

Wissenschaftskommunikation Fakultät Sozialwissenschaften TH Nürnberg

Handreichung zum Projekt WiKoSoWi

Wissenschaftskommunikation an der Fakultät Sozialwissenschaften

Qualitative Auswertung von Expert*inneninterviews und Entwicklung von Pilotformaten.

Immanuel Busch

Sabine Weiß

Projektleitung: Prof. Dr. Ruth Limmer

2023

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Ausgangssituation | 4 |
| 2 | Zielsetzung und Forschungsfragen | 5 |
| 3 | Methodik & Auswahlkriterien | 8 |
| 3.1 | Literatursynopse | 8 |
| 3.2 | Methodik der Expert*inneninterviews | 8 |
| 3.3 | Methodik des Studierendengesprächs | 9 |
| 3.4 | Auswahlkriterien für die Pilotformate | 9 |
| 3.5 | Auswahlkriterien exemplarischer Good Practice | 10 |
| 4 | Ergebnisse | 12 |
| 4.1 | Kriterien guter Wissenschaftskommunikation | 12 |
| 4.2 | Good Practice anderer Hochschulen | 13 |
| 4.3 | Perspektiven der Kolleg*innen | 15 |
| 4.4 | Perspektiven der Studierenden | 25 |
| 4.5 | Geeignete Formate | 25 |
| 4.5.1 | Science Slam | 26 |
| 4.5.2 | Podcast Wörterwiese | 27 |
| 4.5.3 | Newsletter | 29 |
| 4.5.4 | Mittagsgespräche Theorie – Forschung – Praxis | 31 |
| 5 | Handlungsempfehlungen | 33 |
| 5.1 | Empfehlungen der Expert*inneninterviews | 33 |
| 5.2 | Empfehlungen aus den Erkenntnissen des Studierendengesprächs | 34 |
| 5.3 | Empfehlungen aus den Erkenntnissen der Pilotphase | 35 |
| 6 | Fazit/Perspektiven | 36 |
| 7 | Literaturverzeichnis | 37 |

Fotos: Science Slam 2022 von Sabine Weiß

Alle Formate (Podcast Wörterwiese, Science Slam, Newsletter) sind auf der Website der Technischen Hochschule Nürnberg unter Wissenschaftskommunikation an der Fakultät Sozialwissenschaften zu finden. Der Podcast Wörterwiese ist auch auf Spotify, Apple Podcast u.a. Portalen.



Danksagung

Der erfolgreiche Verlauf des Projektes wäre in dieser Form nicht ohne die wertvollen Beiträge und Hinweise aller beteiligten Kooperationspartner*innen, Expert*innen und Kolleg*innen möglich gewesen. An dieser Stelle möchten wir unseren Dank ausdrücken.

Insbesondere danken wir der Fakultätsreferentin Martina Wucher für die umfangreiche Unterstützung im Lauf des Projektes. Sehr hilfreich waren auch die vielfältigen Impulse seitens der Projektbeirätin Fr. Prof. Dr. Susanne Heidenreich und des Projektbeirates Matthias Wiedmann in seiner Funktion als Leiter der Kommunikationsabteilung.

Weiterhin möchten wir uns bei allen Beteiligten für die zeitintensive Teilnahme an den Expert*inneninterviews und die damit verbundenen, tiefgreifenden Einblicke in ihr spezifisches Wissen zu Fakten, Prozessen und Erfahrungswerten in Bezug auf die vorliegenden Fragestellungen bedanken.

Zudem gebührt unsere Wertschätzung allen Teilnehmenden an unseren praktischen Pilotformaten. Die technische Expertise des Kollegen Dirk Irlner hat ebenfalls immer wieder erheblich zum Erfolg in der praktischen Umsetzung unserer Pilotformate beigetragen, auch hier vielen Dank.

Abschließend bedanken wir uns bei der Gruppe der Vertreter*innen der Fachschaft SW sowie den weiteren teilnehmenden Studierenden für ihr Engagement, die im Rahmen eines offenen Gruppengesprächs ihre studentischen Perspektiven auf das Thema der Wissenschaftskommunikation an unserer Fakultät mit uns geteilt haben.

1 Ausgangssituation

Über die bestehenden Formen der Öffentlichkeitsarbeit an der Fakultät Sozialwissenschaften beziehungsweise der Hochschule konnten bisher nicht alle Inhalte des wissenschaftlichen Outputs der Fakultät berücksichtigt werden. Viele Informationen wurden bis jetzt über die Webseite der Fakultät, den Alumni-Newsletter und die Abteilung Hochschulkommunikation und -marketing (im Folgenden KOM) nach außen kommuniziert. Die Formate der KOM, wie die Pressemitteilungen oder auch die Beiträge über das OHM-Journal, fokussieren insbesondere die großen Forschungsthemen der Drittmittelforschung, um sie in der breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen. Gleichzeitig besteht im Kollegium der Fakultät SW an vielen Stellen der Eindruck, dass diese Formate der Hochschulkommunikation einen relativ hochschwelligem Zugang aufweisen.

Vermutet wurden Bedarfe nach weiteren Formaten, welche auch Prozesse und Ergebnisse anderer Projekte – speziell auch aus der Lehrforschung – in einer kleineren Rahmung sowohl bei Praxis- und Kooperationspartner*innen der Fakultät, bei Funktionsträger*innen der Kommunalpolitik und der interessierten Öffentlichkeit in der Region nach außen als auch zwischen dem Kollegium und der Studierendenschaft der Fakultät nach innen verstärkt und niedrigschwellig sichtbar machen. Dies soll im Folgenden untersucht werden.

2 Zielsetzung und Forschungsfragen

Vor diesem Hintergrund wurden durch das Dekanat der Fakultät SW Mittel der High-Tech-Agenda Plus zur Förderung der Forschungsentwicklung an den Hochschulen für angewandte Wissenschaften eingeworben, um das Projekt WiKoSoWi (Wissenschaftskommunikation Sozialwissenschaften) ins Leben zu rufen und innerhalb der Projektlaufzeit vom 01.10.2021 bis zum 30.09.2022 die bestehenden Bedarfe näher zu erfassen. Dabei wurden folgende Ziele verfolgt: zunächst sollten aktuelle Kriterien für eine gelungene Umsetzung von Wissenschaftskommunikation anhand relevanter Fachliteratur eruiert und mit Verweisen auf Good Practice an anderen Hochschulen mit ausgewählten Beispielen dargestellt werden.

Des Weiteren sollten die Perspektiven der Stakeholder*innen der Fakultät auf das Thema Wissenschaftskommunikation erfragt werden. Bei den Stakeholder*innen handelt sich um Lehrende, insbesondere um drittmittelaktive Kolleg*innen mit Deputatsreduktion, forschungsaktive Kolleg*innen mit einem Freikauf (mehr als 2 SWS im WS 21/22 sowie im SoSe 22) sowie forschungsaktive Kolleg*innen ohne bzw. mit geringfügiger Deputatsermäßigung (bis zu 2 SWS im WS 21/22 sowie im SoSe 22).

Aus forschungsökonomischen Gründen konnten die Perspektiven weiterer Stakeholder*innen (wie der Studierendenschaft der Fakultät SW sowie dem E-Institut) zu diesem Zeitpunkt nur punktuell erfasst werden. Sie konnten lediglich ergänzend als perspektivische Impulse für mögliche weitere Dialoge zwischen Stakeholder*innen nach Ablauf der Projektlaufzeit in den vorliegenden Bericht mit einfließen.

Ebenso sollte eine Suche nach für die Fakultät geeigneten Formaten für die Wissenschaftskommunikation erfolgen – inklusive exemplarischer Umsetzung einiger Pilotformate und einer ersten bewertenden Einschätzung im Sinne formatnaher Rückmeldungen.

Abschließend wurden die Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem Projektverlauf in Handlungsempfehlungen in Form der vorliegenden Handreichung für die Fakultät Sozialwissenschaften abgebildet.

Aus den Projektzielen leiten sich folgende zentrale Forschungsfragen ab:

- Existieren Qualitätskriterien für Wissenschaftskommunikation?
- Wie sieht exemplarische Good Practice der Wissenschaftskommunikation an anderen Hochschulen aus?
- Wie könnten Bedarfen und Herausforderungen in Bezug auf die Wissenschaftskommunikation für das Kollegium der Fakultät SW am besten entsprochen werden?
- Welche Eigenschaften haben Formate der Wissenschaftskommunikation, um sich gut für den Einsatz an der Fakultät SW zu eignen?

Zielgruppen

Für die Entwicklung von Pilotformaten waren für das Dekanat der Fakultät Sozialwissenschaften folgende Überlegungen zur Entwicklung der Wissenschaftskommunikation maßgebend: Zunächst können Herstellungskontexte, in denen wissenschaftliche Arbeit an der Fakultät geleistet wird, unterschieden werden. In den benannten Kontexten entstehen regelhaft Beiträge, die kommuniziert bzw. veröffentlicht werden können. Daneben sind die potentiellen Zielgruppen der Wissenschaftskommunikation zu differenzieren, die auf der Ebene der Fakultät als Organisationseinheit der Hochschule bisher von besonderer Relevanz sind (s. Abbildungen unten). Die Scientific Community, denen die Wissenschaftler*innen der Fakultät über die Themen und Disziplinen, in denen sie tätig sind angehören, ist bewusst nicht als eine Zielgruppe der Fakultät als Organisationseinheit aufgeführt. Die Kommunikation in die jeweilige Scientific Community liegt unmittelbar bei den jeweiligen Kolleg*innen. Auf Fakultätsebene erfolgt hier allenfalls organisationale Unterstützung – beispielsweise, wenn es darum geht Fachtagungen auszurichten oder den Kontakt zur Kommunikationsabteilung der Hochschule für die Berichterstattung herzustellen. Das Interesse der verschiedenen Zielgruppen an den wissenschaftlichen Inhalten dürfte je nach Herstellungskontext variieren. Beispielsweise sind Erkenntnisse aus der Gestaltung und Weiterentwicklung von Lehre insbesondere für das Kollegium der Fakultät oder ggf. für die Hochschullehre von Interesse. Studentische Projekte sprechen primär Praxispartner*innen, Kommiliton*innen und das Kollegium der Lehrenden der Fakultät an. Befunde aus drittmittelgeförderten oder drittmittelunabhängigen Forschungsarbeiten können dagegen für alle Zielgruppen der Fakultät relevant sein.

Herstellungskontexte wissenschaftlicher Inhalte

Gestaltung und Weiterentwicklung von Lehre/Lehrformaten

Lehrforschung/Studentische Projekte & Qualifikationsarbeiten

Drittmittelgeförderte Forschung/Auftragsforschung

Drittmittelunabhängige Forschung*

** Unter drittmittelunabhängiger Forschung wurden Forschungsarbeiten und/oder wissenschaftliche Publikationen gefasst, die ohne dafür ausgewiesene finanzielle Ressourcen von Kolleg*innen erstellt werden.*

Zielgruppen für Wissenschaftskommunikation aus Perspektive der Fakultät Sozialwissenschaften (SW)

Kollegium-SW

Studierende-SW

Studieninteressierte

Alumni

Hochschule

Praxispartner*innen

Stadtgesellschaft/breite Öffentlichkeit

Pressearbeit/KOM

Bezogen auf die Pilotformate des Projektes WiKoSoWi lassen sich die Zielgruppen weiter konkretisieren. Mit dem Format des Science Slam Seminars als Lehrveranstaltung mit Abschlussevent wurden in erster Linie Studierende als (fakultätsübergreifend) aktiv Teilnehmende sowie als Teil des Publikums angesprochen. Das Abschlussevent selbst war auch für alle anderen Zielgruppen in der Rolle des Publikums geöffnet und wurde entsprechend breit per Rundmail und Social Media Posts beworben. Der Podcast Wörterwiese spricht bezogen auf die aktiv Teilnehmenden sowohl Alumni, Studierende, Emeriti, Lehrende sowie Praxispartner*innen an. Die Rezipient*innen des Formats sind hingegen wieder offen gehalten, auch wenn aufgrund der Eingrenzung des Podcasts auf Themen der Sozialen Arbeit die Vermutung nahe liegt, dass sich die Zuhörerschaft hauptsächlich aus den selben Zielgruppen der aktiv Teilnehmenden sowie den Interessierten an einem Studium der Sozialen Arbeit an der THN zusammensetzt. Der SW-Newsletter spricht sowohl in der Rolle der aktiv inhaltlich Beitragenden als auch in der Rolle der Rezipient*innen insbesondere Alumni, Studierende, Emeriti, Lehrende sowie Praxispartner*innen an. Das Format der Mittagsgespräche hingegen legt einen Fokus auf den Bedarf des hauptamtlichen Kollegiums der Fakultät, sich intern in einem geschützten Rahmen auszutauschen und über laufende Forschungsprojekte zu informieren.

3 Methodik & Auswahlkriterien

In diesem Kapitel wird zunächst das Vorgehen bei der Literatursynopse (3.1) sowie die Methodik der Expert*inneninterviews (3.2) und des Studierendengesprächs (3.3) erläutert. Die Auswahlkriterien der Pilotformate (3.4), orientieren sich an Partizipation, Dialogorientierung und Nachhaltigkeit. Den Abschluss bilden die Auswahlkriterien exemplarischer Good Practice (3.5).

3.1 Literatursynopse

Zur Bestimmung von Kriterien guter Wissenschaftskommunikation sowie der Auswahl exemplarischer Good Practice kam eine vergleichende Literaturrecherche zum Einsatz, um eine Übersicht über den aktuellen fachlichen Diskurs zu erhalten. Dabei lag der Fokus der Recherche auf einschlägiger Fachliteratur in Ergänzung mit aktuellen Fachartikeln von Expert*innen sowie Beiträgen und Leitfäden mehrerer Expert*innengremien. Die in der Literatur bestehenden Überlegungen zu Qualitätskriterien der Wissenschaftskommunikation dienten dann neben anderen Faktoren auch bei der Auswahl der Pilotformate sowie bei der Auswahl exemplarischer Good Practice der Wissenschaftskommunikation an anderen Hochschulen als Grundlage.

3.2 Methodik der Expert*inneninterviews

Im Vorfeld der Interviews wurde gemeinsam mit der Dekanin Prof. Dr. Limmer ein Interviewleitfaden erstellt. Dieser wurde in Kooperation mit der Projektbeirätin Prof. Dr. Heidenreich einem Pretest unterzogen und basierend auf dem Feedback entsprechend angepasst, bevor der Leitfaden in den Interviews eingesetzt wurde.

Die Interviews wurden via Zoom durchgeführt, als Audiodateien aufgezeichnet und anschließend transkribiert. Bei der Auswertung der Expert*inneninterviews wurde auf die computergestützte Inhaltsanalyse nach Kurkartz mit Hilfe der Analysesoftware MAXQDA zurückgegriffen (Kuckartz & Rädiker, 2020).

