



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Lobbying für die Wissenschaft

Politische Interessenvertretung von Hochschulen und Forschungseinrichtungen
als Funktion strategischer Kommunikation



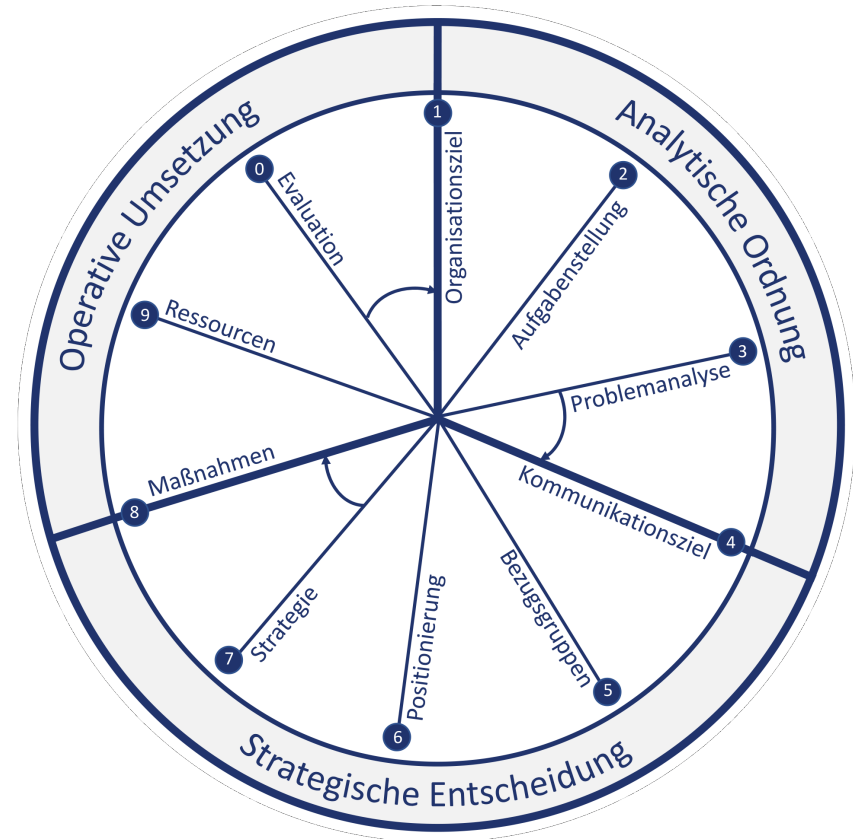
Promotionsprojekt von Antje Eichler
Laufzeit 2017 bis 2022
Betreuer: Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeyen

www.wissenschaft-und-politik.de



Kommunikationskreislauf politischer Interessenvertretung

Eigene Darstellung in Anlehnung an Jürg W. Leipziger
„Regelkreis der Kommunikation“ in: Konzepte entwickeln.
Handfeste Anleitungen für bessere Kommunikation.
Frankfurt am Main. 2004. S. 16





Methode

Qualitative Vorstudie

Leitfadengespräche

20 Kommunikationsabteilungen von Hochschulen,
Forschungseinrichtungen und Verbänden
Leitfadengestützte, explorative Interviews
jeweils eine halbe bis eine Stunde
September 2017 bis September 2020



Quantitative Hauptstudie

Standardisierte Online-Befragung

Kommunikationsabteilungen aller 343
Universitäten und Hochschulen
September 2019 bis Februar 2020
50 vollständig ausgefüllte Fragebögen
Rücklauf: 15 Prozent

+

Kommunikationsabteilungen aller 264
Fraunhofer-, Helmholtz-, Leibniz- & Max-Planck-Institute
März 2020 bis Juli 2020
53 vollständig ausgefüllte Fragebögen
Rücklauf: 20 Prozent

+

38 ausgewählte Hochschul- und
Wissenschaftsverbände
Juni 2020 bis Oktober 2020
17 vollständig ausgefüllte Fragebögen
Rücklauf: 45 Prozent

