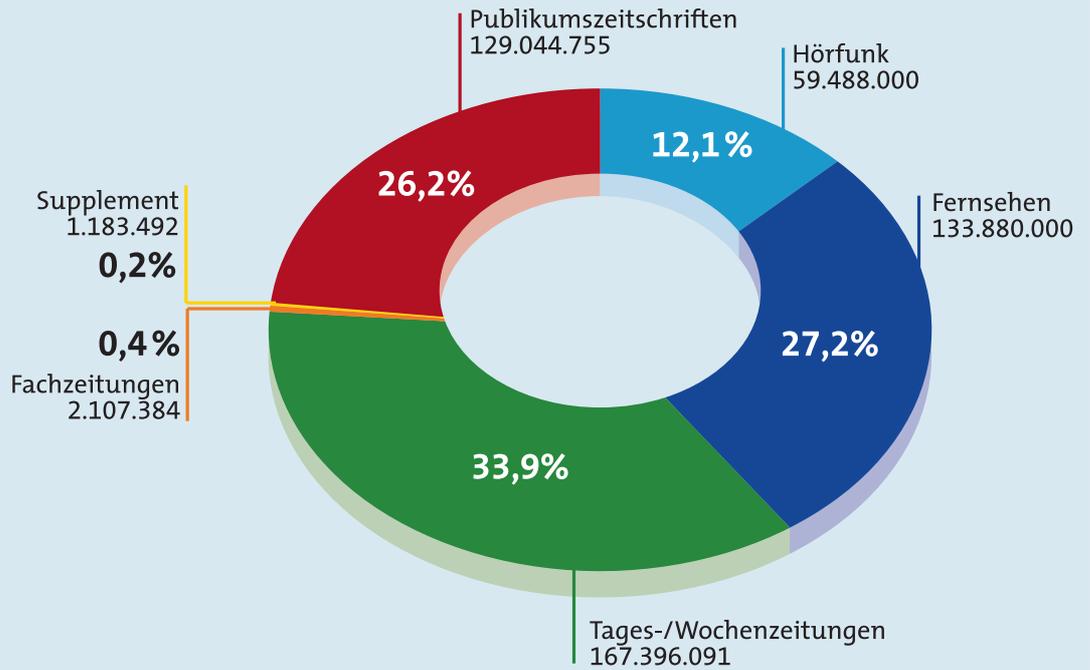


wasser, Bremen





Im Folgenden ist die Medienresonanzen als Gesamtdiagramme dargestellt (genauere Aufschlüsselungen können bei iserundschmidt angefordert werden).



Zusätzlich zu den im Diagramm dargestellten Anteilen wurden für die folgende Tabelle die Reichweiten von Referenzmedien angegeben, so dass sich eine Beurteilungsmöglichkeit ergibt.

| Medium | erzielte Reichweite | Referenzreichweite |
|--------------------------|---------------------|------------------------------------|
| Fachzeitsungen | 2,1 Millionen | Physik Journal 0,043 Millionen |
| Publikumszeitschrift | 129 Millionen | SPIEGEL 6,86 Millionen |
| Hörfunk | 59,5 Millionen | WDR 4 je Stunde 0,97 Millionen |
| Fernsehen | 134 Millionen | Tagesschau je Ausstrahlung ~ 7 Mio |
| Tages- / Wochenzeitungen | 167 Millionen | DIE ZEIT 1,87 Millionen |

Clippings



„Jahr der Geowissenschaften“: Forscher erklären der Öffentlichkeit die Geheimnisse unseres Planeten

Die Erde – Archiv der Natur

System Erde: Das Programm in Berlin



Das Projekt „System Erde“ ist ein zentrales Element des Jahres der Geowissenschaften. Es zielt darauf ab, die Öffentlichkeit über die Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Erdsystemen (Atmosphäre, Hydrosphäre, Lithosphäre, Biosphäre) zu informieren. In Berlin wird ein Programm von Veranstaltungen und Ausstellungen durchgeführt.

Das neue Bild der Erde

Das neue Bild der Erde zeigt die Erde als ein komplexes System, in dem alle Teile miteinander verbunden sind. Die Grafik zeigt die Erde mit ihren Ozeanen, Kontinenten und der Atmosphäre, die durch ein Netzwerk von Linien verbunden sind, was die Vernetzung der Erdsysteme darstellt.



Steinreicher Botschafter

Der Preilige Gorge Mehl



Ein Steinreicher Botschafter, der die Öffentlichkeit über die Bedeutung von Gestein und Mineralien informiert. Der Preilige Gorge Mehl ist ein wichtiger Bestandteil der geologischen Forschung und dient als Botschafter für die geowissenschaftlichen Erkenntnisse.