Wie bei der qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz vorgesehen, wurde bei der Bearbeitung der Forschungsfrage darauf geachtet, zwischen Textarbeit, Kategoriebildung, Codierung, Analyse und Ergebnisdarstellung zu wechseln und nicht nacheinander abzuarbeiten. So war es im Prozess immer wieder erforderlich, Subkategorien zu erstellen, die Teilaspekte darstellten.

Bei diesem Vorgang sollten die deduktiv aus der Forschungsfrage und dem Interviewleitfaden ermittelten Kategorien zusätzlich um induktive ergänzt werden, die sich vom Material selbst ableiteten.

Die Erkenntnisse aus den Interviews wurden mit der größtmöglichen Sorgfalt formal anonymisiert dargestellt. Es ist aufgrund der Stichprobenziehung und dem Kontext der Befragung nicht auszuschließen, dass sich Einzelpersonen in den Aussagen wiedererkennen. Über diesen Umstand wurden alle Teilnehmenden informiert.

3.3 Methodik des Studierendengesprächs

Um die Kapazitäten des Projektes nicht zu sprengen, wurde für die Aufnahme der studentischen Perspektive in das Projekt gemeinsam mit der Fachschaft ein offenes Gruppengespräch organisiert. Dabei wurden in Form eines Brainstormings zu den Kernfragen des Projekts studentische Eindrücke gesammelt, diskutiert und die zentralen Impulse auf einem für diesen Zweck erstellten Padlet festgehalten.

Abgefragt wurden nach einem Input zu möglichen Qualitätskriterien der Wissenschaftskommunikation persönliche Präferenzen und Wünsche der Studierenden in Bezug auf Formate, Voraussetzungen für eine gelungene Wissenschaftskommunikation sowie studentische Erfahrungen mit dementsprechenden „Baustellen“ an der Fakultät SW. Trotz breiter Bewerbung per Mail an den Studierendenverteiler der Fakultät, die Social Media Kanäle der Fachschaft und einem ausreichenden zeitlichen Vorlauf war kaum Interesse seitens der Studierenden erkennbar. Abseits der beiden Moderator*innen der Fachschaft nahmen lediglich drei weitere Studierende teil, von denen zwei als Masterstudierende bereits vertiefte Forschungserfahrung vorweisen konnten. Die Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Gesprächen bieten erste Hinweise auf die studentischen Perspektiven.

3.4 Auswahlkriterien für die Pilotformate

Für die Auswahl der Pilotformate haben sich die Projektbeteiligten an den aktuell bestehenden Überlegungen zu Qualitätskriterien der Wissenschaftskommunikation orientiert (Kap. 4.1), insbesondere an der Entwicklung hin zu partizipativen und dialogorientierten Formaten. Die gewählten Formate sollten sowohl eine Aussicht auf eine Steigerung der Öffentlichkeitswirksamkeit der wissenschaftlichen Aktivitäten der Fakultät aufweisen als auch das bestehende Formatportfolio der Wissenschaftskommunikation an der Fakultät passend ergänzen beziehungsweise weiterentwickeln.

Seitens des Dekanats wurde zudem der Wunsch geäußert, zusätzliches Augenmerk darauf zu legen, dass die Pilotformate dem Anspruch der Nachhaltigkeit entsprechen, insbesondere im Sinne der Option einer unkomplizierten Verstetigung der Formate an der Fakultät unter Einbezug bestehender Ressourcen. Aus Perspektive der Projektmitarbeitenden haben sich dafür insbesondere drei Formate der Wissenschaftskommunikation für ein Pilotprogramm an der Fakultät angeboten: Ein Science Slam in Form eines AW-beziehungsweise KÄB-Seminars, ein Podcast unter Einbezug von (ehemaligen) Studierenden, Lehrenden und Praxispartner*innen sowie eine Modernisierung und Zielgruppenöffnung des bisherigen Alumni-Newsletters der Fakultät. Die detaillierte Darstellung der formativen Umsetzung sowie die Diskussion vorhandener formatnaher Rückmeldungen findet sich in Kapitel 4.5.

Abgesehen davon sind die Möglichkeiten, wissenschaftliche Erkenntnisse zu kommunizieren und darüber in den Austausch zu gehen, sehr vielfältig. Einen weiterführenden Einblick in diese Vielfalt gewährt die im Rahmen des Projektes erstellte Übersicht über Kommunikationsformate mit einer Auflistung exemplarischer Beispiele sowie die daraus entwickelte Sortierung nach Methoden/Medien.

3.5 Auswahlkriterien exemplarischer Good Practice

Für die Auswahl exemplarischer Good Practice der Wissenschaftskommunikation haben sich die Projektmitarbeitenden an den aktuell bestehenden Überlegungen zu Qualitätskriterien der Wissenschaftskommunikation orientiert (Kap. 4.1), insbesondere an der Entwicklung hin zu partizipativen und dialogorientierten Formaten. Zunächst ist zu bedenken, dass die Auswahl an positiven Beispielen durch die tatsächlich bestehenden Formate an den untersuchten elf anderen Hochschulen in Bayern begrenzt ist. Weiterhin wurden für die Internetrecherche nach Good Practice ebenfalls die in den Expert*inneninterviews geäußerten Impulse und Wünsche unseres Kollegiums berücksichtigt. Um auch für Letzteres Beispiele für gelungene Formate zu finden, musste der Suchradius mit der Julius-Maximilians-Universität Würzburg und der FAU Erlangen auch auf zwei Universitäten erweitert werden. Auch wenn den Projektbeteiligten die vielfältigen strukturellen Unterschiede zwischen den Systemen Technischer Hochschulen und Universitäten bewusst ist, so können von den Formaten an der FAU dennoch einige Impulse für eine Weiterentwicklung der Wissenschaftskommunikation an unserer Fakultät gewonnen werden, welche den Wünschen des Lehrendenkollegiums entgegenkommen könnten. Die detaillierte Darstellung und Diskussion dieser Beispiele von Good Practice der Wissenschaftskommunikation findet sich in Kapitel 4.2.

2005 noch rund 60
Betrachten an
Hintergrund als
verwendet zu haben
nur noch 44,1 Prozent
nur noch 17,3 Prozent



4 Ergebnisse

In diesem Kapitel werden zentrale Aussagen der befragten Expert*innen wiedergegeben und kommentiert. Dabei ist zu beachten, dass in den Kommentaren wiedergegebene Meinungen der Expert*innen nicht zwingend die Meinung der Projektmitarbeitenden widerspiegelt. Die Bandbreite der Aussagen der Interviewpartner*innen war groß und differenziert. Die Kriterien guter Wissenschaftskommunikation (4.1) diverser Institutionen bilden dazu den Auftakt, um sich einem Bewertungssystem anzunähern. Im Anschluss werden Good Practice anderer Hochschulen (4.2) vorgestellt, um danach die Perspektiven der Kolleg*innen (4.3) und der Studierenden (4.4) vorzustellen. Zum Schluss werden geeignete Formate (4.5) präsentiert.

4.1 Kriterien guter Wissenschaftskommunikation

Für das Projekt WiKoSoWi wird nach Absprache mit dem Dekanat SW unter dem Begriff der Wissenschaftskommunikation insbesondere die Kommunikation der sozial-, geistes- und naturwissenschaftlichen Forschung der Fakultät an folgende Zielgruppen verstanden:

- (Ehemaliges) Kollegium der Fakultät SW
- (Ehemalige) Studierende der Fakultät SW
- Studieninteressierte
- Praxispartner*innen
- Pressearbeit/KOM
- Fakultätsübergreifende Kollegien der THN
- Fakultätsübergreifende Studierendenschaften THN
- Stadtgesellschaft/breite Öffentlichkeit

Dabei stellt sich die Suche nach Kriterien guter Wissenschaftskommunikation im Allgemeinen in der relevanten Fachliteratur zum aktuellen Zeitpunkt als herausfordernd dar. Es existieren im wissenschaftlichen Diskurs noch kaum allgemein anerkannte Positionen zu dieser Frage (Wormer, 2017, S. 437 ff.; Mede, 2022). Vielmehr ist die Suche nach Qualitätskriterien immer noch Gegenstand fortlaufender Aushandlungsprozesse in diversen Institutionen und Gremien wie dem Nationalen Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik), dem Wissenschaftsrat (WR), dem Bundesverband Hochschulkommunikation, dem Deutschen Rat für Public Relations (DRPR) oder auch dem Siggener Kreis.

Für eine vorläufige Annäherung an Qualitätskriterien der Wissenschaftskommunikation ergibt es Sinn, sich den historischen Kontext zu vergegenwärtigen. Dabei gibt es seit den 1960er Jahren bis heute eine Entwicklung von einem Verständnis der Wissenschaftskommunikation als beherrschendem Top-Down Prozess hin zu partizipativen und dialogorientierten Modellen. Dem partizipativen Charakter wird nach aktuellem Forschungsstand eine zentrale Bedeutung für den Erfolg von Wissenschaftskommunikation zugeschrieben, zumindest bei diesem Merkmal besteht weitgehende Einigkeit (Raupp, 2017, S. 147 ff.; Mede, 2022).

Eine weitere Dimension für Kriterien guter Wissenschaftskommunikation könnte auch in der Schaffung ethischer Standards liegen. Diese Dimension scheint spätestens unter Berücksichtigung der gesellschaftlichen Ereignisse in der COVID-19-Pandemie wie beispielsweise dem Erstarken von Fake News und Verschwörungsmethoden deutlich an Bedeutung zu gewinnen: vor diesem Hintergrund hat der DRPR einen Entwurf zur Richt-

linie zur Wissenschaftskommunikation (2022) sowie eine (beinahe identische) Richtlinie zur Wissenschafts-PR mit ethischen Anforderungen an Wissenschaftskommunikation (2022), ihre Kommunikator*innen und die Wissenschaftler*innen selbst vorgelegt, in welchem sowohl auf grundsätzliche ethische Anforderungen wie beispielsweise Faktentreue und im direkten Kontext dazu ein bewusster Umgang mit Methoden des Storytellings, Verständlichkeit und Transparenz ebenso eingegangen wird wie auf verantwortungsvolles Handeln von Wissenschaftler*innen und Kommunikator*innen in Führungsebenen, in beratenden und steuernden Funktionen und bei öffentlichen Auftritten. Insofern übernimmt die Wissenschaftskommunikation der Fakultät SW als Teil der THN auch eine Gatekeeperfunktion.

Abgesehen von der historischen Dimension in Bezug auf verschiedene Modelle der Wissenschaftskommunikation und mögliche ethische Standards existieren auch Ansatzpunkte mit Bezug auf Inhalt und Umsetzung, um Kriterien der Wissenschaftskommunikation zu bestimmen. Das NaWik stellt dabei in seinem Leitfaden Präsentieren mit den fünf Dimensionen Thema, Medium, Stil, Zielgruppe und Ziel diese Bestandteile der Wissenschaftskommunikation in Form eines Pfeils vor, welche für eine gelungene Wissenschaftskommunikation generell beachtet und in Berücksichtigung des Projektkontextes in Einklang gebracht werden sollten (2021). Die NaWik-Dozentin Dr. Mai Thi Nguyen-Kim erklärt den NaWik-Pfeil, ein wichtiges Werkzeug in der Wissenschaftskommunikation im Videotutorial: Wegweiser der Wissenschaftskommunikation – der NaWik-Pfeil. (2019).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass vor allem **Partizipation** und **zielgruppenspezifische Kommunikation** Kriterien guter Wissenschaftskommunikation sind und auch bei der Auswahl unserer Pilotformate entscheidend waren.

Entsprechend des Entwicklungsstadiums der Qualitätskriterien ist auch die Wirksamkeit von Wissenschaftskommunikation noch nicht messbar (Rhombert, 2017, S. 413). Abseits genereller Qualitätskriterien für die Wissenschaftskommunikation hat Viola Falkenberg für Forschende gegen Ende des Jahres 2021 ein umfangreiches Praxishandbuch mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Checklisten und Übungen zu erfolgreicher Konzeption und Umsetzung diverser Formate der Wissenschaftskommunikation veröffentlicht, auch eine aktuelle Übersicht für entsprechende Fördermittelmöglichkeiten ist enthalten (2021).

Eine erschöpfende Darstellung des Forschungsstandes ist aufgrund seiner Komplexität im gegebenen Rahmen nicht möglich.

4.2 Good Practice anderer Hochschulen

Im Folgenden sollen aus der Perspektive der Projektmitarbeitenden einige positiv hervorstechende Beispiele der Good Practice in der Wissenschaftskommunikation anderer bayerischer Hochschulen kurz vorgestellt werden. Die Auswahl fiel dabei auf die Hochschule München, die Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt, die Julius-Maximilians-Universität Würzburg sowie auf die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.

Vor dem Hintergrund des Science Slam Pilotformates im Rahmen dieses Projektes ist zunächst der Digi-Slam der Fakultät BWL an der Hochschule München erwähnenswert. Die Digi-Slam Veranstaltungsreihe erscheint dabei als modifizierte Version eines Science Slams. Das Ziel des Formates besteht hier nicht nur in der unterhaltsamen, interaktiven und trotzdem wissenschaftlich fundierten Präsentation der Studienergebnisse von Masterstudierenden an die interessierte Fachöffentlichkeit. Den teilnehmenden Studierenden soll auch die Möglichkeit gegeben werden, direkt im Rahmen des Formates Feedback aus dem Fachpublikum zur Umsetzbarkeit der Ergebnisse in die Praxis zu erhalten, während die Besucher des Events sich sowohl

mit den Studierenden, Vertreter*innen der Hochschule und untereinander vernetzen können. Die beschriebene Spezialisierung des Formates berücksichtigt insofern sowohl die Bedarfe verschiedener beteiligter Stakeholder*innen als auch die aktuell geltenden Qualitätsstandards der Wissenschaftskommunikation in Bezug auf Partizipation und Dialogorientierung. Auch wenn dieses Beispiel nicht in den Sozialwissenschaften verortet ist, so könnten sich daraus doch interessante Impulse für eine weitere Optimierung oder auch Diversifizierungen des Science Slam Formats an der Fakultät SW ergeben, beispielsweise im Sinne eines Einbezugs der Praxis der Sozialen Arbeit.

