



Berlin Adlershof

**Stadt für
Wissenschaft
Wirtschaft
und Medien**

Medienarbeit für Wissenschaft und Technologie

Dr. Peter Strunk, Bereichsleiter Kommunikation

WISTA-MANAGEMENT GMBH

Wissenschafts- und Technologiepark Berlin Adlershof





Wo zu finden?

15 km zur Berliner Innenstadt

Zwei Flughäfen

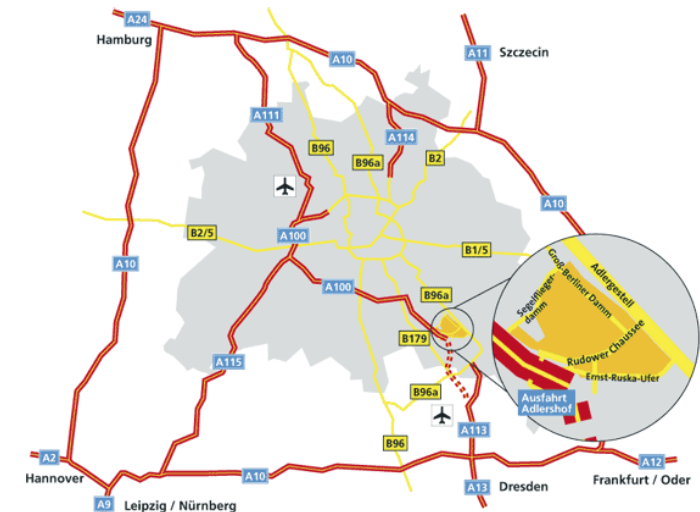
- Tegel
- Schönefeld (Berlin Brandenburg international 2011)

Gute Anbindung über öffentlichen Nahverkehr

- 4 x S-Bahn (30 Minuten bis zur Innenstadt)
- 2 x Straßenbahn
- 2 x Bus

Autobahn

- Ausfahrt „Adlershof“ (15 Minuten bis zur Innenstadt)





Adlershof in Zahlen

Wissenschafts- und Technologiepark

11 außeruniversitäre wissenschaftliche Institute
(1.600 Beschäftigte)

6 Institute der Humboldt-Universität zu Berlin
(130 Professoren, 800 Mitarbeiter, 6.700 Studenten)

410 technologieorientierte Unternehmen
(4.800 Beschäftigte)

Medienstadt

147 Unternehmen (1.800 Beschäftigte)

Gewerbegebiet

257 Unternehmen (4.600 Beschäftigte)

Gesamtfläche: 420 Hektar

Institute: 17

Unternehmen: 814

Beschäftigte: 13.730

Studenten: 6.700

Was wir tun

Wir sind die Betreibergesellschaft eines Technologieparks.

- Wir bauen und betreiben Technologiezentren, in denen wir Mietflächen anbieten.
- Wir verkaufen Grundstücke.
- Wir unterstützen Unternehmensgründungen und beraten Unternehmen.
- Wir fördern die Vernetzung von Wissenschaft und Wirtschaft sowie die nationale und internationale Kooperation.
- Wir betreiben Öffentlichkeitsarbeit und kümmern uns um die die Marke „Adlershof“.

Was wir tun – was nicht

Unsere vordringliche Aufgabe ist es nicht, wissenschaftliche Erkenntnisse zu kommunizieren.

Wir müssen dafür Sorge tragen, dass

- Adlershof in einer breiten Öffentlichkeit bekannt ist,
- Adlershof als Erfolgsgeschichte wahrgenommen wird und
- dass es sich lohnt, in Adlershof zu investieren.

Wir sind nicht allein

Technologieparks sind heterogen. Es gibt eine Vielzahl von Stellen, die dort unabhängig voneinander PR betreiben. Das hilft uns, erschwert aber auch unsere Arbeit.

Technologieparks sind Tummelplätze für Bürokraten, Innokraten, Agenturen und Berater. Nicht jeder von ihnen weiß, wie man Öffentlichkeitsarbeit macht, aber alle wissen, wie man sie besser macht. Damit müssen wir leben.

Was haben wir falsch gemacht?

Wir schrieben Pressemitteilungen, gestalteten Broschüren, hielten Pressekonferenzen ab. Das war kein Fehler.

Wir informierten bevorzugt diejenigen, die uns ohnehin kannten. Das war nicht unbedingt ein Fehler. (Den Berlinern reicht es, in Berlin weltberühmt zu sein.)

Außerhalb Berlins blieb Adlershof unbekanntes Terrain. Wir erwarteten, dass die Medien zu uns kommen. Das war ein großer Fehler.

Was machen wir jetzt anders?

Wir suchen nach Geschichten.

Wir „denken in Storys“.

Wir bieten Geschichten an.