E-Mail von der Polarstern

planet 2009-Jahr der Geowiss.



Planet 2009 - Jahr der Geowissenschaften. Ein Projekt, das die Öffentlichkeit über die geowissenschaftlichen Erkenntnisse informiert. Die Polarstern ist ein zentrales Element des Projekts und dient als Plattform für die Verbreitung von Wissen.

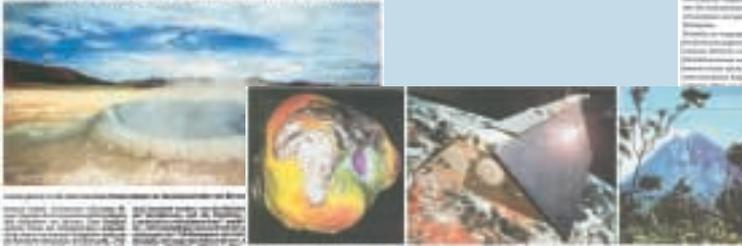
Planet e.V.

Planet e.V. ist ein Verein, der sich für die Förderung der geowissenschaftlichen Forschung und die Verbreitung von Wissen einsetzt. Der Verein organisiert Veranstaltungen, Ausstellungen und Publikationen, die die Öffentlichkeit über die geowissenschaftlichen Erkenntnisse informieren.

Was über und unter der Erde geschieht

Den Geheimnissen der Erde auf der Spur

Jahr der Geowissenschaften mit spannenden Veranstaltungen für junge Leser



Was über und unter der Erde geschieht. Ein Artikel, der die geologischen Prozesse auf der Erde und unter der Erde beschreibt. Die Erde ist ein dynamisches System, in dem ständig Veränderungen stattfinden. Die Geowissenschaften helfen uns, diese Prozesse zu verstehen.

Vulkane verändern die Welt

Vulkane verändern die Welt. Ein Artikel, der die Auswirkungen von Vulkanausbrüchen auf die Umwelt und die menschliche Zivilisation beschreibt. Vulkane sind ein wichtiger Bestandteil der Erdsysteme und haben einen erheblichen Einfluss auf das Klima und die Landschaft.



Planet e.V. Wissen doku

Planet e.V. Wissen doku. Ein Dokumentarfilm, der die geowissenschaftlichen Erkenntnisse über die Erde und die Auswirkungen des Klimawandels zeigt. Der Film ist ein wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit von Planet e.V.





Evaluation

Begleitend zum „Jahr der Geowissenschaften“ wurde, wie schon zum „Jahr der Lebenswissenschaften“, eine Evaluationsstudie angefertigt. Über repräsentative Stichproben wurde die Wirksamkeit der Aktivitäten und der Wahrnehmungszustand der Bevölkerung bezüglich der Naturwissenschaften erhoben.

Wahrnehmung in der Bevölkerung

Im Vorlauf zum JdGeo wurde die Wahrnehmung der Geowissenschaften wie auch die allgemeine Reputation der Wissenschaft in der Bevölkerung erhoben. Die Ergebnisse ergeben ein teilweise überraschendes Bild über den hohen Stellenwert der Naturwissenschaften (erste Stelle der Nennungen). Auch sind der Bevölkerung die Fragen der Klimaentwicklung genauso so relevant wie Fragen im Bereich „neue medizinische Behandlungsmethoden“ (90% der Nennungen).

Die Veranstaltungen „Luft“ (Leipzig, April 2002) und „Feuer“ (Köln, Juni 2002)

Die sehr gute Wirkung geht von dem Gesamtdesign der Veranstaltungen aus. Die konzeptionell differenzierten Formate mit ausgeprägt informativen oder unterhaltsamen Komponenten wurden von verschiedenen Zielgruppen als wirkungsvolles Informationsmodell angenommen. Hierbei ist offensichtlich der inhaltlich abgestimmte Mix der Formate von entscheidender Bedeutung.

► Das Science Café, eine Talkshow in einem entspannten Ambiente, hat gezeigt, dass sich wissenschaftliche Information und Spaß nicht ausschließen müssen. Sowohl Professionalität, Informationswert als auch der Unterhaltungswert wurden an den Standorten Köln und Leipzig von den Besucherinnen und Besuchern durchweg positiv bewertet.