Weiterhin verfügt die Hochschule Würzburg-Schweinfurt ebenso wie die THN über einen Publikationsserver (OPUS 4). Dabei weist die Anzahl der veröffentlichten Publikationen beginnend mit dem Jahr 2013 bis September 2022 mit 585 Dokumenten auf Seiten der FHWS annähernd das doppelte Volumen der Publikationen des OHM-Doks der THN (342 Publikationen) auf, obwohl die FHWS in Bezug auf ihre Studierendenzahlen mit rund 9.300 eingeschriebenen Studierenden deutlich kleiner ist als die THN mit ca. 13.000 eingeschriebenen Studiereden. Bereits diese Zahlen geben einen ersten Eindruck davon, dass die Publikationsserver an anderen Hochschulen deutlich aktiver genutzt werden als an der THN. Sie stützen zudem einige Aussagen in den von den Projektmitarbeitenden durchgeführten Expert*inneninterviews, denen zufolge der OHM-Dok-Server in den letzten Jahren nicht im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten genutzt wurde. Für die Nutzung sozialer Medien zur Wissenschaftskommunikation hat die Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Julius-Maximilians-Universität Würzburg ein sehr gut ausdifferenziertes Serviceangebot mit umfangreichen Informationen, Handlungsanleitungen und Beratungsangeboten zu einigen der bekanntesten Social Media Plattformen aufgebaut, darunter auch für Instagram. Fachbereichsübergreifend handelt die Universität auf Instagram mit einem Fokus auf die Zielgruppen der Studieninteressierten und Studierenden und stellt in diesem Zuge allen Interessierten vertiefte Einblicke in die professionelle Erstellung & Pflege von Instagramaccounts sowie in die offizielle Content-Strategie für die Instagramnutzung zur Verfügung. Diese Ressourcen könnten im Sinne einer Blaupause für den Aufbau vergleichbarer Strukturen an der TH Nürnberg im Allgemeinen sowie auf Ebene des Fachbereichs der Fakultät SW von besonderem Wert sein.

Besonders gute Beispiele umfangreicher Serviceangebote für Forschende – auch mit direkten Bezügen zur Wissenschaftskommunikation – finden sich zudem an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. So bietet die FAU neben umfangreichen Dienstleistungen rund um Förderungen und Antragstellung, wissenschaftlichen Nachwuchs und dem Service im Wissens- und Technologietransfer (diese Angebote existieren in gewissem Umfang auch an der THN und sind in der Zentralstelle für Wissens- und Technologietransfer verortet) unter anderem auch ein breites Serviceangebot der Universitätsbibliothek, ein fortlaufend entwickeltes Forschungsinformationssystem sowie ein spezifisches Beratungsangebot zur Wissenschaftskommunikation. Letzteres wird von der Pressestelle der FAU angeboten und beinhaltet neben Unterstützungsleistungen in Bezug auf klassische Pressemeldungen, -konferenzen und Expertenkommentare (ähnlich angeboten von der KOM an der THN) zusätzlich auch ausdrückliche Unterstützung in Bezug auf moderne, partizipative und dialogorientierte Formate der Wissenschaftskommunikation wie Science Slams, Social Media, Bürgerdialoge und Wissenschaftscafès.

4.3 Perspektiven der Kolleg*innen

Im Rahmen der Auswertung entstanden folgende Kategorien, die eine Übersicht über die von den Interviewpartner*innen geäußerten Inhalte bieten:

1. **Persönliche Erwartungen**
2. **Kommunikation**
3. **Partizipation**
4. **Weiterentwicklungsbedarf**
5. **Personalkapazität**
6. **Organisation**
7. **Weitere Impulse**

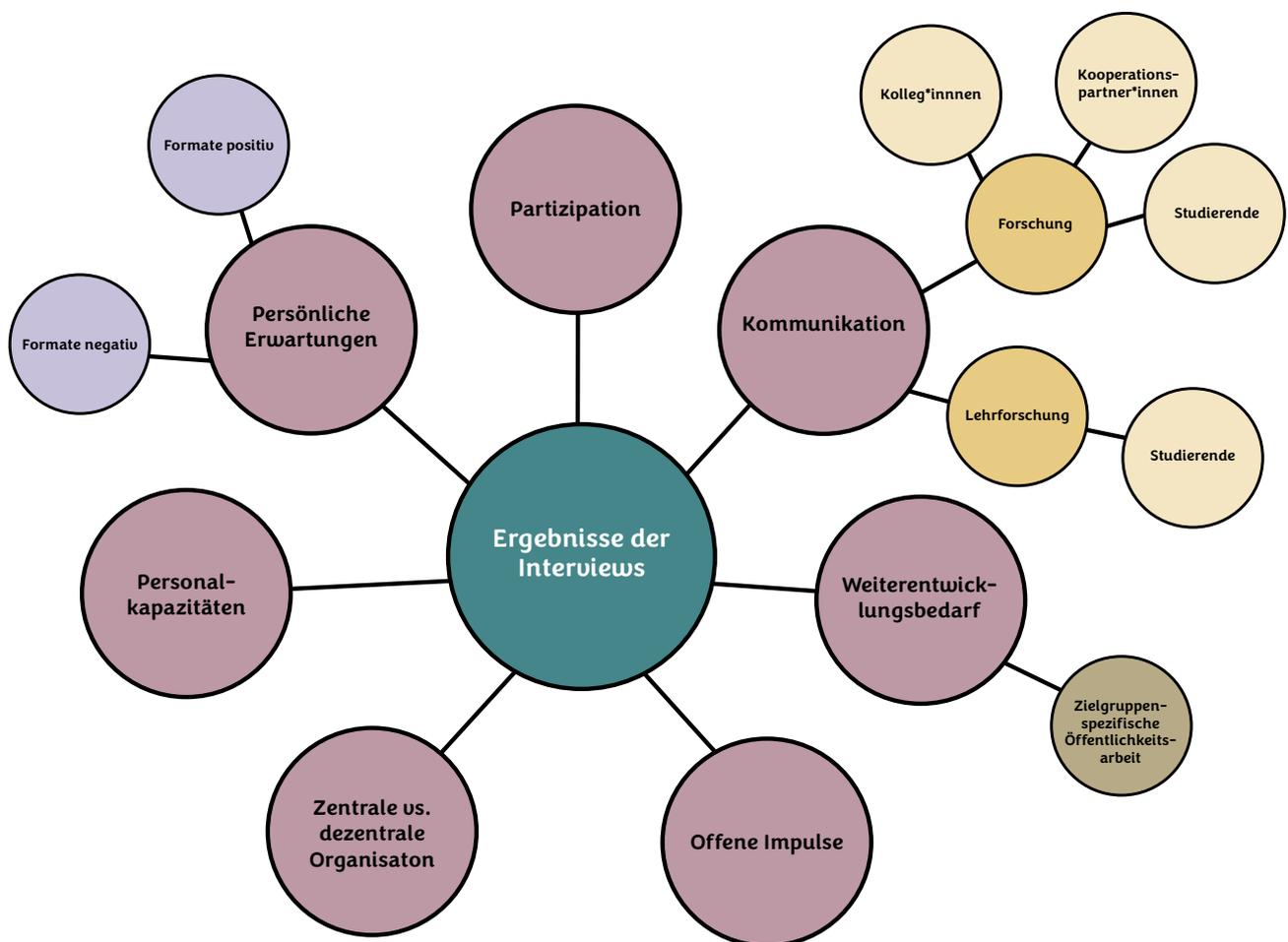


Abb.: Zentrale Themen im Kontext Wissenschaftskommunikation, die sich aus den leitfadengeführten Interviews mit 14 Kolleg*innen der Fakultät SW ergeben

Die Aussagen zur Kommunikation wurde dabei in zwei große Bereiche eingeteilt: Kommunikation in Bezug auf die Lehrforschung und Kommunikation in Bezug auf die (Drittmittel-)Forschung. Beide Bereiche waren im Status Quo sowie im Bedarf different.

Auch wenn eine abschließende Darstellung aller genannter Perspektiven im gegebenen Rahmen nicht möglich ist, sollen im Folgenden einige Einblicke in die Aussagen der Expert*innen dargestellt werden.

[1] **Persönliche Erwartungen** wurden im Hinblick auf positiv bzw. negativ wahrgenommene Wissenschaftskommunikationformate abgefragt. Besonders Formate, die Inhalte der Fakultät intern vermitteln, wurden vielfach positiv wahrgenommen. So zum Beispiel der modernisierte Newsletter, der den Alumni-Newsletter ersetzt, zukünftig über die Fakultät hinaus in partizipativer Form Stakeholder*innen der Sozialen Arbeit einbindet und die im WS 21/22 eingeführten „Mittagsgespräche Soziale Arbeit – Theorie, Forschung und Praxis“ (im folgenden „Mittagsgespräche“), die der fachwissenschaftlichen Kommunikation mit Kolleg*innen dienen. Diese sollten aber, wie mehrfach angemerkt, in einer angenehmen informellen Atmosphäre stattfinden und keine Fortsetzung im Vorlesungscharakter sein. Die Bedeutung konstruktiver Pausengestaltung und gemeinsamem Essen wurde hier betont:

„Bei uns hatte das den Namen White-Box-Meeting, also das war immer alles auf Englisch. Und aus dem Grund, weil die Leute da mit ihren Pizzen angekommen sind und Pizza gegessen haben. Das halte ich für was ganz Wichtiges, dass es ist nicht so einen formellen Charakter hat und dass das wirklich betont wird. Ich glaube, wir haben so Tendenzen, wenn wir das laufen lassen, dass es sowas formelles wird: ok, ich hab mich angemeldet für einen Vortrag mittags und so und da muss man, glaube ich, ganz bewusst dagegen steuern, dass das nicht zu so einem formellen Charakter wird und so ein Angstmeeting vielleicht für einige, wo man zerlegt wird und so weiter, sondern es wirklich so angenehmer Austausch bleibt.“ (B3, Pos. 32)

Forschungsaktive Lehrende veröffentlichen regelmäßig in verschiedenen Fachjournals. Nur wenige pflegen ihre Publikationen allerdings noch auf der Website der TH ein, da sie die Website mehrheitlich als veraltet und zu verschachtelt wahrnehmen. Zum Teil haben sie eigene Websites und/oder nutzen soziale Medien, um die Öffentlichkeit zu informieren. Gleichzeitig besteht der Wunsch nach mehr Kommunikation über die Hochschule. Hoffnungen werden auf die neu besetzte KOM gesetzt, dass diese mehr Öffentlichkeitsarbeit betreibt.

Inhouse Plakatausstellungen zu wissenschaftlichen Arbeiten werden zur Information von Lehrenden und Studierenden als effektiv angesehen, allerdings werden auch Veränderungen durch die Digitalisierung erwartet. Redaktionelle Unterstützung wird genauso gewünscht wie eine Ausweitung der Social Media Tätigkeiten, letztere werden bisher nur rudimentär wahrgenommen:

„Es wär auf jeden Fall denkbar, dass man über die Hochschule allgemein noch stärker kommuniziert. Da gab es auch immer wieder Bestrebungen in den letzten Jahren, die dann wieder eingeschlafen sind so ein bisschen. Die KOM zum Beispiel war eine Zeit lang gar nicht so richtig besetzt, jetzt ist es wohl wieder so, da könnte sicher mehr nach außen gehen über PR sozusagen. Also nochmal ein Thema über die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit zu verbreiten oder auch früher, ich weiß gar nicht, ob es das noch gibt, wurden Plakate aufgehängt, über Veranstaltungen innerhalb der Hochschule, dass eben die Studierenden und die Lehrenden auch informiert waren. Ich glaube, das ist inzwischen weitgehend digitalisiert, also da ließe sich sicher einiges noch optimieren. Gut fände ich, wenn da die redaktionelle Arbeit nicht immer bei den Leuten landen würde, die das Projekt machen, sondern wenn es tatsächlich Redakteure gäbe, die über Interviews oder auch über die Übernahme von Textvorschlägen oder sowas agieren und eigene Texte zusammenstellen könnten. Das Gleiche gilt natürlich für die Website. Besser werden kann man ganz sicher bei Social Media. Das ist etwas, was wir ja nur sehr ansatzweise betreiben. Ja, da gibt es so viel.“ (B13, Pos. 12)

In modernen Formate wie YouTube, Videos und Spiele-Apps wird ein Mehrwert für die Lehre wahrgenommen, besonders auch, um Studierende der nächsten Generation gewinnen zu können. Dabei wird aber auch berücksichtigt, dass dazu Unterstützungssysteme nötig sind, um professionelle Ergebnisse erzielen zu können. Videoproduktionen stellen ein besonderes Hindernis dar, da dazu umfangreiche technische und gestalterische Kenntnisse erforderlich sind:

„Ich fände es gut, auch noch viel mehr in YouTube [zu machen], weil ich glaube, auch Studierende, oder junge Menschen lernen tatsächlich immer mehr über YouTube und Videos, sie lesen nicht immer viel. Aber ich würde jetzt eben nicht Zuhause, oder auch mit dem Koffer, wir haben da so einen [Video-]Koffer, ich hab ihn auch nicht ausgeliehen, aber da ist man ja erst mal ziemlich auf sich alleine gestellt. Und da glaube ich, es lebt einfach davon, dass man Leute hat, die die Ressourcen haben, einem bei so einem Prozess zu begleiten, dass es was Professionelles wird.“ (B4, Pos. 24)

„Was ich jetzt eben ganz toll fand, war tatsächlich diese Liste, die ihr uns geschickt habt. Also da gab es von einem Spaziergang mit Studierenden bis hin zu einer Spiele-App alles, wo wir auch neu zu gewinnende Studierende in den nächsten Generationen, vielleicht auch noch gut ansprechen können.“ (B4, Pos. 76)

[2] **Kommunikation:** Kooperationen von Forschung und Praxis könnten durch (informelle) Gespräche z.B. auf Praxistagungen intensiviert werden, indem eine stärkere Durchmischung der Tagungssettings in Bezug auf die Dimensionen Praxis und Wissenschaft angestrebt wird:

„Auch Tagungen, die sind ja auch häufig unglaublich akademisch strukturiert, das müsste ja so auch nicht sein. Warum findet die Tagung nicht in der Praxis statt? Gibt es ja natürlich auch, aber die Logik ist eigentlich: das ist eine Praxistagung und das ist eine Wissenschaftstagung. Und da könnte vielleicht auch eine stärkere Durchmischung stattfinden. Grundsätzlich, das knüpft an den Punkt der Kooperation an: informelle Gespräche, glaube ich, sind auch sehr effektiv, könnte sein im Vergleich zu diesen formellen Settings: ich erzähl 45 Minuten was auf der Bühne und hundert Leute sitzen da.“ (B3, Pos. 16)

Der Ausbau der internen Wissenschaftskommunikation ist vielen Expert*innen ein wichtiges Anliegen. Dabei besteht auch der Wunsch, die interne Kommunikation auf Fakultätsebene mit weiteren Formaten zu unterstützen:

„Was ich mir wünschen würde, das wäre möglicherweise auch eine Aufgabe, die dann stärker in der Fakultät angesiedelt ist. Das ist tatsächlich so diese interne Kommunikation. Also ich bin überzeugt davon, dass ich von den wenigsten Kollegen, Kolleginnen weiß, was sie forschen, wie sie forschen, was sie damit machen?“ (B2, Pos. 16-17)

Interne Kommunikation kann neben der interkollegialen Kommunikation auch Studierende über die Lehrforschung einbeziehen und im Transfer zur Wissenschaftskommunikation werden. Dabei besteht nach Einschätzung der Befragten der Bedarf, gerade die Lehrforschungsprojekte unter Beteiligung der Studierenden sichtbar zu machen:

