

## WO DIE WIENER MAMMUTS GRASTEN – NATURGESCHICHTE(N) VERMITTELN ALS ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

HOFMANN, Thomas\* (1); HARZHAUSER, Mathias (2)

1: Geologische Bundesanstalt, Austria; 2: Naturhistorisches Museum, Austria

thomas.hofmann@geologie.ac.at

Public Relations, Outreach, Book, Natural Sciences, Geology, Palaentology

Keine Frage; Öffentlichkeitsarbeit ist wichtig und wird zunehmend wichtiger. Statt Orogen nur „Gebirgsbildung“ zu sagen, genügt schon lange nicht mehr. Gefragt sind breit angelegte Ansätze, die mit Witz und Charme verkauft – pardon, an den Mann, die Frau – gebracht werden wollen.

Am Beispiel des Buches „*Wo die Wiener Mammuts grasten – Naturgeschichtliche Entdeckungsreisen durch das heutige Wien*“ (Metro-Verlag, 2016) wird gezeigt, dass für die Kommunikation (erd)wissenschaftlicher Themen, ein breiter Mix aus dem gesamten Bereich der Naturwissenschaften mit Querverbindungen zu den Geisteswissenschaften geeignet ist ein breit(er)es Publikum anzusprechen. Als Format hat sich das Feuilleton erwiesen, wie es etwa in der „Wiener Zeitung“ im „EXTRA“ samstags gepflegt wird.

Grundlage der 17 in diesem Buch veröffentlichten Beiträge ist neben der fundierten Recherche und einer unkonventionellen Kombination von Fakten aus den unterschiedlichsten Bereichen der humorvoll, witzige Zugang zur Materie. Alfred Komarek fand dafür bei seiner Eröffnungsrede unter dem Thema „*Randnotizen*“ im Rahmen der Buchpräsentation am 27. April 2016 folgende Worte: „... sie [=die Autoren] *haben jedoch ihre exakte Forschungsarbeit ungeniert mit der subjektiven Wirklichkeit historischer Zeitungsberichte verbandelt, taten vergnügte Zeitsprünge, entdeckten Hintertüren, Verbindungen, Verwandtschaften. Und vor allem: die hehren Diener der Wissenschaft hatten ihr lausbübisches Vergnügen daran.*“

In der schnelllebigen Zeit der social media, wo tweets und SMS mit einer auf wenige Zeichen reduzierten Botschaft (in Echtzeit) suggerieren damit auch schon die wesentlichen Inhalte zu kommunizieren, bekommen breit (er) angelegte Geschichten, deren Länge in etwa einer Seite in einer großformatigen Tageszeitung entspricht, eine neue Bedeutung.

Im Sinne unseres Kommunikationsansatzes werden die im Untertitel genannten Worte „Naturgeschichte“ und „Entdeckungsreise“ als richtungsweisend postuliert. Wesentliche Elemente sind neben der subjektiv gefärbten erzählerischen Komponente des Vermittlers, vor allem die Neugierde und die individuellen Interessen des Zuhörers. Vor allem durch einen breiten Ansatz im Bereich kann fast jeder Zuhörer bei seinem persönlichen Interessensgebiet „abgeholt“, im Sinne von angesprochen, werden.

Als zusätzliches Elemente werden Zitate historischer Zeitungsartikel und biographische Details der auftretenden, sprich handelnden Personen verwendet.

Um mit Komarek zu schließen: „*Diese Mischung ist ziemlich unwiderstehlich für Leserinnen und Leser.*“