



Wissenschaft verständlich vermitteln: Wie funktioniert das?

Markus Hardenbicker

Director Communication & Public Affairs, Mitglied der Geschäftsleitung
Janssen-Cilag GmbH
12.05.2023

iMR-Nr.: EM-130288

janssen

PHARMACEUTICAL COMPANIES OF
Johnson & Johnson

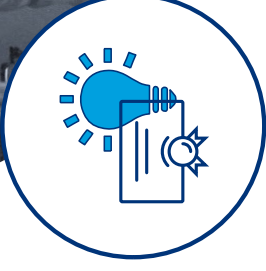
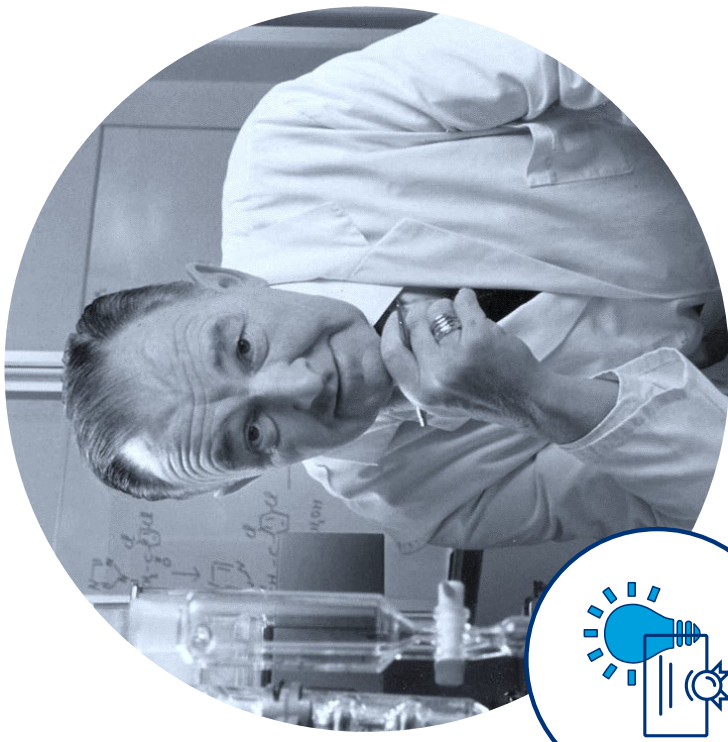
Über Janssen

In der Tradition unseres Gründers



**Zeit ist kostbar.
Es ist fünf vor zwölf
und der Patient wartet.**

—
Dr. Paul Janssen
(1926 – 2003)



PHARMACEUTICAL COMPANIES OF
Johnson & Johnson

Wer wir sind

Die **Nummer 2**
der forschenden
Pharmaunternehmen
in Deutschland



70
Jahre

1953 gegründet

Seit **1959**

in **Deutschland**

Seit **1961** Teil
von **Johnson &
Johnson**

5 medizinische
Schwerpunkt-
gebiete:



Onkologie

Immunologie

Infektiologie

**Neuro-
wissenschaften**

**Pulmonale
Hypertonie**

757.000 Patient:innen wurden
2022 in Deutschland mit einem
Produkt* von Janssen behandelt.



*verschreibungspflichtig

Präsent auf

5 Kontinenten



In Europa

8 Forschungs- und
Entwicklungsstätten



Rund

46.000

Mitarbeitende
weltweit

Über **1.000**
davon in
Deutschland

18 Wirkstoffe
auf der **WHO-**
Liste der un-
verzichtbaren
Arzneimittel



Woran wir arbeiten

19 Medikamente seit 2014 in Deutschland eingeführt.



Über **11 Milliarden** Euro weltweite Investitionen 2022 in **Forschung & Entwicklung**, das sind fast **30,2 Millionen** Euro täglich.



In Deutschland sind über **20* Verfahren** für **Neuzulassungen und Indikationserweiterungen** zwischen 2023 und 2025 geplant.



*ohne Vakzine und Re-Bewertungen



Mehr als **100 Studienprojekte** wurden 2022 von **Janssen Deutschland** durchgeführt.



2022 hat Janssen mehr als **50 Projekte** von Patient:innen- und Selbsthilfeorganisationen unterstützt.