„... diese Studierendenprojekte auch sichtbar zu machen, halte ich für wichtig. Das fällt immer so ein bisschen hintenrunter. Aber das ist die Möglichkeit, auch auf kollegialer Ebene in den Austausch zu kommen, denn für uns ist es ja immer wichtig, wer macht was in welchem Seminar, was können die Studierenden lernen, welche Projekte machen sie? Und wenn das sichtbar wird, dann kann man das auch auf der Wissenschaftsebene natürlich viel besser kommunizieren und sagen, wir machen was weiß ich, Design Thinking oder sonst ein gelungenes Projekt mit den Studierenden. Was haben Sie dabei gelernt? Also man kann dann in diese Transferebene gehen und das auch wirklich wissenschaftlich kommunizieren.“ (B5, Pos. 28)

Die Befragten messen der Kommunikation mit Studierenden große Bedeutung bei. Dabei existieren Hindernisse, zentral scheint beispielsweise das Relevieren von Forschungserkenntnissen im Kontrast zu Praxisnarrativen für Studierende:

„Also an Studierende, das finde ich generell herausfordernd, Forschungsergebnisse zu kommunizieren. Ich glaube, es wird von vielen als sehr trocken erlebt, also empirische Forschungserkenntnisse, von vielen auch nicht, aber Praxisnarrative finden viel besser Anschluss an Studierende als diese klassischen wissenschaftlichen Tätigkeiten oder Berichte über wissenschaftliche Tätigkeiten. Das halte ich für eine Herausforderung. Der vorhin genannte Theoretiker, der würde sagen, das zu relevieren. Das ist ein Begriff von Novotny ein alter, das heißt, ein Relevantmachen für die anderen. Es muss irgendwie relevant sein, und das ist so der Knackpunkt. Ich kann nicht davon ausgehen, dass die die Relevanz so sehen, wie ich die sehe, sondern es muss erst relevant gemacht werden. Dieser Schritt ist meines Erachtens der zentrale Dreh- und Angelpunkt, das halte ich für herausfordernd. Dass man immer den Mehrwert für die Praxis darstellt alleine mit Worten, also ohne Erlebnisse und dem, dass die im Hörsaal mit dabei sind und man sich austauscht oder einen Vortrag hält, das ist grundlegend schon herausfordernd.“ (B3, Pos. 36)

Wenig Relevanz scheinen Veranstaltungen für Studierende zu haben, die nicht prüfungsrelevant sind. Lehrende empfinden diese Haltung als belastend und als Hindernis, um alternative Lehrformate zu initiieren, insbesondere unter Einbezug externer Referent*innen:

„Auch bei den Studierenden müssen wir ja sagen, wenn Dinge nicht prüfungsrelevant sind, dann wissen Sie ja selber, wie teilweise die Beteiligung in den Seminaren ist, dass man sich halt dann wirklich auch überlegt, ob man, wenn man externe Referenten zum Beispiel eingeladen hat, ob man das nochmal macht, wenn wir da mit fünf Leuten da stehen, was auch schon alles passiert ist. Wir hatten ja auch mal so eine Vortragsreihe vor ein paar Jahren hier, und die war für die Öffentlichkeit auch geöffnet, also das ging dann eigentlich ... aber ich hab halt auch schon erlebt, dass ich Referenten einlade im Seminare und dann kriege ich vorher drei Emails, ob das prüfungsrelevant ist. Ja, und dann ist nicht mal die Hälfte der Teilnehmer da und dann stehen dann noch manche auf und gehen, wenn ihnen klar wird, es ist nicht prüfungsrelevant.“ (B12, Pos. 36-37)

[3] **Partizipation** kann eine Möglichkeit sein, Forschungsinhalte für Studierende zu relevieren und sie an die Praxis der Forschung heranzuführen. Die Einbindung von Studierenden in Forschungsprojekte gibt ihnen erste Möglichkeiten, in der Praxis zu forschen:

„Wir haben auch versucht, an vielen Stellen immer wieder Studierende einzubinden. Ich meine, wir haben ja das Projekt, machen das auch wieder, aber auch das Letzte in der Kita und wir haben ja hier diesen EBL Studiengang. Und wir haben natürlich die Studierenden in dem Studiengang miteinbezogen, an verschiedenen Stellen. Zum Beispiel auch, ob ihre Einrichtung, weil die ja auch meistens arbeiten, das ist ja ein berufsbezogener Studiengang, also ob sie da als Forschungseinrichtungen mit zur Verfügung stehen für die Evaluation.“ (B15, Pos. 40)

Studien- und Forschungsinhalte sollten weiterhin nicht nur nach Top-Down Prinzipien vermittelt werden, sondern könnten auch im Sinne eines Dreischritts einen Erlebnis-Erfahrung-Erkenntnis-Prozess durchlaufen. Dieser Dreischritt erlaubt es den Studierenden, die Inhalte zu verinnerlichen, was zunächst auf affektiver Ebene durch das Erleben stattfindet und über die Erfahrung des Realen zur kognitiven Erkenntnis führt:

„Und dann gibt es am Schluss die Begegnung, in dem sozusagen, und das ist für mich auch eine Form von Wissenschaftskommunikation, ganz klein gedacht erstmal, nämlich, dass was ich an Erkenntnissen generiert hab, mit den Kommilitonen und Dozenten teile und im besten Sinne aus dem Erlebnis eine Erfahrung und aus der Erfahrung eine Erkenntnis finde, das ist für mich der Dreischritt Erlebnis-Erfahrung-Erkenntnis. Ohne das Erlebnis ist das alles warmes Gerede. Also wenn ich das nicht erfahre, und das ist auch das, was wir jetzt in „nachhaltig studieren“ mitbe-

kommen: die Studierenden erleben, dass sie ihre eigene Frage entwickeln dürfen, das braucht Zeit. Und Zeit ist eben nicht nur, das ist in dem Artikel auch drin, ist nicht nur Chronos, die gemessene Zeit, sondern eben auch Kairos, die qualitative Zeit, der Flow, das, wo ich sozusagen plötzlich merke, da öffnet sich ein Raum, in dem ich mich vertiefen kann.“ (B8, Pos. 4)

Würde man Studierenden die Möglichkeit geben, über Studien- und Forschungsinhalte öffentlich zu kommunizieren, könnte dies eine erfolgreiche Form des Peer-to-Peer-Learnings zur Gewinnung von neuen Studierenden sein. Wer kennt die Interessen der jungen, sozial interessierten Menschen besser als Studierende der Sozialen Arbeit? Der Studiengang Management der Neumarkter Hochschule beweist seine partizipative Linie und könnte als Beispiel für die Fakultät SW dienen:

„Also zum Beispiel die Neumarkter haben ja im Studiengang Management in der Öko Branche einen eigenen Insta Account, der von Studierenden verwaltet wird. Die haben da ihr eigenes Ding gemacht, also das geht auch. So das wär jetzt auch sowas, da ist schon eine Mitarbeiterin auch noch mit dabei, aber die Studierenden betreuen den quasi auch und füllen den auch mit Inhalten, also auch hier, co-produktiv quasi, das geht.“ (B11, Pos. 36)

Klassische Top-Down-Prinzipien werden von den Befragten als wenig effektiv eingeschätzt. Insofern bietet es sich an, Top-Down-Prinzipien der Wissenschaftskommunikation in vielen Fällen durch partizipative und kooperative Formate wie Workshops u.ä. zu ergänzen oder diese je nach Kontext ganz zu ersetzen:

„Aber wenn es jetzt die Praxis der Sozialen Arbeit ist, habe ich sehr gute Erfahrungen mit workshopähnlichen Formate gemacht. Diese klassische Wissenschaftslogik, die Kommunikationskanäle in der Wissenschaft, halte ich für überhaupt nicht effektiv, also Publikationen, beispielsweise Tagungsvorträge, das kommt in aller Regel nicht in der Praxis an. Vielleicht ist es ein bisschen überzogen, aber da gibt es auch relativ viel empirische Forschung dazu, dass da kein Austausch stattfindet... der Schlüssel ist hier Kooperation, also kooperative Settings schaffen und nicht dieses Top Down Prinzip: ich erzähl was und alle hören zu und saugen auf. Diese Containerlogik funktioniert nicht, das können wir jetzt nach einigen Jahrzehnten an Transfer- und Implementationsforschung eigentlich auch ohne Zweifel feststellen.“ (B3, Pos. 12)

Studierende könnten möglicherweise durch überhöht empfundene Ansprüche aus der wissenschaftlichen Lehre davon abgehalten werden, sich partizipativ an Forschungsprojekten zu beteiligen. Umgekehrt wird diesbezüglich aber auch ein Potenzial in der verstärkten Ermutigung der Studierenden durch das professorale Kollegium gesehen, um nach Beginn des Studiums bereits einen frühen Einstieg in Forschungstätigkeiten zu fördern:

„Ein zweiter wichtiger Punkt wird, glaube ich, das betrifft so ein bisschen die Haltung im Kollegium auch zu ich jetzt sag mal studentischer Forschung. Stoppt mich, wenn ihr was anderes meint, aber das hier noch mehr ermutigende Haltung passiert. Weil ich habe schon immer wieder auch erlebt, dass Studierende kommen, ja, dürfen wir das überhaupt? Ist es denn wissenschaftlich, wenn ich hier jetzt nur Interviews mache und nicht irgendwie 500 Bücher da mit rein gewurstelt habe? Diese Ermutigung, sich auf die eigenen Füße zu stellen und mal loszugehen und Fragen zu stellen und erstmal danach zu gucken. Also ich bin sehr für systematisches Forschen und so, überhaupt nicht falsch verstehen, aber manchmal werden die so ein bisschen erdrückt dadurch. Die kriegen dann so ein Seminar für Forschungsmethoden und denken dann, oh Gott, also das machen die großen Soziologen, jetzt weiß ich, warum das so kompliziert ist, das hat nix mit mir zu tun. Und das finde ich sehr schade, da sehe ich jetzt ein bisschen Entwicklungen schon auch, aber das finde ich einen wichtigen Punkt, dass man die Leute nicht immer von Grund auf, ach so wir dürfen das auch machen, so, sondern das muss ein bisschen, das das eine große Selbstverständlichkeit kriegt.“ (B10, Pos. 26)

[4] **Weiterentwicklungsbedarf** besteht beispielsweise in Bezug auf die Wissenschaftskommunikation an die breite Bürgergesellschaft. Offene, an zentralen Orten in der Stadt platzierte Forschungsateliers können Hochschule und Bürgergesellschaft näher bringen. Pop-up Läden als Begegnungsstätten und Kommunikationsorte als Kontrast zu musealer Repräsentation können eine niedrigschwellige Form der Wissenschaftskommunikation bieten. Weiterhin besteht Unterstützungsbedarf dabei, die Sichtbarkeit von Lehrforschungsprojekten auf das Niveau von Drittmittelforschungsprojekten anzuheben:

„Ich finde das gut, wenn es möglich wäre, einen Pop-up Laden in der Innenstadt zu mieten für die Wissenschaftskommunikation. Also im besten Fall in guter Lage in der Stadt, wo man öffentlich auch Seminare stattfinden lassen kann. Also sozusagen wo die Leute einfach durchs Schaufenster schauen können, wie Leute studieren. Wo man im Grunde Fragen vielleicht auch abliefern kann, wenn man neugierig ist, reingehen kann... also eine Art von niedrigschwelliger Forschung auch ermöglicht und zwar nicht im musealen Charakter. Ich hab ja dieses Zukunftsmuseum da mal angeguckt, das ist finde ich, das ist ein bunter leuchtender... Blingbling ist das für mich. Das ist repräsentativ und man kann da bisschen was ausprobieren, aber ich glaube nicht, dass es das ist, was man braucht. Und ich glaube, dass wir so eine Art Atelier, Forschungsatelier oder Atelier Soziale Gesellschaft oder etwas in der Form brauchen, dass man eben bespielt und zwar bespielt als gesamte Fakultät. (B8, Pos. 22)

Eine Datenbank für studentische Abschlussarbeiten, die von Studierenden selbst gepflegt wird, bindet Studierende partizipativ ein und bietet eine niedrigschwellige Plattform, Forschungsinhalte zu veröffentlichen. Andere Fakultäten haben dazu Organisationswege etabliert, die die Fakultät Sozialwissenschaften auch für sich nutzen könnte:

„Aber losgelöst davon finde ich, dass studentische, zum Beispiel Abschlussarbeiten, durchaus auch nochmal in den Fokus genommen werden könnten. Das ist eine Idee natürlich, was wir immer mal wieder diskutieren... es gab ja diese Datenbank OHM-Dok Abschlussarbeiten, dass man das wieder mal aktiviert. Problem war ja, ganz früher ist das so gelaufen, das eine wissenschaftliche Hilfskraft für alle Studierenden, die ihre Bachelorarbeit geschrieben haben, das eingegeben hat. Das kostet wieder Zeit und Geld, andere machen das anders. EFI beispielsweise, also ein Teil der Ingenieure, hat sich darauf comitted, dass die Studierenden das selber hochladen. Es ist natürlich da erstmal ein bisschen Mehraufwand, aber dadurch verteilt es sich natürlich, wenn ich weiß, ich muss meine Arbeit abgeben und lade die daneben auch noch in das OHM-Dok hoch. So hat man dann auch wieder ein bisschen eine Öffentlichkeit, eine Transparenz über die studentische Forschung geschaffen. Dann können Sie in der Datenbank nachgucken, hat zu dem Thema nicht schon irgendwann jemand mal was gemacht und bei wem ist das betreut worden? Vielleicht auch für Studierende, die Abschlussarbeitsmöglichkeiten suchen, ganz interessant, wenn man sowas einfach mal weiterdenkt.“ (B1, Pos. 20)

Forschendes Lernen an praxisrelevanten Orten zu praktizieren und dort mit Praxispartner*innen in den Diskurs zu gehen sollte, durch die Befragungsergebnisse gestützt, stärker etabliert werden. Dieser Ansatz würde zudem der bereits genannten Herausforderung entgegenkommen, Lehr- und Forschungsinhalte sowie Ergebnisse für die Studierenden zu relevieren:

