

**Kompetenzen in den Geisteswissenschaften**  
**Hochschuldidaktik, Wissenschaftstransfer und Forschungsmanagement**

0. Einleitung: Dimensionen der Wissenschaftskommunikation.....	3
I. Hochschuldidaktik .....	4
1. Einführung.....	4
1.1 Raum.....	5
1.2 Zeit.....	5
1.3 Medium.....	5
1.4 Spiel.....	6
2. Präsentieren und Kommunizieren .....	6
2.1 Sprache .....	6
2.1.1 Verbal .....	7
2.1.2 Paraverbal .....	7
2.1.3 Nonverbal.....	7
2.2 Körperhaltung.....	8
2.3 Mediengebrauch .....	8
3. Diskussionsleitung .....	9
4. Rückmeldungen geben und nehmen.....	9
5. Lehrmethoden.....	11
6. Sozialformen .....	12
7. Problematische Lehrsituationen .....	12
7.1 Fehlende Partizipation .....	12
7.2 Asymmetrische Partizipation.....	12
7.3 Unkoordinierte Partizipation .....	13
8. Raum- und Zeitgestaltung .....	13
8.1 Nähe und Distanz.....	13
8.2 Sequenzen und Pausen.....	13
9. Lehrkompetenzen und Lehrpersönlichkeit.....	14
II. Wissenschaftstransfer .....	15
1. Was ist und wie funktioniert Wissenschaftstransfer? .....	15
2. Medien.....	15
2.1 Was ist ein Medium?.....	15
2.2 Fach- und Sachbücher.....	16

2.3	Sammelbände/Tagungsbände .....	16
2.4	Zeitschriften.....	17
2.5	Aufsätze/Papers .....	17
2.6	Blog-Beiträge.....	18
2.7	Wikis und Enzyklopädien .....	18
2.8	Newsletter/Rundmails .....	18
2.9	Soziale Netzwerke .....	18
2.10	YouTube.....	19
3.	Wissenschaftskommunikation.....	20
3.1	Kommunikationsräume .....	20
3.2	Verlage .....	20
3.2.1	Vor- und Nachteile .....	20
3.2.2	Verlagskommunikation .....	20
3.3	Open Access .....	21
III.	Forschungsmanagement .....	22
1.	Formen von Forschungsmanagement.....	22
2.	Tagungen und Konferenzen.....	22
2.1	Grundlegendes .....	22
2.2	Wahl des Themas .....	22
2.3	Referentinnen und Referenten .....	23
2.4	Raum und Zeit .....	23
2.5	Tagungsförderung .....	23
2.6	Ankündigung .....	24
2.7	Durchführung.....	24
2.8	Tagungsband .....	25
IV.	Quellen und Literatur.....	26

## **0. Einleitung: Dimensionen der Wissenschaftskommunikation**

Die disziplinären Unterschiede zwischen Geistes-, Sozial-, Kultur- und Naturwissenschaften haben Auswirkungen auf die Art und Weise der Wissenschaftskommunikation und ihrer Kompetenzen. Kompetenzen sind Fähigkeiten und Eigenschaften, die wir als Personen oder Gruppen in der Wissenschaft besitzen und mit denen wir herausfordernde Situationen meistern können. Solche Herausforderungen und Probleme in Forschung und Lehre sind in der Regel durch problematische Kommunikationsverhältnisse bedingt. Während die Naturwissenschaften ein stark objektivistisches Methodenideal besitzen, welches dem Paradigma der Quantifizierbarkeit folgt, so befragen die Geisteswissenschaften ihren Gegenstand tendenziell stärker auf seine subjektiven Bedingungen und seine Qualität hin – eine Qualität, die immer eine Qualität *für* den Menschen ist. Sei es, dass sie diesen historisieren, sei es, dass sie diesen in ein kulturelles, theologisches oder philosophisch-hermeneutisches Verhältnis zum Menschen setzen, der ihn verstehen möchte. Es ist jedoch insgesamt ein Trend zu beobachten, wonach das naturwissenschaftliche Methodenideal immer mehr auch auf die Geisteswissenschaften übertragen wird, insbesondere mit Blick auf die vorherrschende Publikationspraxis und die Rahmenbedingungen der Ökonomisierung, die etwa durch kompetitive Anträge auf Fördermittel gesetzt sind. Durch Einsatz digitaler Methoden und Instrumente wie Künstlicher Intelligenz werden die Geisteswissenschaften noch stärker als bisher diesem quantifizierenden Methodenideal unterworfen werden – mit allen Vor- und Nachteilen, die damit einhergehen.

