

Spröde Wissenschaft Mathematik?

Kommunikationsstrategien mit k(l)einen Budget

www.mathematikum.de

Inhalt

- ◆ Mathematikum
- ◆ Pressearbeit
- ◆ Veranstaltungen
- ◆ Zusätzliche Medien
- ◆ Wie bekommt man bundesweite Aufmerksamkeit?

Das Mathematikum in Gießen



Mathematikum: Fakten

- ◆ Eröffnet 2002, Mini-Mathematikum 2009
- ◆ 1200 qm Ausstellungsfläche
- ◆ Über 150 interaktive Exponate
- ◆ Cafeteria, Shop
- ◆ Täglich geöffnet – außer am 24., 25., 31. Dezember
- ◆ Eintritt: 6 €, ermäßigt 4 €, Familienkarte 12 €









Grundidee: Vom Erlebnis zum Verständnis

◆ Mathematik für alle!

- Alle Alterstufen
- Jedes Bildungsniveau

◆ Spielerischer Zugang

◆ Automatisch beginnt der Besucher zu denken.

- Fragen: Warum?
- (Qualitative) Antworten

Erfolge

◆ Besucherzahlen

- 150.000 pro Jahr

◆ Qualität der Besuche

◆ Kultur- und Veranstaltungszentrum

◆ Preise:

- Communicator-Preis der DFG 2000
- Deutscher IQ-Preis 2004
- Ausgezeichneter Ort im Land der Ideen: 2006, 2009
- Hessischer Kulturpreis 2008
- Stadt der jungen Forscher 2010

Pressearbeit

- ◆ Tue Gutes und rede darüber – vorher und nachher!
- ◆ Die mit Abstand effizienteste Kommunikation
 - Jeder kann eine Presseinformation schreiben (oder kann das lernen)
 - Professionelle Fotos
- ◆ Man kann fast alles zu einer Presseinformation machen
 - Jubiläen, neue Exponate, neue Mitarbeiter, besondere Besucher, auswärtige Veranstaltungen usw.
- ◆ Funktioniert gut in mittelgroßen Städten

Veranstaltungen: warum?

- ◆ Aufmerksamkeit
- ◆ Neuer Besuchertypen
- ◆ Presseresonanz
- ◆ Wirkung nach innen: Weiterentwicklung
- ◆ Viele Veranstaltungen „rechnen sich nicht“, sondern dienen als Mittel zur Kommunikation
- ◆ Dennoch: Qualität!

Veranstaltungen im Mathematikum

- ◆ Eröffnungen

- ◆ Jubiläen (x-ter Besucher)

- Stadt, Region, 100.000, 1.000.000, ...

- ◆ Kindervorlesungen

- Monatlich ein neues Thema

- ◆ „Beutelspachers Sofa“

- Der Talk im Mathematikum

- ◆ Pi-Weltrekord



Zusätzliche Medien

◆ Was sich bewährt hat:

- Flyer, Jahresprogramme

◆ Was wir nicht (kaum) machen

- Plakate
- Anzeigen
- Agenturen

Eingesetzte Mittel

- ◆ Leitungsaufgabe
- ◆ Mitarbeiterin (2 halbe Tage)
- ◆ Journalistin auf Stundenbasis

- ◆ Bis vor 3 Jahren: wenige T Euro (Druckkosten Flyer)
- ◆ Jetzt zusätzlich: Jahresprogramm
 - Auflage 140.000
 - Beilage in den regionalen Zeitungen

Wen erreichen wir nicht?

- ◆ Kinder und Jugendliche
 - Eltern und LehrerInnen
- ◆ Menschen aus bildungsfernen Schichten
 - Besuche von Schulklassen
- ◆ Menschen außerhalb der Region

Überregionale Aufmerksamkeit?

- ◆ Ist – selbst bei großem Budget – schwierig!
- ◆ Im Mathematikum:
 - Wanderausstellung
 - Vorträge
 - Berichte in überregionalen Medien
 - Anzeigen in „Ihr Reiseplan“ der ICs durch Gießen

Zusammenfassung

- ◆ Gutes Produkt
- ◆ Klares Profil
- ◆ Kontinuität

- ◆ Pressearbeit
- ◆ Veranstaltungen, die „etwas besonderes“ sind
- ◆ Plakate, Anzeigen