*„Das war die Bestrafung in diesem Jugendheim, furchtbar [Kontexteinordnung der Projektmitarbeiter*innen: Es geht um die Bestrafung von Klient*innen durch die in einem Jugendheim angestellten Fachkräfte.]. Jetzt in ein Jugendheim gehen in eine Teamsitzung, sich eine halbe Stunde Zeit nehmen, um sowas diskutieren. Das ist sicherlich für den Studierenden eine tolle Lernerfahrung. Sowas kann ich mir gut vorstellen. Aber da muss man vorbereitet sein. Die Studierenden müssen Anträge schreiben, nach Institutionen suchen, die Leute überzeugen: geben Sie mir eine halbe Stunde Zeit. Ich möchte mit Ihnen einfach etwas besprechen. Das finde ich großartig, denn die machen in der Hochschule interessante Sachen. Nicht so, Ethik, ist das gut, ist das böse,*

sondern was ist das Gute und Böse im Alltag der sozialen Arbeit. Ist diese Strafe sinnvoll, gut, ethisch, gerechtfertigt oder eher nicht? Und die Studenten könnten in der Rolle der Experten auftauchen und sagen: ich habe gelernt, das und das ist richtig. Ich könnte mir gut vorstellen, dass sowas im Sinne der Wissenschaftskommunikation auf einer sehr niedrigen Ebene, wo die Didaktik sich verändert, nicht nur Forschungsergebnisse, sondern genauso im Sinne des forschenden Lernens. Das ist tatsächlich wunderbar und schafft unmittelbare Vernetzungsmöglichkeiten.“ (B9, Pos. 60)

Lehrforschungsprojekte, die an der Fakultät unter Beteiligung der Studierenden stattfinden, benötigen nach Auffassung mehrerer Forschender Unterstützungsmaßnahmen für eine bessere Sichtbarkeit. Insbesondere die Lehrforschungsprojekte in den Schwerpunkten generieren einen Fundus an Ideen und Handlungsempfehlungen, welcher idealerweise allen interessierten Studierenden, Lehrenden und Praxispartner*innen zugänglich sein sollte:

„Aber man darf nicht vergessen, dass es eben auch, sozusagen Forschung gibt, Lehrforschung und Forschung vielleicht in einem kleineren Rahmen, die vielfach stattfindet im Kontext von Seminaren. Auch Forschung, die vielleicht nicht so dezidiert immer auf Forschungsergebnisse abzielt, sondern auch auf den Forschungsprozess und die Förderung der Studierenden, die Unterstützung von Studierenden in ihrem Forschungsprozess, und das ist natürlich deutlich schwieriger darzustellen. Also wenn man jetzt keine Drittmittel hat, um das zu finanzieren und so weiter, dann ist es die Sichtbarkeit, viel schwieriger herzustellen und umso wichtiger wäre es, dass eben Plattformen geschaffen werden, die auch für Kolleginnen und Kollegen, die nicht so forschungsstark sind, die aber trotzdem dann vielleicht doch relativ leicht auch über ihre Ergebnisse berichten können.“ (B14, Pos. 48)

„Wie kann man das [sichtbar machen], was wirklich passiert an der Fakultät und da passiert ja einiges. Das Problem ist nur, dass es eben nicht sichtbar wird. Wie kann man das fördern? Ich habe anknüpfend an das, was du gerade gesagt hast, in den Schwerpunkten Projekte, die es dort gibt, da gibt es welche, da ist jetzt nicht viel Herzblut von ihren Studierenden rein geflossen und dann gibt es aber wieder Projekte, die sind toll und sollten weitergeführt werden.“ (B5, Pos. 44)

„Jetzt wenn ich an meine Lehre denke und an meine Lehrforschungsprojekte, ist es schon so, dass wir in den Schwerpunkten, in denen ich tätig bin, am Ende von zwei Semestern immer wieder Projekte von Studierenden haben, wo ichs sehr, sehr schade finde, dass nur ein begrenzter Kreis von Studierenden erfährt, was da gelaufen ist. Und dass dieser Fundus von erprobten Ideen, vielleicht sogar mit Handlungsempfehlungen oder zur Weiterentwicklung, dass das dann versandet.“ (B6, Pos. 4)

[5] Die bestehenden **Personalkapazitäten** sind begrenzt, weshalb studentische Mithilfe zur Umsetzung von Formaten für die Wissenschaftskommunikation gewünscht wird. Das können studentische Hilfskräfte, Tutor*innen sein oder auch Projekte, die als Leistungsnachweis geltend gemacht werden können. Redaktionelle Bedarfe könnten nach Vorstellung der Befragten zukünftig möglicherweise auch über Ressourcen der Fakultätsadministration gedeckt werden:

*„Also es ist immer extrem elegant, wenn es einem gelingt, ein Zertifikat, Qualifikation, eine Lehrveranstaltung und ein Kolleg*innenteam zu gewinnen, die das machen. Es könnte in einem gewissen Umfang, jedenfalls in der Experimentierphase, wir sprechen jetzt wieder von dieser Variante Video, gegebenenfalls auch Podcastentwicklung, wenn da ein Kollege, eine Kollegin im Team ist, die das unterstützt die Entwicklung kann man auch über den 7% Topf eine Entlastung vom Lehrdeputat möglich machen, das ist dann im Umfang von einer SWS beispielsweise pro Semester eine Möglichkeit, wenn der Fakultätsrat das will. Im Idealfall, wir haben eine Medienwerkstatt, wir haben ein E-Beratungsinstitut, findet man dort eher medienaffine Studierende, die da auch*

sehr gerne dabei sind. In der Fakultätsadministration kann ich mir dann wieder vorstellen, dass es Möglichkeiten gibt, also wenn es um Texte beispielsweise geht, die Korrektur zu lesen oder zu layouten.“ (B6, Pos. 48)

Zu der Wissenschaftskommunikation einzelner Forschungsprojekte über soziale Medien besteht die Einschätzung, dass die Verwaltung eines Social Media Accounts die Kapazitäten einzelner Forschender sprengt. Vorstellbar wäre allerdings die Bereitstellung von Postinhalten zu einzelnen Projekten für einen zentral seitens der Fakultätsadministration verwalteten Social Media Account:

„Wenn ich aber jetzt einen Kanal hätte, der zum Beispiel von der Fakultät betrieben werden würde, wo irgendjemand anderes sich die Zeit nehmen müsste, um den so zu bespielen, dass er eine gewisse Reichweite hat. Dann wird es für mich wieder attraktiver, da dann nicht im Wochen Rhythmus, sondern alle halbe Jahr mal auch was rein zu füttern.“ (B7, Pos. 72-73)

[6] **Organisational** stellt sich die Frage, ob alle Formate der Wissenschaftskommunikation zentral auf fakultätsübergeordneter Stelle bei der KOM gebündelt werden sollten, oder ob es Sinn macht, manche Formate auf die Fakultätsebene zu verlagern. Aus Sicht einiger Befragter bieten sich für eine ergänzende Verortung auf Fakultätsebene in Bezug auf die Öffentlichkeitsarbeit insbesondere Social-Media-Kanäle und der Fakultätsnewsletter an:

„Wenn uns als Fakultät so ein Routineformat einfällt: Mittagsgespräche, Newsletter und dann vielleicht eine Möglichkeit, auf einem anderen Kanal, Youtube, Instagram, über uns zu informieren und das gut zu platzieren auf unserer Website, hielt ich das schon für ausgesprochen nützlich, so ein Fenster zur Studierendenschaft und womöglich in die Welt.“ (B6, Pos. 32)

„Wenn ich mir was wünschen dürfte, würde ich sagen, Wissenschaftskommunikation braucht einen eigenen sogenannten Mittelbau, eine eigene Koordinationsstelle an der Fakultät, finde ich schon.“ (B5, Pos. 28)

Bei der Verortung dieser Kanäle auf Fakultätsebene wäre wohl auch davon auszugehen, dass bei ausreichender Ressourcenausstattung eine deutlich höhere Frequenz in der Bespielung mit Inhalten der Fakultät SW etabliert werden könnte, als es bei der KOM mit einer Verantwortlichkeit für insgesamt zwölf Fakultäten realistisch möglich wäre:

„Ich hab jetzt den Eindruck, dass die KOM ganz gute Arbeit macht, aber natürlich können die nicht so kleinteilig sein. Also ich kann nicht die KOM Abteilung wegen irgendeinem albernem kleinen Artikel in einer Sozialarbeitsfachzeitschrift traktieren, dass die das irgendwie rumtwittern. Deswegen glaube ich schon, dass es gerade so für schnell und klein eine Struktur auf Fakultätsebene braucht.“ (B7, Pos. 48) “

Weiterhin könnte sich die Verortung auf Fakultätsebene möglicherweise auch als Vorteil für das Verständnis zwischen Forschenden und Verantwortlichen in der Öffentlichkeitsarbeit erweisen, sofern Letztere eine gewisse fachliche Nähe zu den Sozialwissenschaften mitbringen:

*„Fakultätsintern sowas fände ich super, weil jemand in der Fakultät erstens vielleicht eher vom Fach ist, zweitens das auch mehr im Blick hat natürlich, weil dann ist es halt nicht die ganze Hochschule, sondern es sind halt 35 Professor*innen.“ (B15, Pos. 44)*

„Ich glaube, die Fakultät sollte einen gewissen Teil übernehmen. Weil ich nämlich sonst die Befürchtung hab, dass diese schon etwas andere Logik sozialwissenschaftlichen Fächern der Dominanz von technischen Fächern gegenüber steht, auch der Finanzierung, der Ressourcendominanz. Wenn die da jetzt vor kurzem so ein Batteriezentrum hier mit Herrn Söder einweihen,

da machen wir viel kleinere Brötchen. Und von daher würde ich auf jeden Fall begrüßen, wenn wir auch fakultätsintern, vielleicht sogar bis dahin, dass wir auch so etwas wie eine Forschungsreferentin fakultätsspezifisch hätten. Ich kenne das unter Kollegen aus [Stadt X], auch ne technische Hochschule. Die haben das fakultätsintern und da ist natürlich ein anderes Verständnis dann da für die Art von Forschung, die da passiert, die nicht an technischen Fragestellungen orientiert ist, und dadurch andere Methoden, andere Logik hat.“ (B10, Pos. 58)

Grundsätzlich stellt sich die Frage, ob die Verortung der Wissenschaftskommunikation besser zentral bei der KOM, dezentral bei den Fakultäten oder auf beiden Ebenen parallel aufgestellt ist. Insbesondere drittmitelaktive Befragte sehen in den Angeboten bestehender zentraler Strukturen wie der ZWTT (Zentralstelle für Wissenschaft und Technologietransfer) und der KOM für die Wissenschaftskommunikation nach außen bereits eine ausreichende Bedarfsdeckung. Eine Verortung der Wissenschaftskommunikation nach außen zusätzlich zur KOM auf die Ebenen der Fakultät wird im Sinne von Parallelstrukturen und einer möglicherweise kleineren Reichweite der Außenkommunikationsbemühungen auf Fakultätsebene kritisch betrachtet:

„Also für mich stellt sich wirklich die Frage nach der Notwendigkeit. Reicht das nicht aus, wie es bisher eigentlich schon läuft?“ (B12, Pos. 24)

„Ich habe ehrlich gesagt keine Vorstellung, was die Fakultät als einen Baustein zusätzlich noch leisten kann, weil ich denke, um die Entwicklung einer Parallelstruktur wird es und darf es auch nicht gehen.“ (B2, Pos. 24)

„Ich denke, dass diese ganze Kommunikationssache fakultätsübergreifend eingeordnet werden muss. Ich glaub net, dass man so eine große Reichweite erreicht, wenn man das auf der Fakultäts-ebene macht und ich bin gespannt, wie es weitergeht.“ (B12, Pos. 65)

[7] **Weitere Impulse:** Vernetzung ist ein großes Thema für Forschende, um voneinander zu profitieren, sowie auch Studierende und Praxispartner*innen einzubinden. Ein Wissens- und Forschungsmanagementsystem, auf das alle zugreifen könnten, könnte als digitale Plattform hierbei eine Unterstützungsfunktion übernehmen:

„Also das fände ich gut und natürlich, wenn dann auch die Akteure, die du jetzt angesprochen hast, also Verbände, Kooperationspartner der Hochschule, Einrichtungen der Jugendarbeit, Jugendsozialarbeit, mit denen ich kooperiere, wenn diese sozusagen auch die Möglichkeit hätten, da irgendwie drauf zuzugreifen oder das irgendwie zentral besser miteinander kombiniert wäre, also ein Wissensmanagementsystem zu etablieren oder besser zu vernetzen, wo diese unterschiedlichen Informationen, die eigentlich schon da sind, besser miteinander vernetzt werden, sodass das irgendwie zentraler geregelt ist.“ (B14, Pos. 8)



4.4 Perspektiven der Studierenden

In dem Gruppengespräch wurden die Studierenden darum gebeten, ihre Eindrücke, Erfahrungen, Weiterentwicklungsbedarfe und persönliche Wünsche in Bezug auf die Wissenschaftskommunikation an der Fakultät SW zu schildern. So bemängelten die Studierenden, dass es an der Fakultät kaum (für sie sichtbare) fortlaufende Formen der Wissenschaftskommunikation gäbe und ihnen eine einschätzende Bewertung von Formaten aus diesem Grund schwer möglich sei. Als einzige Ausnahme wurde das Science Slam Pilotformat genannt, welches von den Studierenden sehr positiv aufgenommen wurde. Als vereinzelt Erfahrungswerte wurden die gemeinsame Publikation eines Papers mit Dozierenden für ein Fachjournal oder auch der gemeinsame Besuch eines Kongresses genannt.

Weitere Impulse der Studierenden:

- Ausbau der Kommunikation von Projekten durch das Lehrendenkollegium
- Verbesserungsbedarfe beim verschachtelten Internetauftritt der Fakultät
- Wissensmanagement in Bezug auf Orientierungswissen zur Vernetzung, Kooperationen und Zuständigkeiten
- Unpraktische Platzierung und unübersichtliche Gestaltung der Infoscreens
- Wiederbelebung der OHM-Dok Datenbank
- Etablierung einer barrierefreien Kommunikation
- Partizipative Beteiligung an neuen Formaten (Fakultätsnewsletter, Instagramseite u.a.)
- Moodle-Kursraum für studentische Forschungsprojekte
- Forschungstag an der Fakultät

4.5 Geeignete Formate

Im Folgenden werden die Pilotformate des Projektes sowie die angesprochenen Zielgruppen genauer vorgestellt. Der Fokus liegt hierbei auf der Beschreibung des Formates an sich sowie auf der Beschreibung der Umsetzung im Rahmen des Projektes an der Fakultät SW.

Auch wenn im Rahmen des Projektes keine Kapazität für umfangreiche, methodisch fundierte Evaluationen gegeben war und Teile der formativen Umsetzung erst gegen Ende der Projektlaufzeit abgeschlossen werden konnten, sollen an dieser Stelle mithilfe von formatnahen Rückmeldungen und Einblicken in die Erfahrungswerte der Projektmitarbeitenden aus der Pilotphase erste Eindrücke über die Wirksamkeit der umgesetzten Pilotformate vermittelt werden.

4.5.1 Science Slam

Bei einem Science Slam handelt es sich um ein Vortragstunier, in dessen Rahmen Forschende in zehn Minuten unterhaltsam und gut verständlich ihre wissenschaftlichen Projekte und Erkenntnisse vorstellen. Dabei übernimmt das Publikum die Rolle der Jury und bestimmt den aus seiner Perspektive besten Beitrag in einer Abstimmung (Eisenbarth und Weißkopf 2012; Erlemann 2011, nach Niemann, Bittner, Haußer und Schrögel 2020, S.2).