Das gegenüber den Naturwissenschaften verschiedene Objektivitätsverständnis der Geisteswissenschaften wirkt sich auch auf die Form der Kommunikation und auf den Kommunikationsraum aus, der ihrer Wissenschaftlichkeit zugrunde liegt. Geistes- und Naturwissenschaften unterscheiden sich nicht nur hinsichtlich ihres Objektverständnisses und Objektverhältnisses, sondern auch hinsichtlich ihres Raumverständnisses. Für alle Wissenschaften gilt, dass ihre Kommunikation unter bestimmten Bedingungen erfolgt, insbesondere die von Wilhelm von Humboldt beschworene „Einheit von Forschung und Lehre“. Wie ist diese Einheit genau zu verstehen? Wir müssen Forschung und Lehre als Praxis verstehen. Nur dann können wir sie in eine Einheit bringen. Diese Einheit besteht darin, dass wir die Forschung aus der Lehre entwickeln und die Forschung selbst wieder in die Lehre einfließen lassen. Forschung und Lehre bedingen sich damit gegenseitig. Wissenschaft unterliegt zahlreichen Bedingungen, die für gelingende Kommunikation immer reflektiert werden müssen: Räumlichkeit und Zeitlichkeit sind die Rahmenbedingungen für

Orientierung, Ökonomisierung stellt die Rahmenbedingungen von Effizienz und Quantifizierung dar, Technologisierung und Medialisierung betreffen die Form und Ausprägung unserer Autonomie, Internationalisierung die Vernetzung über Raum und Zeit hinweg, die durch die Technologisierung weiter verstärkt wird. Gerade auch aus der Perspektive der Wissenschaftskommunikation greift das traditionelle Sender-Empfänger-Modell zu kurz. Zum einen sind ihre Medien durch die zunehmende Digitalisierung viel komplexer und interaktiver als die herkömmlichen gedruckten Medien. Zum andern prägt die Wahl des Mediums auch den darüber vermittelten Inhalt, wie der Kanadische Kulturwissenschaftler Marshall McLuhan bereits in den 1960er Jahren erkannt hatte, als er den Slogan „The Medium is the Message“ prägte – lange bevor die Digitalisierung überall Einzug gehalten hat.

## **I. Hochschuldidaktik**

### **1. Einführung**

Forschung und Lehre werden an Hochschulen in der Regel getrennt voneinander behandelt. Dabei fordert das „Humboldt’sche Bildungsideal“ gerade die „Einheit von Forschung und Lehre“. Diese noch unbestimmte Einheit lässt sich in zwei Richtungen weiter auslegen. „Forschendes Lehren“ und „lehrendes Forschen“, so könnte man dieses Ideal konkreter formulieren. Erst seit kurzer Zeit wird auch die Hochschullehre zum Gegenstand der Forschung gemacht. Diese Methode nennt sich „SoTL“ – „Scholarship of Teaching and Learning“. Wer an Hochschulen lehrt – und nicht nur dort –, ist dazu aufgerufen, seine Lehre immer auch unter dem Gesichtspunkt der Forschung zu reflektieren: Welche Lehrmethoden eignen sich für welche Fachkulturen, Themen und Situationen am besten und warum? Hier ergeben sich interdisziplinäre Verbindungen nicht nur in der Forschung, sondern auch in der Lehre, so dass das Humboldt’sche Ideal der „Einheit von Forschung und Lehre“ berücksichtigt wird. Reflexive Hochschullehre berücksichtigt die Vermittlung von Inhalten vor allem unter drei Aspekten: (i) Raum, (ii) Zeit, (iii) Medium. Diese Aspekte sind keine bloß äußerlichen Umstände, sondern Bedingungen der Lehre. Nur durch Reflexion auf diese Bedingungen kann Hochschullehre gelingen. Alle drei Bedingungen hängen eng miteinander zusammen.