Janssen Open House

Dialog über die Zukunft von Medizin und Versorgung

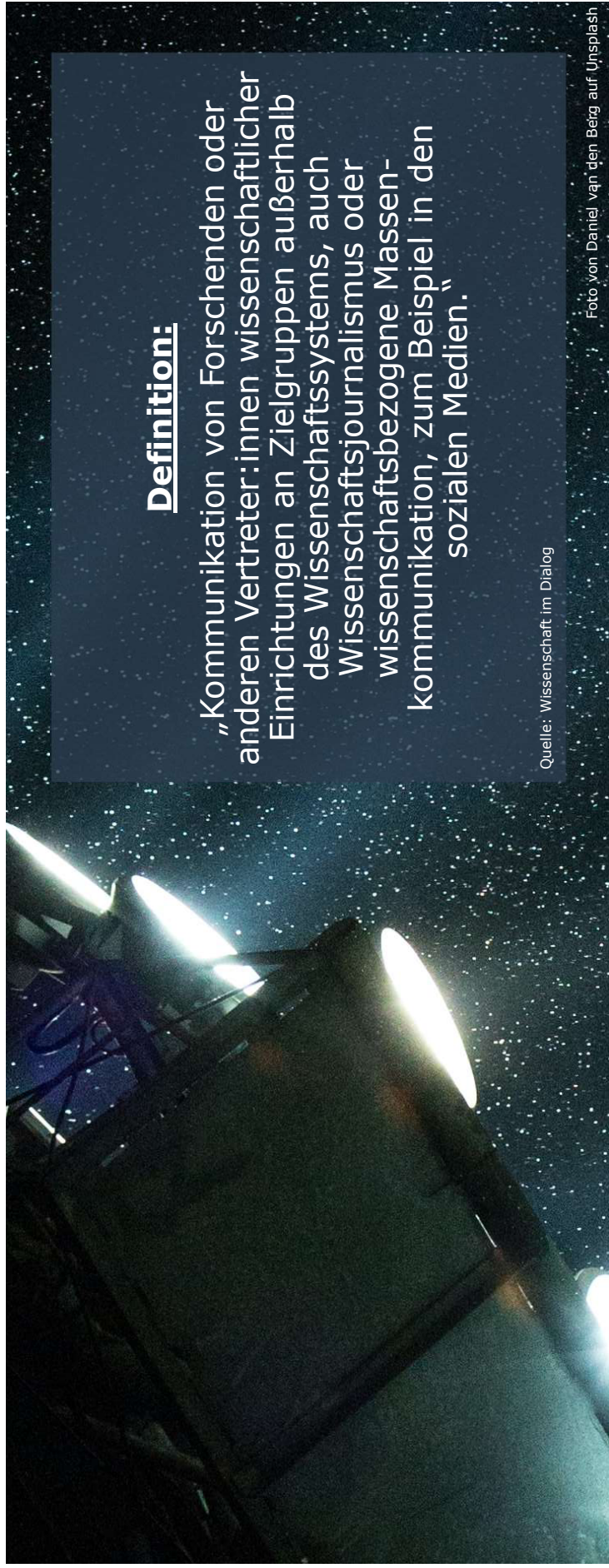
- Dialogplattform für einen **offenen, ergebnisorientierten Austausch** zwischen Vordenker:innen und Innovator:innen aus Gesundheitswesen und Gesellschaft
- Ziel: Beleuchtung aktueller Themen zur Zukunft von Medizin und Versorgung aus einer **360°-Perspektive**
- Teilnehmerkreise bestehen aus Expert:innen aus **Medizin, Forschung, Medien, Politik & (Gesundheits-)Wirtschaft**



Zum Thema

Wissenschaftskommunikation im Fokus

Globale Pandemie, maximale Aufmerksamkeit



Definition:

„Kommunikation von Forschenden oder anderen Vertreter:innen wissenschaftlicher Einrichtungen an Zielgruppen außerhalb des Wissenschaftssystems, auch Wissenschaftsjournalismus oder wissenschaftsbezogene Massenkommunikation, zum Beispiel in den sozialen Medien.“

Quelle: Wissenschaft im Dialog

Foto von Daniel van den Berg auf Unsplash

Mit der Pandemie kam die Infodemie

Beispiele medialer Berichterstattung

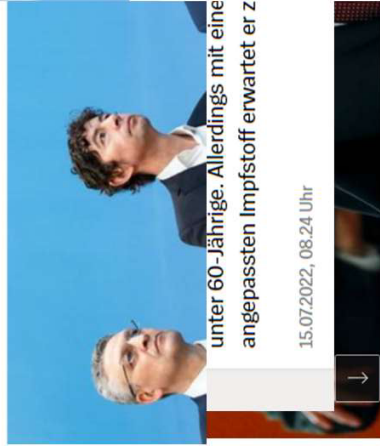
Die neue Macht der Virologen

Am Anfang der Coronakrise war es die Virologen, die die Öffentlichkeit informierten, weil sie keine Ahnung von Virologie hatten. Virologen, die leider wenig von Politik und Medien verstanden.