Die Idee zur Umsetzung eines Science Slams im Rahmen des Projektes lag aufgrund des partizipativen Formatcharakters und der bereits langjährig bestehenden Zusammenarbeit der Fakultät mit dem Lehrbeauftragten Michael Jakob für die Poetry Slam Seminarreihe nahe. Gemeinsam mit dem Lehrbeauftragten wurde das Anforderungsprofil an ein Science Slam Seminar an der Fakultät entwickelt und in Form eines Aushangs für die Seminarbewerbung finalisiert. Um dem Umstand eines bereits anlaufenden Sommersemesters Rechnung zu tragen und die Teilnahme am Seminar so niedrigschwellig wie möglich zu gestalten, wurden die Blocktermine des Seminars möglichst spät im Semesterverlauf gelegt und auf einen Auftrittszwang als Voraussetzung für einen erfolgreichen Abschluss des Seminars verzichtet. Der Lehrbeauftragte hat in seinen Seminaren einen Fokus darauf gelegt, den Teilnehmenden den Balanceakt der Reduktion komplexer Inhalte ohne inhaltliche Verzerrung zu vermitteln, ebenso wie fortgeschrittene Kompetenzen im Bereich Präsentation, Moderation und kreativem Schreiben. Inhaltlich hatten Teilnehmende in der Pilotphase lediglich die Vorgabe, ein Thema mit wissenschaftlichem Kontext darzustellen – beispielsweise in Form einer Vorstellung der ersten Seminararbeit im Grundlagenmodul Wissenschaftliches Arbeiten über Schwerpunktprojekte bis hin zu Abschlussarbeiten oder anderen interdisziplinären wissenschaftlichen Themen, mit denen sich Teilnehmende beschäftigen.

Mit dem Ziel, nicht nur den Studierenden der Fakultät SW, sondern auch fakultätsübergreifend eine Teilnahme zu ermöglichen, wurde neben der Listung des Seminars als KÄB-Angebot auch die Etablierung als AW-Seminar durchgeführt (für den Prozess einer Anerkennung des Seminars als AWPf-Seminar mit ECTS-Anrechnung für fakultätsübergreifende Teilnehmende bestand im Rahmen des Projektes nicht ausreichend Vorbereitungszeit). Im Anschluss erfolgte durch die Projektmitarbeitenden mithilfe einer Rundmail an den Verteiler der Hochschulstudierenden sowie in Kooperation mit der Fachschaft SW über deren Social Media Kanäle Werbung für die Teilnahme am Seminar, woraufhin sich mit 13 Studierenden eine ausreichende Menge an Teilnehmenden eingeschrieben haben.

Eine Auswahl der Beiträge des ersten Science Slam Abschlussevents kann über den Projektreiter auf der Fakultätshomepage aufgerufen werden.

Formatnahe Rückmeldungen: Science Slam

Bezüglich des Science Slam Seminars existieren mehrere Ansatzpunkte für eine erste Bewertung der Umsetzung. Zum einen konnte die Planung und die Bewerbung des Science Slam als KÄB- und fakultätsübergreifendes AW-Fach bei den Studierenden aus verschiedenen Gründen erst kurz nach Beginn der Vorlesungszeit des Sommersemesters 2022 umgesetzt werden. Trotz der Kurzfristigkeit und obwohl viele Studierende zu diesem Zeitpunkt bereits ihre persönlichen Semesterplanungen abgeschlossen hatten, konnten die Teilnehmendenzahlen ausreichend gedeckt werden. Zum Einschreibeschluss hatten sich insgesamt 13 Studierende eingeschrieben, von denen (neben dem Gastbeitrag von Prof. Dr. Michael Domes) immerhin

sechs an der Abschlussveranstaltung teilgenommen haben. Es ist davon auszugehen, dass das studentische Teilnahmeinteresse bei einer frühzeitigeren Seminarplanung zukünftig nochmals deutlich höher ausfallen könnte. Auch aus dem professoralen Kollegium lagen den Projektmitarbeitenden bereits vor der Abschlussveranstaltung mehrere Rückmeldungen vor, dass bei einer langfristigeren Planung des Seminars durchaus Interesse an einer zukünftigen Teilnahme in Form von Gastbeiträgen zu den Abschlussveranstaltungen besteht.

Auch ist festzustellen, dass das Interesse der (hochschulweiten) Öffentlichkeit in der Rolle des Publikums die Erwartungen der Projektmitarbeitenden sowie des Seminarleiters Michael Jakob mit knapp über 130 Personen deutlich übertroffen hat. Die Zahl der Gäste bei dem in vielen Bereichen vergleichbaren, jedoch bereits über mehrere Jahre etablierten Abschlussevents für das KÄB-Seminar Poetry Slam (ebenfalls unter Leitung des Lehrbeauftragten Michael Jakob) bewegt sich erfahrungsgemäß bei ca. 70 bis 90 Personen.

Weiterhin wurden durch die Projektmitarbeitenden direkt im Anschluss an die Vorstellung des Abschlussevents einzelne Stimmungsbilder der Gäste aufgenommen, welche um ihre Eindrücke im Allgemeinen sowie um Verbesserungsvorschläge in Bezug auf das Format gebeten wurden. Teilgenommen an dieser Feedbackabfrage haben knapp 20 Personen aus dem Publikum mit folgendem Ergebnis: Die Befragten waren sich im Allgemeinen einig, das Abschlussevent und die Beiträge der Seminarteilnehmenden als inhaltlich „abwechslungsreich“, „schön gestaltet“, „informativ“, „sehr gut verständlich“, „interessant“ und „vielfältig“ zu beschreiben. Bezüglich des Humors gab es Abweichungen, sieben Personen haben die humoristische Ausgestaltung der Beiträge lobend erwähnt, zwei weitere Personen sahen diesbezüglich in einzelnen Beiträgen noch Verbesserungspotenzial. Hervorheben lässt sich auch noch die Rückmeldung zweier Chemiestudierender und einer Gruppe von acht Studierenden von Efi und Informatik, welche gerne noch „mehr interdisziplinäre Beiträge“ von anderen Fakultäten gesehen hätten sowie zwei Personen aus dem professoralen Kollegium, welche das Event als „spitzenmäßig“, „niveauvoll“, „authentisch“ und „beeindruckend“ beschrieben und sich im nächsten Semester für das Seminar ebenfalls mit einem Gastbeitrag einbringen möchten.

Die seitens des Dekanats gewünschte Nachhaltigkeit in der formativen Umsetzung konnte im Fall des Science Slam Seminars insofern gewährleistet werden, als dass eine Verstetigung des Seminars im Semesterturnus erzielt werden konnte. Perspektivisch wäre es sehr sinnvoll, die nötigen Prozesse ins Rollen zu bringen, das Seminar auch als fakultätsübergreifendes AWPf-Fach zu etablieren. Mit dem Status als AWPf-Fach würde fakultätsübergreifenden Teilnehmenden zusätzlich eine Anerkennung mit ECTS-Punkten ermöglicht und damit ein weiterer Anreiz zur Stärkung des interdisziplinären Seminarcharakters gesetzt werden.

4.5.2 Podcast Wörterwiese

Podcasts gehören laut Taddicken und Schmidt zu den Social Media Formaten und sind deren Unterkategorie des Personal Publishings zuzuordnen (2017, S. 11 f.). Wie die Begrifflichkeit Personal Publishing teilweise bereits nahelegt, ermöglicht ein solches Format sowohl Laien als auch Unternehmen und Organisationen die niedrigschwellige Erstellung und Veröffentlichung von individuell gestalteten Internetinhalten. Ein Podcast stellt dabei ein Audioformat dar, welches von den Rezipient*innen meist über spezifische Plattformen wie Spotify oder Apple Podcasts (ehemals iTunes) abonniert wird, in diesem Fall erhalten die Rezipient*innen von der jeweiligen Plattform Benachrichtigungen über Neuerscheinungen (ebd.).

Für die formative Umsetzung eines Podcasts an der Fakultät SW wurde von den Projektmitarbeitenden der Name „Wörterwiese“ in wortspielerischer Anlehnung an die Verortung der Fakultät SW an der Wöhrder Wie-

se gewählt. Inhaltlich präsentiert der Podcast Wörterwiese seiner Zuhörerschaft Menschen und Projekte der Sozialen Arbeit. Das können Forschungsprojekte von Lehrenden, Studierenden und Praxispartner*innen sein. Aber auch persönliche Einblicke in das Studium, den Berufseinstieg und Erfahrungen in diversen Feldern der Sozialen Arbeit werden thematisiert. Für die inhaltliche Planung der einzelnen Folgen stellten die Projektmitarbeitenden Teilnahmeanfragen an Lehrende, Studierende und Alumni beziehungsweise Praktiker*innen und Kooperationspartner*innen. Bei Zusage zu einer Teilnahme am Podcast wurde seitens der Projektmitarbeitenden ein grobes Skript im Sinne eines orientierenden Fragenkatalogs im gegebenen thematischen Rahmen erstellt. Dieser wurde den Gesprächspartner*innen im Vorfeld der Gespräche zur Vorbereitung und gegebenenfalls für die Platzierung von Änderungswünschen zur Verfügung gestellt. Um der fortlaufenden Pandemie und weiteren forschungsökonomischen Sachzwängen Rechnung zu tragen, wurde die Entscheidung getroffen, das Format online durchzuführen und bei einzelnen Folgen nach Möglichkeit einen Umfang von 20-30 Minuten Gesprächsdauer nicht zu überschreiten. Als pragmatische Plattform für die Podcastgespräche dienten Zoom-Videocalls; dabei stellten die Audiospuren der Zoom-Mitschnitte das Ausgangsmaterial für den letztendlichen Schnitt der Podcastfolgen mithilfe der Software Adobe Premiere, Adobe Audition und Camtasia dar.

Für die Veröffentlichung der Podcastfolgen wurde zunächst provisorisch die Mediasharing-Plattform der Hochschule eingesetzt. Da bei dieser Plattform aufgrund mangelnder Bekanntheit und ihrem eher internen Charakter allerdings nicht mit einer breiten Öffentlichkeitswirkung zu rechnen war, erreichten die Projektmitarbeitenden bei der Kommunikationsabteilung die fakultätsübergreifende Etablierung eines Spotify-Kanals für die Verbreitung des Fakultätspodcasts mit der Perspektive, dass bei einer zentralen Verortung des Kanals auch gleich anderen Fakultäten eine Plattform für Podcastformate gegeben werden kann. Um die Platzierung des Podcasts auf Spotify (und später auch bei Apple Podcasts) umzusetzen, wurde aus technischen Gründen mit freundlicher Unterstützung des Kollegen Dirk Irler eine eigene Website erstellt. Die bisherigen neun Folgen können folglich direkt über die [Website](#) des Podcasts, über den [Spotify-Kanal](#) oder über den Kanal auf [Apple Podcasts](#) abgerufen werden.

Formatnahe Rückmeldungen: Podcast Wörterwiese

Wie in der Formatvorstellung bereits beschrieben, ist ein Podcast fortlaufender Natur. Zu Beginn der Umsetzung des Formats erschien es aus forschungsökonomischen Gründen und vor dem Hintergrund der fortbestehenden Pandemie zweckdienlich, das Format digital umzusetzen. Die Nutzung der Audiospuren der Podcastmeetings in Zoom war in diesem Sinne zwar pragmatisch; im Lauf der formativen Umsetzung ist allerdings der Nebeneffekt deutlich geworden, dass die Audioqualität der bisherigen Folgen aufgrund unterschiedlich hochwertiger Mikrofone der Teilnehmenden und zusätzlicher Audioqualitätsreduzierung durch die Internetübertragung eher einer mitgeschnittenen Telefonkonferenz nahekommmt als einer professionellen Studioproduktion.

Das Problem lässt sich mit einer Umsetzung in Präsenz, der Nutzung von hochwertigen Mikrofonen, einer separaten Tonspuraufnahme auf dem jeweiligen Endgerät der Teilnehmenden in getrennten Räumen und einer nachträglichen Synchronisierung der Tonspuren wahrscheinlich maßgeblich verbessern. Als Alternative zur Umsetzung in Präsenz wäre auch eine Umstellung auf die [Musikproduktionssoftware „Reaper“](#) mit dem [„Ultraschall“ Plugin](#) zur Podcastproduktion als Remoteoptimierung statt der Audiospurnutzung von Zoommeetings denkbar. Mithilfe dieser Software wäre es relativ unkompliziert möglich, die Audiospuren aller Beteiligten jeweils lokal aufzuzeichnen, abzuspeichern und dann im online zu einem Gesamtprojekt zusam-

menzuführen. Dies gewährleistet eine Formatproduktion ohne Präsenz bei gleichzeitiger Optimierung der Audioqualität. Die damit zu erwartende Steigerung der Audioqualität sollte den Aufwand in der Etablierung dieses Prozesses rechtfertigen, ebenso würde dieses Vorgehen das Risiko einer Aufnahmeunterbrechung durch Internetverbindungsstörungen vermeiden und die Außenwirkung des Formates weiter professionalisieren. Bezüglich der Reichweite des Podcasts lassen sich noch keine sinnvollen Aussagen treffen. Dies hat mehrere Gründe. Zum einen konnte die erste „Staffel“ des Podcasts erst kurz vor Ende der Projektlaufzeit abgeschlossen werden, zum anderen konnte die Platzierung des Podcasts auf reichweitenstarken Plattformen wie Apple Podcasts und Spotify in Kooperation mit der KOM auch erst kurz vor Ende der Projektlaufzeit abgeschlossen werden. Diese Faktoren haben es bisher verhindert, dass das Format angemessen breit in der Öffentlichkeit beworben werden konnte. Die seitens des Dekanats gewünschte Nachhaltigkeit in der formativen Umsetzung konnte im Fall des Podcasts Wörterwiese insofern gewährleistet werden, als dass eine Verstetigung der Podcastreihe im Semesterturnus in Form eines AW(PF)- und KÄB-Lehrauftrags unter Leitung der Projektmitarbeiterin Sabine Weiß erzielt werden konnte.

4.5.3 Newsletter

Newsletter als Instrument sind dem E-Mail-Marketing zuzuordnen und werden dabei normalerweise fortlaufend und in regelmäßigen Intervallen an einen ganzen Verteiler an Kunden oder Interessenten versandt (Bucher, Hänslar, Schiffelholz, Uhrich & Waßmer, 2016, S. 4) und informieren dabei „[...] typischerweise über Neuigkeiten aus der Unternehmens-, Produkt- und Branchenwelt des Herausgebers“ (Deg, 2017, S. 109). Übertragen auf die Fakultät SW als Teil der THN als wissenschaftliche Institution kann ein Newsletter entsprechende Zielgruppen via E-Mail an eine Verteilerliste über neue wissenschaftliche Erkenntnisse und weitere neue Entwicklungen an der Fakultät informieren.

