

Tweetups in der Wissenschaftskommunikation: Leitfaden für Teilnehmer

Nutzen eines Tweetups:

- Bei einem Tweetup steht nicht im Vordergrund, den Teilnehmern möglichst viel Fachinformation zu vermitteln. Stattdessen sollen sie in einer entspannten, anregenden Atmosphäre einen Eindruck von der Forschung vor Ort bekommen. Das Tweetup macht es möglich, dass Sie Organisatoren und Wissenschaftler auf einer deutlich informelleren Ebene kennenlernen, als es bei vielen anderen Veranstaltungen der Fall wäre.
- Die Erfahrungen und Kontakte, die Sie bei einem Tweetup sammeln, sind besonders nützlich, wenn Sie einen Einstieg in die Wissenschaftskommunikation suchen. Sie treffen nicht nur die Mitarbeiter der Öffentlichkeitsarbeit, die oft die gesamte Veranstaltung begleiten, sondern bekommen einen guten Überblick zu dem Forschungsinstitut, das Sie besuchen. Selbst wenn Sie nur als Twitterer bekannt werden wollen, der sich in seiner Freizeit mit Wissenschaftsthemen oder Kommunikation von Wissenschaft beschäftigt, ist die Veranstaltung sehr nützlich. Denken Sie in beiden Fällen daran, auch Kontakte mit anderen Teilnehmern, die für den gleichen Bereich arbeiten oder twittern, zu knüpfen.
- Einen deutlichen Anstieg an Followern können Sie vor allem dann erreichen, wenn Sie bisher nur eine kleine Follower-Gemeinde haben. Ist die Anzahl der Teilnehmer bei einem Tweetup sehr hoch, werden Sie allein dadurch, dass ihnen einige der anderen Teilnehmer folgen, mehr Follower bekommen. Sind darunter sehr bekannte Twitterer, haben Sie gute Chancen, dass auch andere außerhalb der Veranstaltung auf Sie aufmerksam werden. Sollten Sie selbst bereits mehrere Hundert oder Tausend Follower haben und häufig von solchen Veranstaltungen twittern, wird der Anstieg der Followerzahl eher gering ausfallen.
- Für Mitarbeiter von Redaktionen sind Tweetups attraktiv, da sie eine Abwechslung für den Twitterkanal bedeuten. Statt über Inhalte Ihres Mediums und verwandte Links twittern Sie einen Tag lang live vor Ort.

Vorbereitung auf die Veranstaltung:

- Wenn Sie ein Tweetup besuchen möchten, lohnt es sich schon im Vorfeld dem Institut oder der Organisation, die das Tweetup ausrichtet, auf Twitter zu folgen. Dadurch lernen Sie nicht nur die Veranstalter besser kennen, auch Änderungen im Programm oder Treffpunkte werden meist dort bekannt gegeben. Manchmal gibt es einen speziellen Twitter-Account wie zum Beispiel @ScienceTweetup bei der Helmholtz-Gemeinschaft. Wenn Sie auf dem Tweetup gerne Kontakte zu den anderen Teilnehmern knüpfen wollen, sollten Sie sich auch deren Account ansehen und ihnen folgen.
- Ihre Follower sollten Sie im Vorfeld darüber informieren, dass Sie an dem Tweetup teilnehmen, zumindest ein- oder zweimal. Falls Sie sich regelmäßig mit ihren Followern über wissenschaftliche Themen austauschen, können Sie sogar anbieten, dass Sie Fragen sammeln für die Wissenschaftler vor Ort. Gehört Wissenschaft normalerweise nicht zu ihren Themen, dann schlagen Sie ihren Followern einfach vor, ihren Kanal während des Tages auf „mute“ zu stellen. Dann können Sie während des Tweetups viele Kurznachrichten verschicken, ohne Angst zu haben, einige ihrer Follower damit zu verprellen.
- Wenn Sie die Reise selbst finanzieren müssen und nur wenig Mittel zur Verfügung haben, ist es oft eine gute Idee, unter ihren Followern nach einem Schlafplatz zu fragen. Vielleicht ergeben sich sogar Mitfahrgelegenheiten mit anderen Teilnehmern des Tweetups.
- In der Regel werden bei einem Tweetup keine Fachkenntnisse vorausgesetzt. Neugier und Interesse am Thema sind vollkommen ausreichend. Falls Sie Wissenschaftler auf dem gleichen Gebiet sind oder sich bereits intensiv mit den Themen des Tweetups beschäftigt haben, müssen Sie allerdings wissen, dass das Niveau auf allgemeinverständlicher Ebene bleiben wird. Die Experten, die Sie während des Tweetups kennenlernen, können Ihnen zwar Fachfragen beantworten, allerdings sollten Sie den anderen Teilnehmern genug Gelegenheit lassen, ihre eigenen Fragen zu stellen.
- Worauf Sie sich vorbereiten sollten, ist das Programm. Überlegen Sie, welche Geräte Sie mitnehmen möchten: eine gute Kamera für die Besichtigungen, ein Aufnahmegerät für die Gespräche mit Wissenschaftlern oder einen Tablet-Computer,

um Inhalte bequemer verarbeiten zu können. Sollten Sie einen Twitter-Client benutzen wollen, dann installieren und testen Sie ihn rechtzeitig.

- Bedenken Sie allerdings, sich nicht zu viel vorzunehmen, beachten Sie vor allem den geplanten Zeitrahmen. Während des Tweetups werden Sie in kurzer Zeit viel sehen und hören, es kann leicht überfordern, gleichzeitig Bilder, Videos, Notizen und O-Töne mitnehmen zu wollen. Beschränken Sie sich lieber auf wenige Geräte, die Sie gut transportieren können, denn häufig sind die Teilnehmer den ganzen Tag auf dem Gelände unterwegs. Ein Smartphone mit guter Kamera kann hier sehr hilfreich sein. Ladekabel oder Ersatz-Akkus sind bei einer ganztägigen Veranstaltung ebenfalls ein Muss.

Während und nach der Veranstaltung:

- Sie können mit Retweets und Kommentaren auf die Tweets der anderen antworten. Dadurch vertiefen Sie ihr neues Netzwerk.
- Veröffentlichen Sie Bilder oder Videos von der Veranstaltung möglichst unter Creative Commons Lizenz, zum Beispiel auf flickr. Dann können andere Teilnehmer oder die Organisatoren sie weiterverbreiten, bevorzugt über Social Media, und Sie werden häufiger erwähnt.
- Blogbeiträge und Storyfiles eignen sich besonders, um Ihre Eindrücke vom Tweetup festzuhalten. Dazu reichen selbst wenige Notizen aus, die Sie vielleicht parallel zum Twittern während der Veranstaltung machen konnten, oder wenn Sie erst nach der Veranstaltung das Erlebte reflektieren. Für vertiefende Beiträge zum Format der Veranstaltung oder über die Themen, die zum Beispiel bei Diskussionen mit Wissenschaftlern angesprochen wurden, ist möglicherweise mehr Recherche nötig. Wie oben bereits erwähnt, ist es einfacher, das Tweetup nur über ein Medium zu begleiten, anstatt stark crossmedial zu arbeiten.

Von Lisa Leander und Michèle Lauer

Masterstudiengang Medienentwicklung

Hochschule Darmstadt, Februar 2014