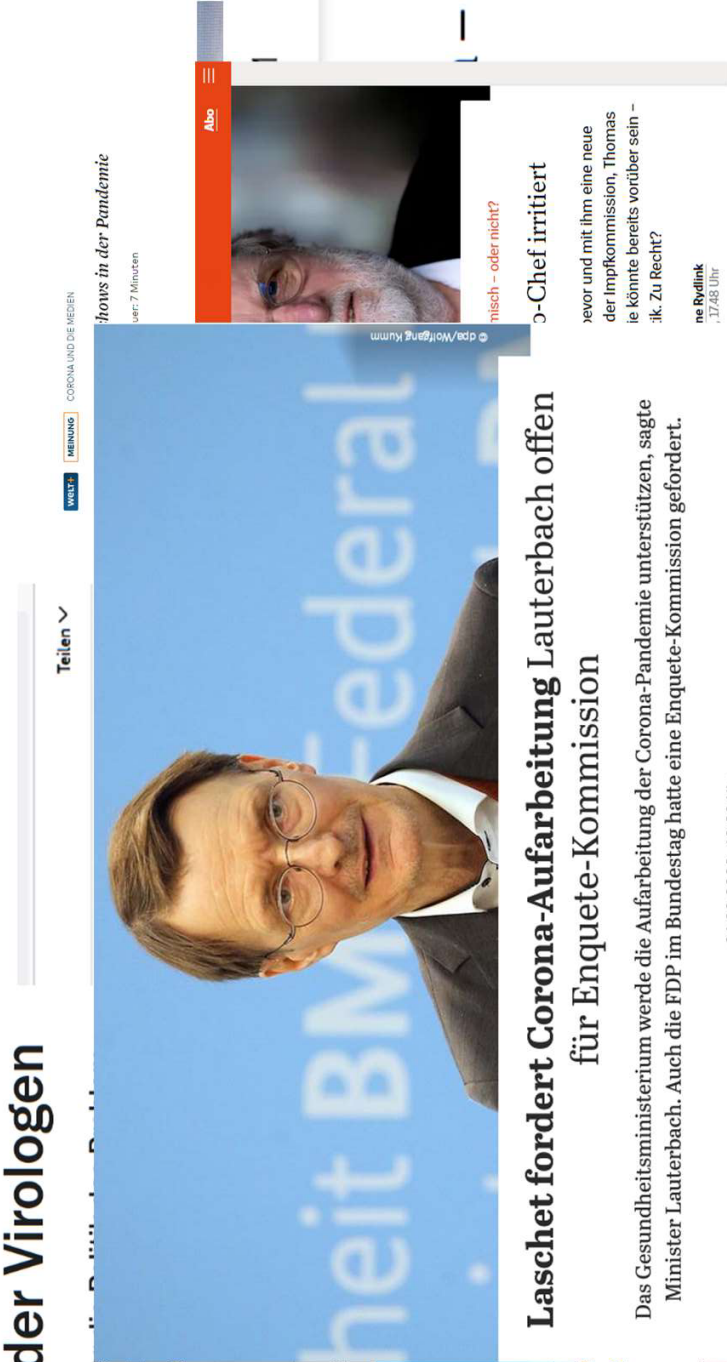
Thomas Tuma

26.03.2020 - 14:24 Uhr • 7 Kommentare • 49 x geteilt



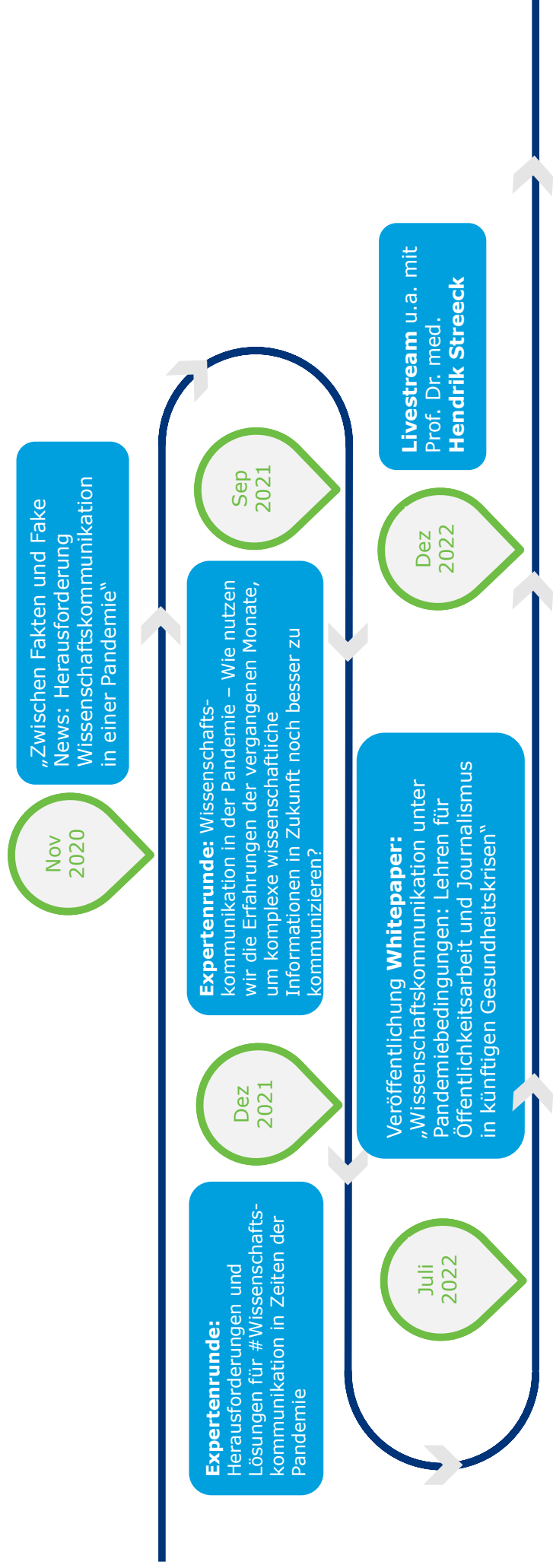
unter 60-jährige. Allerdings mit einer angepassten Impfstoff erwartet er zu sein.

15.07.2022, 08:24 Uhr



Wissenschaftskommunikation zum Thema machen

Veranstaltungen im Rahmen des Janssen Open House 2020-2022



Ergebnis: ein gemeinsames Whitepaper

Zusammenfassung der JOH-Sessions