Vor dem Hintergrund des Projektes entstand die Idee, den Alumni-Newsletter der Fakultät SW in Kooperation mit Prof. Dr. Cosimo Mangione und Prof. Dr. Susanne Heidenreich grundlegend zu modernisieren, zu verschlanken und für weitere Zielgruppen zu öffnen. Beginnend mit der Ausgabe des Sommersemesters 2022 (zum 29.07.2022 veröffentlicht) erscheint der Newsletter als allgemeiner Newsletter der Fakultät Sozialwissenschaften nicht mehr jährlich, sondern alle vier Monate. Um den Newsletter zeitgemäß und optisch ansprechend zu layouten, wurde die Software InDesign von Adobe eingesetzt. Der Newsletter soll neben ehemaligen Studierenden ab sofort auch eingeschriebene Studierende ab dem ersten Semester, (ehemalige) Lehrende, Kooperationspartner*innen und Einrichtungen in der Region sowie letztlich auch die interessierte Öffentlichkeit ansprechen. Die Gestaltung der inhaltlichen Beiträge liegt nicht mehr nur im professoralen Kollegium, sondern ist jetzt für alle Zielgruppen partizipativ ausgelegt und verfolgt das Ziel, eine nach Möglichkeit paritätische Menge an Beiträgen aller spezifischen Zielgruppen abzubilden. Der Newsletter soll für alle Beteiligten in einer Doppelrolle einen Mehrwert bieten – einerseits in der Rolle als Rezipient*innen, andererseits in aktiver Rolle mit der Option eigener Beiträge von jeweils ca. einer halben bis einer DIN-A-4 Seite Umfang. Über die Beiträge der Lehrenden und der Praktiker*innen erhalten die Studierenden so beispielsweise Anregungen zu möglichen Praxisstellen, potenziellen Arbeitgeber*innen, Publikationen der Lehrenden und zu studentischer Mitarbeit in Forschungsprojekten. Im Gegenzug können sie Beiträge zu studentischen Aktivitäten wie der Gremienarbeit in der Hochschulpolitik oder in Arbeitskreisen einreichen. Die Praxispartner*innen hingegen können mit ihren Beiträgen um Praktikant*innen und zukünftige Mitarbeiter*innen werben und durch das Abonnement des Newsletters gleichzeitig die neuen wissenschaftlichen Erkenntnisse und die Kultur an der Fakultät verfolgen; die Lehrenden haben jetzt die Möglichkeit, einer

deutlich breiteren Leserschaft als bisher ihre Projekte zu präsentieren und erhalten gleichzeitig wiederum Impulse durch die Beiträge der Praxispartner*innen und der Studierenden.

Zu Beginn der Modernisierungsmaßnahmen erhielten die Projektmitarbeitenden aus dem Kollegium zudem die Information, dass die Abonnement*innenzahlen für den Alumni-Newsletter über einen Zeitraum von ungefähr zehn Jahren nie maßgeblich die Marke von 200 überschritten haben, obwohl bei den fortlaufenden Abgängen von Absolvent*innen eigentlich davon auszugehen wäre, dass die Abonent*innenzahlen tendenziell steigen. Das bisherige Vorgehen, den Absolvent*innen mit den Zeugnisunterlagen eine Einladung zum Abonnement des Alumni-Newsletters zu überreichen, war offensichtlich wenig erfolgreich. Ein möglicher Grund für die bisherige Stagnation könnte dem umfangreichen Registrierungsformular für den Alumni-Newsletter geschuldet sein, welcher bisher in den Anmeldeprozess für das Alumni-Netzwerk eingebettet war. Um diesen Umstand zu adressieren, wurde das Newsletterangebot strukturell aus dem Alumni-Netzwerk herausgelöst und in einen eigenständigen Reiter auf der Fakultätswebsite umgezogen. Ebenso wurde für die Verwaltung des Newsletters nach Absprache mit dem Datenschutzbeauftragten der TH die Plattform des Mailingdienstleisters Rapidmail ausgewählt. Mithilfe einer solchen Plattform ist nicht nur eine zeitgemäße Präsentation möglich, sondern es bestehen auch ebenso umfangreiche wie übersichtliche und niedrigschwellig zu bedienende Tools zur statistischen Auswertung des Newsletterversands. Der Hauptvorteil des Plattformwechsels ist allerdings das niedrigschwellige Anmeldeformular, welches als Mindestanforderung zur Anmeldung lediglich eine E-Mailadresse (und optional den Namen) von den Newsletterinteressierten einfordert und somit die Hemmschwelle für eine Registrierung zukünftig effektiv senken soll.

Formatnahe Rückmeldungen: Newsletter

Mit der Öffnung des Formats für weitere Zielgruppen, der Modernisierung des Layouts, dem niedrigschwelligen Registrierungsprozess sowie dem Wechsel auf einen zeitgemäßen Mailingdienstleister mit umfangreichen Tools zur statistischen Auswertung der Formatentwicklung soll dazu beigetragen werden, die langjährige Stagnation der Abonent*innenzahlen nicht nur einmalig zu durchbrechen, sondern vielmehr ein stetiges und nachhaltiges Wachstum und damit eine bessere Sichtbarkeit der Forschung der Fakultät bei den Zielgruppen in der Region zu ermöglichen. Die ersten Zahlen sprechen dafür, dass sich dieses Ziel auch erreichen lässt. In den ersten zwei Wochen nach dem Versand der Registrierungseinladung durch das Dekanat konnte die Zahl der Abonent*innen von 200 Personen um 95% auf 390 Abonent*innen gesteigert werden, im März 2023 wurden 438 aktive Empfänger*innen verzeichnet, es zeichnet sich eine fortlaufend steigende Tendenz ab.

Die seitens des Dekanats gewünschte Nachhaltigkeit in der formativen Umsetzung kann im Fall des SW-Newsletters voraussichtlich auch insofern gewährleistet werden, als dass zum einen eine Verstärkung des Redaktionsteams als Gremium geplant ist. Die Aufteilung der Aufgaben in einem Redaktionsteam, die Verschlankung des Formatumfangs und die Partizipation der Zielgruppen bei der Bereitstellung von Beiträgen soll dem Ziel dienen, dass ein permanentes oder zumindest langfristiges Engagement aus dem Lehrendenkollegium entsteht und gleichzeitig die Kapazitäten der engagierten Kolleg*innen weniger belastet werden als bisher. Ob die getroffenen Maßnahmen diesem Ziel auf Dauer bereits ausreichend gerecht werden, könnte zukünftig beispielsweise in regelmäßigen Abständen durch das Redaktionsteam reflektiert werden, um gegebenenfalls weitere formative Anpassungen vorzunehmen.

4.5.4 Mittagsgespräche Theorie – Forschung – Praxis

Die Fakultät Sozialwissenschaften weist traditionell eine – im Vergleich zu anderen Fakultäten – hohe Forschungsaffinität auf. Das dokumentiert u.a. die Zahl der Publikationen, Drittmittelinwerbungen, Anträge auf Freistellung von der Lehre („Freikauf“) oder der beantragten Forschungsfreisemester. Im Rahmen der Hightech Agenda Bayern und der Hightech Agenda Plus wurden den Hochschulen für angewandte Wissenschaften zusätzliche Forschungsmöglichkeiten eröffnet. In der Folge wurden der Fakultät zwischen dem WS 20/21 und WS 21/22 vier kapazitätsneutrale Professuren zugewiesen. Damit werden insgesamt zehn Kolleg*innen im Umfang zwischen 9 und 4,5 SWS pro Semester zugunsten der Forschung von der Lehre freigestellt. Daneben betreiben die meisten anderen Kolleg*innen nach wie vor drittmittelgeförderte oder drittmittelunabhängig Forschung. Aufgrund der steigenden Anzahl von Drittmittelprojekten hat sich auch die Anzahl der wissenschaftlichen Mitarbeiter*innen seit 2021 an der Fakultät stark erhöht. Ausgehend von der wachsenden Anzahl forschungsaktiver Kolleg*innen und ihren Projekten wurde im Kollegium der Wunsch deutlich, sich untereinander auszutauschen und sich über die Forschungsarbeiten wechselseitig auf dem Laufenden zu halten. Damit verbindet sich auch das Ziel, neben Fakultätsrat und Kollegiumskonferenzen weitere verbindende Kommunikationsplattformen in einem Kollegium mit heterogenen Interessen zu etablieren. Mit der Einführung der „Mittagsgespräche: Theorie – Forschung – Praxis“ sollte daher ein Format speziell für die hauptamtlichen Kolleg*innen der Fakultät entwickelt werden. Dabei erschienen folgende Eckpunkte relevant:

Kurzer Input und kollegialer Austausch

Inhaltlich soll es darum gehen, einen kurzen Einblick in die eigene Arbeit zu geben – sei es im Rahmen eines Forschungsprojekts, von Antragstellungen, der Entwicklung einer Publikation, der konzeptionellen Arbeit mit Praxispartner*innen, von Lehrforschungsprojekten oder anderen Forschungsaktivitäten. Hierfür sind 15 Minuten vorgesehen und weitere 15 Minuten für den Austausch mit Kolleg*innen. Die Themenabfrage erfolgt jeweils am Ende des Semesters für das Folgesemester.

Fortlaufendes Format

Aufgrund der Vielzahl von Forschungsaktivitäten sollte ein Format gewählt werden, das während der Volegszeit regelmäßig einmal pro Monat stattfinden soll.

Unkomplizierte Teilnahme

Um allen Kolleg*innen die Teilnahme zu ermöglichen, wurden die Mittagsgespräche jeweils mittwochs in die Zeitschiene zwischen 13:00 und 13:30 gelegt. Da mittwochs in der Gremienzeit keine Veranstaltungen stattfinden, ist es den meisten Kolleg*innen möglich, den Termin um 13:00 Uhr wahrzunehmen. Die Veranstaltung wird auf Wunsch, hybrid oder ausschließlich digital (via ZOOM) angeboten.

Ausgehend von Resonanz und Rückmeldungen wird das Format Schritt für Schritt gemeinsam im Fakultätsrat weiterentwickelt. Das Format wurde erstmals im SoSe 2022 umgesetzt und findet seitdem in jedem Semester statt.

Formatnahe Rückmeldungen: Mittagsgespräche

Die Zahl der teilnehmenden Kolleg*innen an den Mittagsgesprächen schwankt in den zurückliegenden drei Semestern zwischen fünf bis 14. Bei jedem der Mittagsgespräche entwickelt sich ein Austausch, was oftmals dazu führt, dass die vorgesehene Zeit überzogen wird. Die Erfahrungen mit den Mittagsgesprächen werden einmal pro Semester im Fakultätsrat der Fakultät ausgewertet. Bisher besteht im Kollegium ein unvermindertes Interesse daran, den Austausch fortzuführen. Thematisiert wird dabei auch regelmäßig die Weiterentwicklung des Formats. Zeitpunkt, Anzahl der Termine und Zugangsformen (hybrid/rein digital) haben sich bewährt. Eine Änderung hat sich dahingehend ergeben, dass die Einladung zu den Mittagsgesprächen explizit auch an alle wissenschaftliche Mitarbeiter*innen der Fakultät ergeht. Darüber hinaus gilt die Annäherung an das Prinzip der „offenen Tür“, d.h. die Kolleg*innen können selbstverständlich Gäste mitbringen und andere interessierte Personen können nach Rücksprache teilnehmen. Im Fakultätsrat wurde bisher bewusst darauf verzichtet, Studierende explizit einzuladen, denn es soll sich ein Format entwickeln, in denen die Kolleg*innen mit ihren Themen im Mittelpunkt stehen können.

5 Handlungsempfehlungen

Um Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung der Wissenschaftskommunikation an der Fakultät SW zu entwickeln, ist zunächst zu berücksichtigen, welche Herstellungskontexte wissenschaftlicher Inhalte und welche Zielgruppen von der Fakultät adressiert werden, diese Informationen finden sich in Kapitel Zwei. Weiterhin werden Handlungsempfehlungen aus den Erkenntnissen der Expert*inneninterviews, dem Gruppengespräch mit den Studierenden sowie aus den Erfahrungen der Pilotphase abgeleitet. Die weiterführenden Handlungsempfehlungen dieses Kapitels ergänzen dabei insbesondere in Bezug auf die Pilotformate bereits bestehende Empfehlungen zur Optimierung der formativen Umsetzung in Kapitel Vier.

5.1 Empfehlungen der Expert*inneninterviews

Nach Analyse der Expert*inneninterviews zeichneten sich zwei Themenkomplexe ab, für deren Ausbau wir zukünftig weitere Bemühungen empfehlen: Partizipation und zielgruppenspezifische Kommunikation.

Partizipation

Reine Top-Down Formate im Studium wirken unter Berücksichtigung des aktuellen Forschungsstandes in der Wissenschaftskommunikation nicht mehr zeitgemäß. Empfehlenswert wäre, reine Top-Down Formate nach Möglichkeit um partizipative und dialogorientierte Elemente zu erweitern und weiterhin bei der Etablierung neuer Formate auf eine Auswahl zu achten, welche diese Elemente berücksichtigen.

Das kann das Mitgestalten einer Plattform sein, die studentische Projekte archiviert und anderen Studierenden im Peer-to-Peer-Learning weitergibt, aber auch die Mitarbeit in Forschungsprojekten. Gerade das frühzeitige Einbinden in die Welt der Forschenden baut Hemmschwellen ab und öffnet Perspektiven.

Zielgruppenspezifische Kommunikation

Kommunikation nach innen in die Hochschule ist von grundlegender Bedeutung. Dazu braucht es aber auch Unterstützung von Macher*innen, die regelmäßig Medien für die Kommunikation anbieten. Das kann z.B. der modernisierte Newsletter sein, der Inhalte aus der Fakultät nach außen trägt, aber auch von außen welche hereinholt. Ein Redaktionsteam von Lehrenden und Studierenden bedient dabei unterschiedliche Blickwinkel und verteilt die Arbeit auf mehreren Schultern.

Ein Einbinden in das Curriculum kann hier hilfreich sein. Posterpräsentationen innerhalb der Hochschule können durch zusätzliche grafische und bildhafte Elemente effektiv wissenschaftliche Erkenntnisse in der Hochschul-Community kommunizieren.

Videos und Podcasts sollten ausgebaut werden, um für junge Menschen interessante Formate für die Wissenschaftskommunikation anzubieten. Hierbei können Studierende zu Mitgestalter*innen und Produzent*innen werden. In diesem Kontext wurde durch die Projektmitarbeitende Sabine Weiß nach Anregung des Dekanats ein Konzeptentwurf für die Schaffung eines Videoformats erstellt, welches sich theoretisch auch in der Lehre verorten lässt, beispielsweise in Form eines AW-Faches oder im Rahmen des Querschnittsmoduls „Medien in der Sozialen Arbeit“.