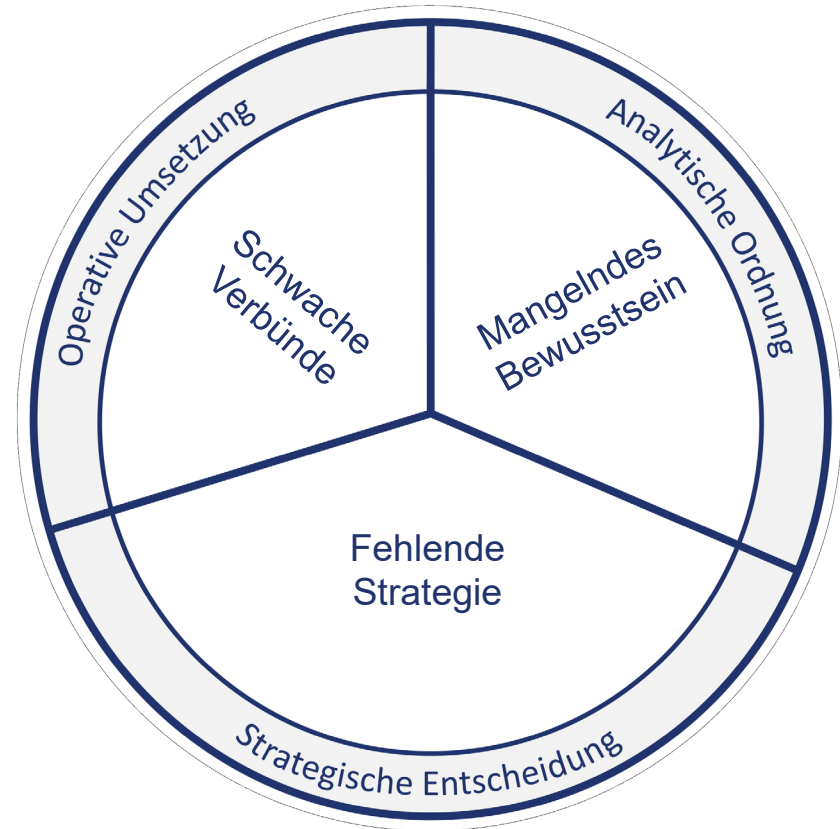


Zentrale Befunde

Die Daten wurden entlang des Kommunikationskreislaufes erhoben und ausgewertet.

Insgesamt liefert die Studie ein vielfältiges und heterogenes Bild zum Wissenschaftslobbying.

Dennoch lassen sich drei zentrale Befunde hervorheben.





Mangelndes Bewusstsein für Lobbying

54 %

halten Kommunikation mit der Politik für ihre selbstverständliche Aufgabe (Männer: 70%, Frauen: 39%)

6 %

der Hochschulen/Unis haben eine eigene Stelle für Lobbying (Forschungseinrichtungen: 28%)

8 %

der Wissenschaftseinrichtungen sind in einem Lobbyregister eingetragen (Verbünde: 18%)

40 %

der Kommunikationsabteilungen erhalten von der Hochschulleitung keine Informationen über Lobbying

72 %

der Kommunikationsabteilungen werden von der Hochschulleitung in die Planung nicht eingebunden

„Wir betreiben kein Lobbying, sondern beraten entsprechend unserer Satzung Politik und Gesellschaft auf Basis unserer Forschung.“

Forschungseinrichtung

„Gespräche mit der Politik führt ausschließlich unser Präsident. Wir sind da nicht eingebunden und bekommen auch nichts davon mit.“