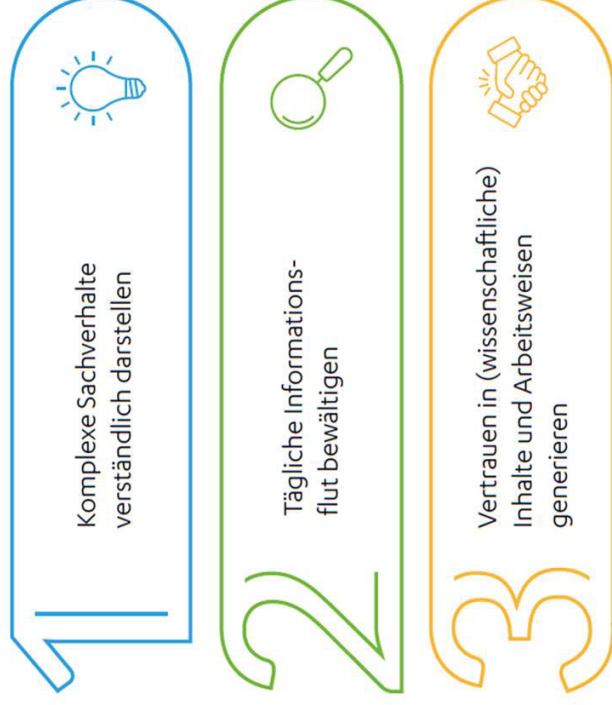
Wissenschaftskommunikation unter Pandemiebedingungen:
Lehren für Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in künftigen Gesundheitskrisen



SCAN ME

Ergebnis: drei zentrale Herausforderungen

Was sind die zentralen Herausforderungen von Wissenschaftskommunikation?



Ergebnis: fünf Handlungsfelder

Wo liegen die Anknüpfungspunkte für eine Verbesserung?