Die KOM kann bei der zielgruppenspezifischen Öffentlichkeitsarbeit unmittelbar helfen, sollte aber auch Unterstützungsformate für die Fakultäten anbieten, um sie zu schulen und sich im zweiten Schritt selbst zu entlasten.

Die Bürgergesellschaft sollte mit zielgruppenspezifischen und partizipativen Formaten informiert und eingebunden werden, dazu können neue, spannende Formate, die Studierende konzeptionieren und im Curriculum verankert sind eingesetzt werden. Beispielsweise könnten Pop-up Läden, in denen Studieren und Forschen im Austausch mit Bürger*innen der Stadt Nürnberg ermöglicht würde auch für Lehrende und Studierende der TH eine Bereicherung sein.

Die Sozialwissenschaft als angewandte Wissenschaft sollte einen Bezug zur Praxis haben und deshalb auch in Zeitungen und regionalen Magazinen veröffentlichen, um in der Bürgergesellschaft präsent zu sein und zu informieren. Das Magazin Straßenkreuzer wäre an einer Intensivierung der Zusammenarbeit mit der Fakultät Sozialwissenschaften interessiert. Eine Form um Wissenschaftskommunikation auf unterhaltsame Art zu betreiben ist der Einsatz von Storytelling. Storytelling setzt Geschichten gezielt, bewusst und gekonnt ein, um damit Inhalte verständlicher zu machen. Rezipient*innen sollen so beim Lernen und Mitdenken unterstützt werden (Brehmer & Becker, 2017). Storytelling ist in allen Formaten möglich und erweitert die Rezeption von Inhalten auf unterhaltsame Weise, allerdings sind Verzerrungen der Inhalte durch zu starke Vereinfachungen zu vermeiden.

5.2 Empfehlungen aus den Erkenntnissen des Studierendengesprächs

Aus den in Kapitel 4.4 dargestellten Ergebnissen des Studierendengesprächs ergeben sich einige Empfehlungen seitens der Projektmitarbeitenden, wobei an dieser Stelle insbesondere auf das zielgruppenspezifische Feedback der Studierenden eingegangen werden soll.

Grundsätzlich erscheint es sinnvoll, zukünftig einen fortlaufenden Blick auf den Ausbau und die Sichtbarkeit von Wissenschaftskommunikationsformaten der Fakultät auch gegenüber den Studierenden zu legen. Für eine Steigerung der Sichtbarkeit, die Schaffung neuer Formate unter Nutzung bestehender Ressourcen sowie die Berücksichtigung des von den Studierenden geäußerten Wunsches nach einer Beteiligung an partizipativen Formaten lassen sich durchaus interessante Lösungen denken.

So wäre beispielsweise im Rahmen von Lehrveranstaltungen im AW-Bereich oder im Querschnitts-Modul „Medien in der Sozialen Arbeit“ und der Basisqualifikation „Medienpädagogische Projektarbeit“ als Leistungsnachweis die Gestaltung einer digitalen Broschüre vorstellbar, in welcher die Studierenden an der Fakultät auf die Suche nach jeweils aktuell laufenden (Lehr-) Forschungsprojekten gehen und über diese berichten. Bezüglich der Gestaltung einer solchen Broschüre als Leistungsnachweis im Rahmen einer Lehrveranstaltung wurde seitens der Projektmitarbeitenden Sabine Weiß bereits ein umfangreicher Entwurf zur Beschreibung angefertigt. Eine solche Broschüre ließe sich wiederum gut mit von den Studierenden vorgeschlagenen Format eines für alle SW-Studierenden verfügbaren Moodle-Kursraums verbinden, in welchem Studierende ihre Forschungsprojekte mit Hilfe von Factsheets teilen und zur Diskussion stellen können.

In einem ähnlichen Rahmen wäre es vorstellbar, Studierende partizipativ in das Redaktionsteam für den Fakultätsnewsletter mit einzubinden; verbunden mit einer Lehrinheit zu redaktionellem Arbeiten und Öffentlichkeitsarbeit.

Eng damit verwandt wäre die Schaffung und fortlaufende Pflege eines von den Studierenden gewünschten Fakultätsaccounts auf Instagram, wobei Lehrinhalte beispielsweise Grundlagen des Social Media Managements, des Storytellings im Kontext niedrighschwelliger und partizipativer Wissenschaftskommunikation sowie dem Einfluss von Social Media auf unsere Gesellschaft vermitteln könnten. Da die Einbindung in die Lehre insbesondere im praktischen Sinne einer hochfrequenten Bespielung von Social Media Plattformen

möglicherweise einige Probleme aufwerfen könnte, wäre aus Sicht der Projektmitarbeitenden für diesen Zweck alternativ auch die Anstellung von Studentischen Hilfskräften denkbar, welche beispielsweise mit Hilfe personeller Kapazitäten aus dem professoralen Kollegium oder der Fakultätsreferenz im Rahmen eines Social Media spezifischen Redaktionsteams angeleitet und betreut werden.

5.3 Empfehlungen aus den Erkenntnissen der Pilotphase

Im Kontext der formatnahen Rückmeldungen in Kapitel Vier wurden bereits einige Handlungsempfehlungen zur weiteren Professionalisierung, Optimierung und Erweiterung der Formate gegeben; im Folgenden noch einige Ergänzungen. Für die kommenden Semester erscheint es grundsätzlich sinnvoll, alle bestehenden Pilotformate fortlaufend noch breiter zu bewerben; auch im Sinne von Cross-Promotion (plattform- und formatübergreifender gegenseitiger Bewerbung) über Social Media und die Kanäle der Kommunikationsabteilung. So könnte beispielsweise auf einem Instagram-Account der Fakultät öffentlichkeitswirksam auf Aktionen der Studierendenvertretung wie auch auf die Veröffentlichung neuer Newsletterausgaben oder Podcastfolgen, Events wie die Abschlussveranstaltungen des Science Slams, Ergebnisse der Lehrforschungsprojekte und Weiteres aufmerksam gemacht werden. Daneben wären auch analoge Werbemöglichkeiten in Form von Flyern, Broschüren oder Plakaten möglich.

In Bezug auf das KÄB- bzw. AW-Fach Science Slam liegt die Empfehlung nahe, die zukünftige Planung besser in die regulären Zeitläufigkeiten zu integrieren, was durch die Verstetigung des Seminars im Semesterturnus aber bereits erfolgt ist. Mit einer Etablierung des Seminars als AWP-Fach würde die Teilnahme für fakultätsübergreifende Studierende mit ETCS-Punkten belohnt und die Attraktivität des Formats für diese Zielgruppe gesteigert werden.

Für den Podcast Wörterwiese erscheint es weiterhin sinnvoll, die von den Plattformen Apple Podcast und Spotify zur Verfügung gestellten Tools zur statistischen Auswertung des Formats zu nutzen, um die Reichweite zu analysieren, auszuwerten und zu optimieren. Für den Newsletter bietet sich die Nutzung der statistischen Tools des Mailinganbieters für das Redaktionsteam aus den gleichen Gründen an. Beide Formate ließen sich zudem partizipativ unter Einbindung der Studierenden optimieren.

6 Fazit/Perspektiven

An dieser Stelle sollen zunächst die Erkenntnisse zu den zentralen Forschungsfragen nochmals in einer kompakten Übersicht dargestellt werden:

| Zentrale Forschungsfragen | Zentrale Forschungsergebnisse |
|---|--|
| Qualitätskriterien für Wissenschaftskommunikation | Konsens zu den beiden Qualitätskriterien: Partizipation und zielgruppenorientierte Kommunikation (Kapitel 4.1) |
| Good Practice für Wissenschaftskommunikation anderer Hochschulen | <ul style="list-style-type: none"> • FAU, Erlangen-Nürnberg: Umfangreiche Serviceangebote für Forschende • Hochschule München: Science Slam mit Fachöffentlichkeit • FHWS: Nutzung Publikationsserver OPUS 4 • Julius-Maximilians-Universität, Würzburg: Breites Serviceangebot zur Nutzung von Social Media (Kapitel 4.2) |
| Bedarfe und Herausforderungen für Wissenschaftskommunikation des Kollegiums der Fakultät Sozialwissenschaften | <ul style="list-style-type: none"> • Infrastrukturentwicklung mit definierten Zuständigkeiten zur Strategieentwicklung zwischen KOM & Fakultäten • Vermittlung von Orientierungswissen • Beratung der Forschenden im Medienumgang • Unterstützungsdienste zur Forschungsentwicklung (Lektorate, Übersetzungen, Wissensdatenbank, hochschulweite Publikationsreihe) (Kapitel 4.3-4.5) |
| Formate für Wissenschaftskommunikation für den Einsatz an der Fakultät SW | <ul style="list-style-type: none"> • Eigenschaften der Pilotformate Science Slam, Podcast & Fakultätsnewsletter: partizipativ, zielgruppenspezifisch, nachhaltig • Gatekeeperfunktion und Methoden des Storytellings werden berücksichtigt (Kapitel 5) |

Am Ende der Projektlaufzeit von WiKoSoWi bestehen an einigen Stellen noch weiterführende Untersuchungsbedarfe. Beispielsweise wäre ein direkter Kontakt zu Wissenschaftskommunikator*innen anderer Hochschulen sinnvoll, um Erfahrungswerte in Bezug auf die Umsetzung diverser Formate auszutauschen. Auch eine fundierte Evaluation der Pilotformate nach einer längeren Laufzeit könnte wertvolle Erkenntnisse über die Wirkung liefern und weitere Optimierungsbedarfe offenbaren. Die Gestaltung und Umsetzung neuer, kreativer Formate der Wissenschaftskommunikation erfordert ein wenig Übung, ist aber auch möglich. Die Erfahrung der Projektmitarbeitenden hat gezeigt, dass die Auseinandersetzung mit Wissenschaftskommunikation sehr viel Freude bereiten kann. Hoffentlich hat diese Handreichung dazu beigetragen, Berührungängste zu verringern und Mut zu machen, neue Wege zu gehen. An dieser Stelle sei noch einmal auf den umfangreichen Praxisleitfaden von Falkenberg „Umsetzung verschiedener Formate“ und das umfangreiche „Praxishandbuch zur Wissenschaftskommunikation“ von Falkenberg (2021) hingewiesen.

7 Literaturverzeichnis

Ball, Rafael (2020): Wissenschaftskommunikation im Wandel. Von Gutenberg bis Open Science. Wiesbaden: Springer VS.

Brehmer, J., & Becker, S. (2017). „Storytelling“ ...die ursprünglichste Form der Wissensvermittlung. <https://www.wiwi-treff.de/Wi-Wi-Skriptsammlungen/Storytelling-Die-ursprueglichste-Form-der-Wissensvermittlung/Artikel-16416/drucken>

Bucher, Martin; Hänslers, Katja; Schiffelholz, Roman; Urich, Michael; Waßmer, Michael (2016): Erfolgreicher Einstieg ins professionelle E-Mail-Marketing. Wirkungsvolle E-Mail-Kampagnen selbst erstellen. Wiesbaden: Springer Gabler.

Deg, Robert (2017): Basiswissen Public Relations. Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. (6. überarb. & erw. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.

Deutscher Rat für Public Relations (24.02.2022): DRPR Richtlinie Wissenschaftskommunikation. https://drpr-online.de/wp-content/uploads/2022/02/2022-02-24_DRPR_Richtlinie-Wissenschaftskommunikation.pdf (abgerufen am 02.08.2022)

Deutscher Rat für Public Relations (23.06.2022): DRPR Richtlinie Wissenschafts-PR. <https://drpr-online.de/wp-content/uploads/2022/06/DRPR-Richtlinie-Wissenschafts-PR.pdf> (abgerufen am 02.08.2022)

Falkenberg, Viola (2021): Wissenschaftskommunikation: Vom Hörsaal ins Rampenlicht. Mit Übungen und Checklisten. (1. Aufl.) Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.

Koch, Christoph (2020): Heldenreisen wie bei Humboldt? In: Schnurr, Johannes; Mäder, Alexander (Hrsg.): Wissenschaft und Gesellschaft: Ein vertrauensvoller Dialog. Positionen und Perspektiven der Wissenschaftskommunikation heute. (S. 277 - 288). Berlin: Springer Verlag.

Kukartz, Udo; Rädiker, Stefan (2020): Fokussierte Interviewanalyse mit MAXQDA. Schritt für Schritt. Wiesbaden: Springer VS.

Mede, Niels (28.03.2022): Partizipative Wissenschaftskommunikation: Promises and Pitfalls. <https://www.wissenschaftskommunikation.de/partizipative-wissenschaftskommunikation-promises-and-pitfalls-56581/> (abgerufen am 02.08.2022)

Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation (2021): Leitfaden Präsentieren. Tipps für Forschende aus Praxis und Wissenschaft. https://www.nawik.de/wp-content/uploads/2021/09/Leitfaden-Praesentieren_2.pdf (abgerufen am 02.08.2022)

Nguyen-Kim, M. T. (2019). Wegweiser der Wissenschaftskommunikation - der NaWik-Pfeil. <https://www.youtube.com/watch?v=rwAU11V9Sh4>

Niemann, Philipp; Bittner, Laura; Hauser, Christiane; Schrögel, Philipp (2020): Prodesse et delectare: Science Slams in der Wissenschaftskommunikation. In: Niemann, Philipp; Bittner, Laura; Hauser, Christiane; Schrögel, Philipp (Hrsg.): Science-Slam. Multidisziplinäre Perspektiven auf eine populäre Form der Wissenschaftskommunikation. (S. 1-7) Wiesbaden: Springer VS.

Raupp, Juliana (2017): Strategische Wissenschaftskommunikation. In: Heinz Bonfadelli, Birte Fähnrich, Corinna Lüthje, Jutta Milde, Markus Rhomberg & Mike S. Schäfer (Hrsg.): Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation. (S. 143 - 164) Wiesbaden: Springer VS.

Rhomberg (2017): Forschungsperspektiven der Wissenschaftskommunikation. In: Heinz Bonfadelli, Birte Fähnrich, Corinna Lüthje, Jutta Milde, Markus Rhomberg & Mike S. Schäfer (Hrsg.): Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation. (S. 407 - 428) Wiesbaden: Springer VS.

Taddicken, Monika; Schmidt, Jan-Hendrik (2017): Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In: Schmidt, Jan-Hendrik; Taddicken, Monika (Hrsg.): Handbuch Soziale Medien. (S. 3-22). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Wormer, Holger (2017): Vom Public Understanding of Science zum Public Understanding of Journalism. In: Heinz Bonfadelli, Birte Fähnrich, Corinna Lüthje, Jutta Milde, Markus Rhomberg & Mike S. Schäfer (Hrsg.): Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation. (S. 429 - 452) Wiesbaden: Springer VS.