Pressesprecherin einer mittelgroßen Hochschule

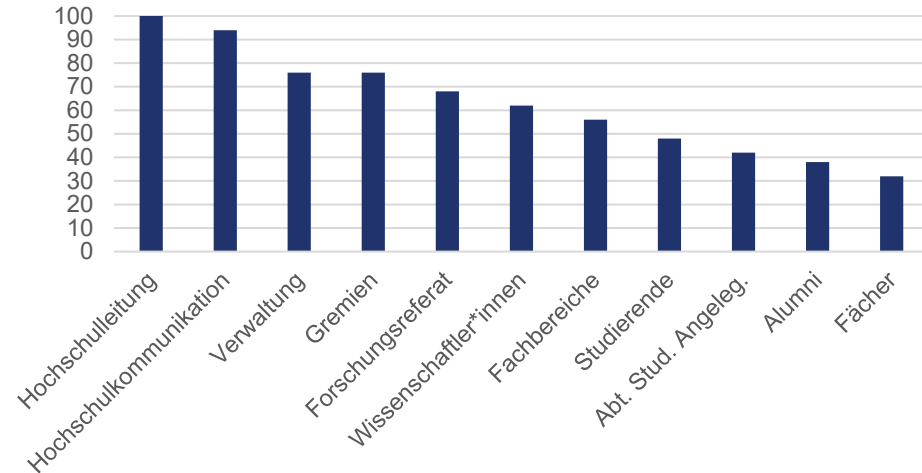


Fehlende Strategie für Lobbying

92 %

der Hochschulen/Unis verzichten auf eine Lobbying-Strategie (Verbände: 77%, Forschungseinrichtungen: 85%)

Wer kommuniziert mit der Politik (in %)?



Aussage eines Kommunikationsverantwortlichen
Einer großen Universität im Leitfadengespräch:

„Alle Rektoren haben gedacht haben, jetzt kommt ein neues Landesgesetz und wir sehen die Ministerin ja immer abends beim Empfang, die ist immer nett beim Bier. Dann sagen wir mal was und alle waren der Meinung, sie haben das platziert, und die Gedanken der Unis wurden überhaupt nicht aufgenommen. Dann haben die ein richtig scharfes Hochschulgesetz gekriegt. Also, ich finde, man muss gerade weg von diesen zufälligen Formaten, wie man trifft sich abends. Man muss es planen und man muss es auch gut vorbereiten.“



Schwache Hochschulverbände

44 % der Landes-Hochschul-/Univerbände (Landesrektorenkonferenzen) unterhalten kein Büro in der Landeshauptstadt

29 % der Verbände setzen auf Aktivierung und Vernetzung als Lobby-Maßnahme (Hochschulen/Unis: 68%)

27 % der Hochschulen/Unis halten ihre Landesrektorenkonferenz für einen Lobby-Verband

35 % der Verbände haben kein Budget für Lobbying (Forschungseinrichtungen: 38%, Hochschulen/Unis: 58%)

58 % der Hochschulen/Unis sehen Lobby-Erfolg der Verbände in Abhängigkeit von deren Leitung

Einige Hochschulen fühlen sich von den herkömmlichen Hochschulbündnissen nicht ausreichend vertreten und beschäftigen gemeinsam einen Lobbyisten in Berlin.

Pressesprecher einer mittelgroßen Hochschule



Ausblick

ihre Sach
im Fernse
kommuni
zum Ausd
Fachgebie

[Dieser Art
die gesamte Ausgabe lesen.](#)

2. Pressesprecherinnen gehören in die Chefetage

Sie ist keine Professorin, nicht einmal eine Honorarprofessorin und steht nicht an der Spitze der Fakultät für Kommunikationswissenschaft in Freiburg. Die Kommunikationswissenschaftlerin Julia Weidert, Mitglied des neu eingerichteten Rektorsrats mit über 100 Mitgliedern der katholischen Universität, hat ein Spezialgebiet: die Ver

**WISSENSCHAFTS
LOBBYING =
STRATEGISCHE
KOMMUNIKATION**

**(LANDES-)
HOCHSCHUL-
VERBÜNDE
STÄRKEN**

(idw) Nachrichten
Informationsdienst Wissenschaft
Pressemitteilungen von über 1.000 Wissenschaftseinrichtungen

Technik & Industrie Gesellschaft & Kultur Gesundheit Umwelt & Leben Wirtschaft & Politik

15. September 2021, 9:42

Organisatorisches, Studium und Lehre

**Aus BLRK wird
BLHP: Brandenburgische
Landeskonferenz der
Hochschulpräsidentinnen und
-präsidenten mit neuem Namen und**