► Die Stände der Wissenschafts-Ausstellung Science Street haben sich als bevorzugtes und kommunikatives Informationsmedium bewährt, durch die „Wissenschaft zum Anfassen“ populär vermittelt worden ist. Der Hauptvorteil besteht in der ausgeprägten Diskursorientierung der Street-Stände; hier wird „Wissenschaft im Dialog“ individuell ermöglicht. Der Dialog mit den authentischen forschungsrelevanten Wissenschaftlern hat eine entscheidende Funktion. Das Format profitiert deutlich von der guten Vorbereitung der Wissenschaftler durch die begleitende Beratung.

► Die Schülervorträge zeichnen sich durch hohe Besucherquoten aus. Die Abendvorträge sind von mitunter weniger gutem Besuch charakterisiert; stattdessen war für deren Besucher ein besonders ausgeprägtes Interesse typisch. Die Vorträge gelten im Vergleich zum Café – vor allem in Leipzig – als informativer, aber ihre Verständlichkeit kann mit jener der übrigen Formate nicht mithalten.

Evaluations-Fazit

Durch die Hauptbefragung konnte nachgewiesen werden, dass den Veranstaltungen ein hoher Informationswert und eine professionelle Gestaltung bestätigt wird. Außerdem haben sich laut Aussage verschiedener Veranstalter die Studentenzahlen an den Orten der Großveranstaltungen deutlich nach oben entwickelt. Weitere Ergebnisse:

- Verdeutlichung der Teildisziplinen der Geowissenschaften
- Aufzeigen des Beitrages der Geowissenschaften zur Lösung drängender gesellschaftlicher und ökologischer Fragen
- Verdeutlichung des Zusammenhanges zwischen Geowissenschaften und dem Leben des einzelnen Besuchers

► Der Wissenschafts-Ausstellung Science Street kommt auch in diesem Zusammenhang eine Leitfunktion zu.

Das „Geoschiff“

Auch die schwimmende geowissenschaftliche Ausstellung hat hinsichtlich Informationsgehalt, Professionalität und Verständlichkeit ähnlich hohe Werte erzielt wie die Erlebnistage. Das „Geoschiff“ wird sehr positiv beurteilt, was sich auch anhand der Verweildauer der Besucherinnen und Besucher dokumentieren lässt: Gut zwei Drittel haben sich mindestens ein Stunde lang mit den Exponaten und Objekten beschäftigt. Über drei Viertel der Besucherinnen und Besucher geben an, dass das „Geoschiff“ die Vorstellungen und Meinungen über die Geowissenschaften positiv beeinflusst habe.



Jahres-Fazit



Die Jahres-Wissenschafts-Aktion war im Hinblick auf die Zielsetzung ausgesprochen erfolgreich. Das Jahr ist – wie der Mineralogie-Professor Gregor Markl gegenüber der Berliner Zeitung betonte – „unheimlich gut gelaufen“ (11.11.02). Insgesamt hat es wesentlich dazu beigetragen, den Trend hin zu einer stärkeren Gewichtung der öffentlichen Vermittlung von Wissenschaft – wissenschaftsintern, aber auch in den verantwortlichen Redaktionen der Medien – weiter zu befördern. Im Einzelnen sind folgende Ergebnisse zu verzeichnen:

► Die Nachhaltigkeit des Prozesses ist gesichert (siehe oben)

► Wie schon das „Jahr der Physik“ stoßen die Aktivitäten im JdGeo auch im Ausland auf große Beachtung. Das JdGeo dient der IUGS als Vorbild für ihre Aktivitäten bis zum Jahr 2007.

► Die zersplitterte Community der Geologen, Geographen, Mineralogen, Geophysiker und Petrologen etc. ist über den Begriff der Geowissenschaften stärker zusammengewachsen.

► Die Studentenzahlen in den Geowissenschaften steigen. In Tübingen haben sich für das WS 2002/2003 viermal so viele Studenten eingeschrieben wie im letzten Jahr (Berliner Zeitung, 11.11.02).

► Die wissenschaftsinterne Initialisierung ist gelungen. Das Jahr der Geowissenschaften hatte eine starke Bottom-up-Komponente: gab es doch über 2500 gemeldete Veranstaltungen im ganzen Land.



Veranstaltungs-Formate

Science Street

Schülerführungen

Science Corner



Eröffnungsshow

Vorträge/Workshops

WDR

Impressum

iserundschmidt
Kreativagentur für
PublicRelations GmbH
Bad Honnef – Berlin

Hauptstraße 20a
53604 Bad Honnef
Tel. 022 24 95 195 0
Fax 022 24 95 195 19

Reinhardtstraße 15-17
10117 Berlin
Tel. 030 30 87 809 0
Fax 030 60 87 809 20

info@iserundschmidt.de
www.undnews.de