①

Vertrauen

②

Komplexität

③

Akteur:innen und ihre Rollen

④

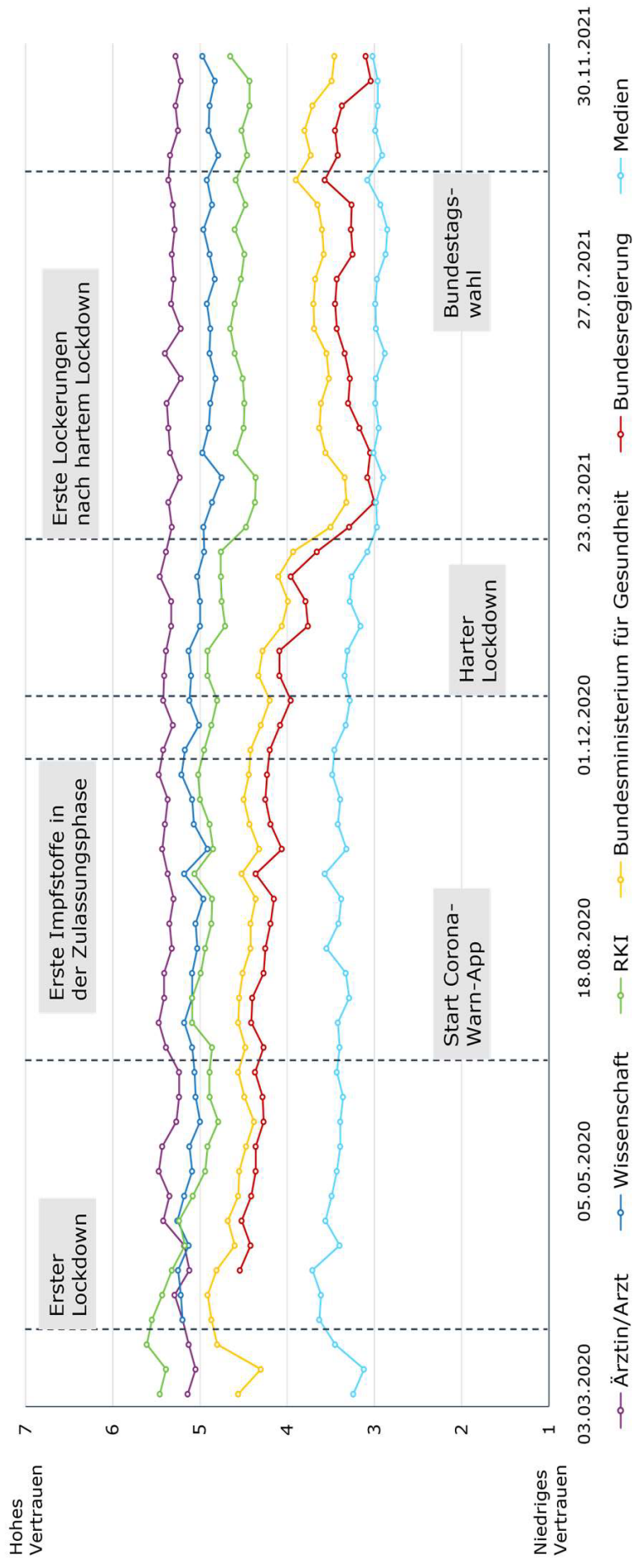
Aufgaben der Wissenschaftskommunikation

⑤

Neue Wege in der Kommunikation

COSMO-Studie: Vertrauen in Institutionen

Regelmäßige wissenschaftliche Erhebung im Pandemieverlauf



Handlungsfeld 1

Vertrauen in Institutionen

Herausforderung



- Der Vertrauenswert der Medien bleibt konstant, während der der Politik im Zeitverlauf **deutlich abfällt**.
- Behandelnde Ärzt:innen bemängelten die Versorgung mit neutralen und geprüften Informationen für Patient:innen durch z.B. die BZgA.



Handlungsempfehlung

- Politiker:innen sollten sich an den Grundsätzen guter Krisenkommunikation orientieren und vorschnelle Aussagen und Spekulationen vermeiden.
- Staatliche Gesundheitskommunikation muss **sichtbarer** und **zielgruppenorientierter** sein.

Handlungsfeld 2

Komplexität

Herausforderung



- Wissenschaftskommunikation bewegt sich im **Spannungsfeld** zwischen **Vereinfachung** zugunsten einer besseren **Verständlichkeit** und einer möglichen inhaltlichen Verfälschung durch zu großzügige Vereinfachung.
- Insbesondere junge Adressat:innen informieren sich nicht mehr über die klassischen (Leit-)Medien.