Wir besuchen Journalisten und Redaktionen.

Wir fragen Journalisten, für was sie sich interessieren.

Wie medienwirksam ist Adlershof?

In Adlershof gibt es 834 Adressen – vom Einmannbetrieb bis zur Großforschungseinrichtung.

Davon kommen für Medienarbeit in Frage: 240 Adressen (29 %)

Davon wiederum

gelten für uns als „interessant“ 120 Adressen (14%)

ist gelegentlich Pressearbeit möglich mit 60 Adressen (7 %)

ist regelmäßige Pressearbeit möglich mit 60 Adressen (7 %)

Unsere Zielgruppe

Wir wenden uns bevorzugt an Medien, die von „Entscheidern“ bevorzugt gelesen, gehört und angesehen werden.

Woher wissen wir, dass wir da richtig liegen?

- Wir wissen es von den Unternehmen: Erst melden sich deren Kunden, dann die Banken (immer noch).
- Mein Chef muss Adlershof bei potenziellen Kunden nicht mehr vorstellen

Was lesen die Entscheidungsträger in Deutschland?

Rang	Zeitung/Zeitschrift	Reichweite Inges. In %	Leitende Angestellte	Beamte	Selbstständige
01	Der Spiegel	28,1	26,6	38,2	20,4
02	Focus	24,9	24,9	22,9	23,3
03	Stern	21,0	19,5	22,2	19,3
04	Handelsblatt	12,4	16,1	6,3	10,0
05	Wirtschaftswoche	12,4	14,4	6,3	11,5
06	FAZ	11,6	14,3	12,9	6,1
07	Süddeutsche Ztg.	11,5	13,6	14,9	6,7
08	Capital	11,2	12,4	9,0	8,5
09	Manager Magazin	9,7	13,0	3,9	6,0
10	Die Zeit	9,4	9,2	18,4	5,3
11	Handwerk Magazin	8,2	7,1	1,2	19,3
12	Frankf. Allg. Sonntagszeitung	7,8	9,1	10,6	3,9
13	Die Welt	7,6	8,3	11,4	6,5
14	VDI Nachrichten	7,3	10,3	3,4	4,9

Quelle: Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung 2009

Wissenschaft und PR

Wissenschaftler verstehen sich in erster Linie als Wissenschaftler – auch wenn sie sich mit PR befassen.

PR wird von Wissenschaftlern oft nicht ernst genommen. PR-Spezialisten haben in der Wissenschaft daher einen schweren Stand. Das wird auch in Zukunft so sein.

Wissenschaft gilt in Deutschland immer noch als komplizierte und todernde Angelegenheit.

Wissenschaft (und Wirtschaft) neigen dazu, sich sprachlich abzuschotten. Branchenjargons sind Sprachfallen. Was unternimmt die PR dagegen? Zu wenig.

Unsere sprachliche Ausdrucksfähigkeit nimmt ab. Die Naturwissenschaften gehen mit schlechten Beispielen voran. Die PR leider auch.

Der Journalist ist kein Kollege. Der Journalist ist Kunde. Hier liegt liegt bei vielen Pressesprechern ein Missverständnis vor.

Journalisten wollen Geschichten erzählen und keine Pressemitteilungen abdrucken. Das haben viele Pressesprecher begriffen, leider aber nicht ihre Chefs und die Kollegen vom Marketing.

Ressortübergreifendes Denken in deutschen Redaktionen ist offenbar noch nicht sehr weit entwickelt.

Das Einfallstor für die PR in die Medienwelt steht heute weit offen. Viele Pressesprecher verstehen es nicht, diese Chance verantwortungsvoll zu nutzen.

Ein guter Pressesprecher ist gar keiner, sondern... ?

„Wenn es den Öffentlichkeitsarbeitern ernst ist mit ihrer Absicht, die Wissenschaft unters Volk zu bringen, sollten sie ihre Klientel dazu anhalten, sich eindrucksvoll zu präsentieren. Der treffende Ausdruck, das richtige Bild, die geschickte Dramaturgie haften nun einmal tiefer im Gedächtnis als der dröge Stil, der ganz zu Unrecht als Beweis gilt für die wissenschaftliche Kardinaltugend der Objektivität.“

(Konrad Adam, Die Sprachkrankheit mit Namen BSE. Warum es lohnt, als Wissenschaftler Deutsch zu reden, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, 19. Februar 2000)

Noch Fragen?

Dr. Peter Strunk
Bereichsleiter Kommunikation
WISTA-MANAGEMENT GMBH *)
Rudower Chaussee 17
12489 Berlin

Tel.: 030 / 6392-2225
strunk@wista.de
www.adlershof.de

*) Die WISTA-MANAGEMENT GMBH ist die Betreibergesellschaft des
Wissenschafts- und Technologieparks Berlin Adlershof