

PHILOSOPHY

DURCHGEBLÄTTERT: SELBSTMARKETING IM NETZ

17.07.2014

Auf der [academics.de](#) Webseite gibt es ein neues Feature über erfolgreiches Selbstmarketing, Kernsatz

Beim Selbstmarketing geht es nicht nur um Medienpräsenz und Aufmerksamkeit. Wissenschaftskommunikation ist auch bei der Vergabe von Fördergeldern wichtiger geworden.

Das ist schnell gesagt, aber nicht bewiesen. Dass es bei der DFG extra Fördermittel für den Bereich Kommunikation gibt, heisst nicht, dass ich mehr Geld für Forschung bekomme wenn ich einen Blog schreibe. Es ist eher anders herum, daß Geld das für die Kommunikation ausgegeben wurde, nicht mehr für Forschung ausgegeben werden kann.

Und dass ein Mädel für ihre Ameisenbären-Expedition nun keinen Drittmittelantrag, sondern Sciencestarter bemüht hat, ist auch keine so recht durchschlagende Argumentation für kontinuierliches Forschungsprogramm. Dann lamentiert der freie [ZEIT Online Mitarbeiter](#) noch etwas über fehlende Ausbildungsangebote an der Uni

... Eine Pflicht zur Kommunikation besteht trotz vieler Vorteile natürlich nicht. Jeder Forscher hat auch heute noch das Recht, sich zurückzuhalten und nur zu forschen. Junge Forscher sollten sich aber wenigstens grundlegend mit Wissenschaftskommunikation und Selbstmarketing beschäftigen.

Hoffentlich nicht! Junge Forscher sollen Forschung machen und kein Marketing. Und darf ich mir etwas für Wissenschaftsjournalisten auf academics.de wünschen? Etwas mehr Ahnung von Wissenschaft.