Handlungsempfehlung

- Wissenschaftskommunikation sollte dazu stehen, dass die Reduktion von Komplexität an Grenzen stößt. Zu starke Vereinfachungen bergen die Gefahr des sogenannten „**Easiness-Effekts**“.
- Wissenschaftskommunikation sollte nicht nur **neue Kanäle** und **Formate** stärker berücksichtigen, sondern auch die **sprachlichen Hintergründe** der Zielgruppe.

Handlungsfeld 3

Akteur:innen und ihre Rollen

Herausforderung



- Nicht immer sind die Rollen und Zuständigkeiten klar abgegrenzt, wonach die Wissenschaft forscht, analysiert und Empfehlungen ausspricht. Die **Politik aber letztlich entscheidet** – unter Umständen auch **gegen** die Vorschläge wissenschaftlicher Berater:innen.
- Ein weiteres Versäumnis ist die **nicht immer sachgerechte Auswahl** von **Expert:innen**.



Handlungsempfehlung

- In der Wissenschaftskommunikation wie in der politischen Kommunikation müssen **Rollen** und **Zuständigkeiten** von Wissenschaft und Politik **klarer benannt** und **abgegrenzt** werden.
- Medizinische Funktionäre **ohne beruflichen Sachbezug** zur Virologie sollen nicht qua ihrer Funktion wissenschaftlich ungeklärte Aussagen und Thesen aussprechen.

Handlungsfeld 4

Aufgaben der Wissenschaftskommunikation

Herausforderung



- In Zeiten von Social Media ist potenziell **jeder Mensch Sender:in und Empfänger:in** zugleich. Der Algorithmus hat als „Redakteur 2.0“ den **Gatekeeper ersetzt**.
- Im bunten medialen Treiben mischen alle mit: Wissenschaftler:innen, Politiker:innen, Journalist:innen etc. – alle bloggen, twittern und posten um die Wette. Dabei **sticht Tempo** häufig **Fakentreue** bzw. -genauigkeit.

Handlungsempfehlung



- Damit Kommunikator:innen die „Gatekeeper“-Funktion wieder ausfüllen können, ist eine **adäquate Personalecke** in den Redaktionen bzw. Kommunikationsabteilungen sowie die **finanzielle Unterstützung** bzw. Stärkung von Qualitätsjournalismus anzustreben.
- Kommunikationsexpert:innen müssen lernen **„Nein“ zu sagen**, wenn Vorgesetzte, Verbandschef:innen oder Forscher:innen an die Öffentlichkeit oder in die Talkshow drängen.

Handlungsfeld 5

Neue Wege in der Kommunikation

Herausforderung



- Bei der heutigen „**Many-to-Many-Kommunikation**“ versorgen sich Teilnehmer:innen von Gruppen gegenseitig mit Informationen und stellen sich ihre täglichen Nachrichten selbst zusammen.
- Dies birgt die Gefahr, dass sie Informationen gezielt so auswählen, dass sie die **vorgefertigte Meinung bestätigen** und die nicht zum eigenen „Weltbild“ passenden Informationen ausblenden.



Handlungsempfehlung

- Damit sowohl wissenschaftsnahe als auch wissenschaftsferne Zielgruppen erreicht werden, muss die Kommunikation jeweils an den **spezifischen Interessen, Bedürfnissen und Vorkenntnissen ausgerichtet** werden.
- Dabei geht es neben der **Auswahl der passenden Kanäle** auch um die Anpassung der **inhaltlichen Tiefe und Tonalität**.

Ausblick

Thesen zur künftigen Bedeutung von Wissenschaftskommunikation



Mit Blick auf kommende Pandemien oder die Klimakrise: Eine **verlässliche** und qualitativ **hochwertige Wissenschaftskommunikation** ist **Voraussetzung** für ein funktionierendes Weiter- und Zusammenleben.



Neue KI-Technologien können Desinformation und **Fake News** verstärken, aber auch bekämpfen. Vor diesem Hintergrund muss Wissenschaftskommunikation die Funktion als **vertrauenswürdiger Vermittler** zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit einnehmen. Stärker denn je.



Aus der wissenschaftlichen und politischen Aufarbeitung des Corona-Krisenmanagements sowie der Corona-Kommunikation sollten **Best- und Worst-Practices** abgeleitet werden, die **handlungsleitend** für künftige Krisen sind.

Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit!



Wissenschaftskommunikation unter Pandemiebedingungen:
Lehren für Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in künftigen Gesundheitskrisen



PHARMACEUTICAL COMPANIES OF

Johnson & Johnson