

# **Forschungsförderung und Storytelling: Von der wissenschaftlichen Erkenntnis zur Emotion**

Track #4: Wissen zwischen Medien und Wissenschaft  
Autorin: Nina Nawara

Die Kommunikation von wissenschaftlichen Projekten erfordert zunehmend mehr als nur die Präsentation von Daten und Ergebnissen. Insbesondere in Zeiten der Digitalisierung gewinnen emotionale und narrative Elemente an Bedeutung, um die Aufmerksamkeit und das Verständnis eines breiteren Publikums zu gewinnen. Auch neurowissenschaftliche Studien belegen, dass Geschichten spezifische neurochemische Reaktionen auslösen, die die Gedächtnisbildung unterstützen und emotionale Bindungen stärken (Harvard Business 2017). Diese Effekte sind von besonderer Relevanz, um wissenschaftliche Erkenntnisse nicht nur verständlich, sondern auch nachhaltig und zugänglich zu vermitteln. Der Praxisbericht beleuchtet, wie Storytelling als strategisches Instrument in der Projektkommunikation der Digitalisierungsinitiative „Digioffensive“ der Arbeiterkammer Österreich eingesetzt wurde. Anhand von konkreten Beispielen aus der Praxis, wie etwa der digitalen Abbildung von Projekten, Texten, Videoproduktionen und einem Veranstaltungskonzept wird gezeigt, wie wissenschaftliche Erkenntnisse effektiv vermittelt und gleichzeitig eine emotionale Verbindung zu den Zielgruppen hergestellt werden können (Finkler/León 2019).

## **Storytelling in der Projektkommunikation**

Im Rahmen der Digioffensive wurden mehrere Digitalisierungsprojekte initiiert, deren komplexe Inhalte gezielt für unterschiedliche Zielgruppen aufbereitet wurden. Storytelling diente dabei als Schlüsselstrategie, um die oft abstrakten und technischen Themen in greifbare und relevante Geschichten zu verwandeln. Durch den Einsatz von Videos, die den realen Nutzen und die Auswirkungen der Projekte veranschaulichen, konnte eine tiefere emotionale Bindung zu den Inhalten geschaffen werden. Dies förderte nicht nur das Verständnis, sondern auch die Identifikation der Zielgruppen mit den Projekten.

## **Die Rolle der visuellen Medien**

Visuelle Medien, insbesondere Videos, spielen eine zentrale Rolle in der Kommunikationsstrategie der AK Digioffensive. Sie wurden genutzt, um komplexe Prozesse und wissenschaftliche Ergebnisse in verständliche und ansprechende Formate zu übersetzen. Diese Medien ermöglichten es, emotionale Erzählstränge zu entwickeln, die die Zuschauer:innen nicht nur informierten, sondern auch begeisterten und involvierten. Durch den gezielten Einsatz von visuellen Narrativen konnten wissenschaftliche Botschaften effektiver transportiert und die Relevanz der Projekte hervorgehoben werden.

## **Schlussfolgerungen**

Die erfolgreiche Kommunikation wissenschaftlicher Projekte im digitalen Zeitalter erfordert die Integration von Storytelling-Methoden, die sowohl rationale als auch emotionale Aspekte berücksichtigen. Die Erfahrungen aus der Digioffensive der AK zeigen, dass durch den gezielten Einsatz von visuellen Medien und narrativen

Elementen die Reichweite und der Impact von wissenschaftlichen Projekten erheblich gesteigert werden können.