## **1.1 Raum**

Lehre findet immer unter räumlichen Bedingungen der Nähe und Ferne sowie der Bewegung und Ausdehnung statt. Räume können physischer Art sein, wie etwa ein Raum in einem Gebäude, oder auch virtueller Art, wie etwa in einem digitalen Online-Seminar. Räume lassen sich durch Relationen weiter strukturieren. Unser Raumverhältnis wird als *Proxemik* bezeichnet. Wir können die Lehre dadurch mitgestalten, dass wir den Raum aktiv und bewusst mit einbeziehen. Der Raum wird so selbst zu einem Medium der Lehre, indem wir etwa Wissen genetisch in ihm verorten. Präsentationen und Ausstellungen sind besonders auf die Form des Raumes angewiesen und prägen diese mit. Räume können eröffnet, erweitert und geschlossen werden, und zwar sowohl physisch, virtuell als auch semantisch. Es empfiehlt sich, in Lehrkontexten bereits vor Beginn der Veranstaltung den Raum auf seine didaktischen Möglichkeiten und Grenzen hin zu erkunden und ggf. zu modifizieren.

## **1.2 Zeit**

Wie der Raum so ist auch die Zeit eine Grundbedingung der Lehre und Forschung. Lehren und Forschen haben ihre eigene Zeitlichkeit. Eine wissenschaftliche Veranstaltung, sei es in der Lehre oder in der Forschung, hat eine bestimmte Dauer. Sie kann sich über wenige Minuten erstrecken, etwa im Falle eines Vortrags, über mehrere Stunden, wie im Falle eines Workshops, oder über mehrere Monate, wie im Falle eines Universitätsseminars oder eines Experiments. Die zeitliche Gestaltung und Einteilung von Lehre und Forschung muss dem behandelten Gegenstand entsprechen. Zeit und Raum lassen sich durch Zeiträume verbinden, die didaktisch eröffnet und wieder geschlossen werden.

## **1.3 Medium**

Ein Medium vermittelt Inhalte wie etwa Lerngegenstände zwischen verschiedenen Personen, wie etwa der Lehrperson und den Studierenden. Medien sind Träger von Informationen, also Papier, Folien und Bücher. Insbesondere die „neuen“ digitalen Medien erweisen sich für die Lehre von besonderer Bedeutung, da sie zunehmend *virtuelle Räume* eröffnen. Zu nennen sind hier vor allem drei Technologien: Das Internet, virtuelle Realität und Künstliche Intelligenz. Entscheidend ist jedoch nicht das Medium als solches, sondern immer unser reflektierter didaktischer Mediengebrauch. Unser Mediengebrauch sollte Räume eröffnen, innerhalb dessen Wissen reflektiert und vernetzt werden kann. Raum und Zeit können selbst zu Medien werden, wenn wir sie reflektiert in die Lehre einbeziehen und ihnen damit

didaktische Bedeutung verleihen. Zu bedenken ist dabei, wie bereits erwähnt, dass Medien nicht reine passive Durchgangsstationen oder Drehscheiben von Informationen sind, sondern dass sie selbst auch (formalen) Einfluss auf diejenigen Informationen nehmen, die sie vermitteln. Kommunikationskulturen des Briefwechsels unterscheiden sich aufgrund ihrer raumzeitlichen Dimension grundsätzlich von „reibungsfreien“ digitalen Kommunikationssituationen oder gar von Video-Chats, die Menschen auf aller Welt miteinander im virtuellen Raum synchronisieren.

## **1.4 Spiel**

In der Forschung und insbesondere der Lehre werden immer mehr Formen des Spiel(ens) einbezogen, was auch unter dem Begriff der „Gamification“ gefasst wird. Der Grundgedanke besteht darin, dass durch das Spielen Situationen freier und kreativer erfahren, erprobt und erlernt werden können. Das Spielen hängt insofern eng mit der Praxis der Simulation, Fiktion und Illusion zusammen. Spielen ist, anders als das wissenschaftliche Experiment, eine Praxis, die größere Freiheiten der Variationen von (Un)Verbindlichkeit kennt.

## **2. Präsentieren und Kommunizieren**

Eine Präsentation vollzieht sich wie jede Kommunikation in Raum und Zeit und unter Mediengebrauch. Dies kann neben klassischen Präsentationsmedien die Sprache bzw. Stimme, aber auch der bewegte Körper (bzw. Leib) sein, der selbst zu einem Präsentationsmedium wird. Wir können zwischen verbaler, paraverbaler und nonverbaler Kommunikation und Präsentation unterscheiden.

### **2.1 Sprache**

Die Sprache darf als eines der wichtigsten Medien generell und speziell in der Lehre gelten. Wir können zwischen gesprochener und verschriftlichter Sprache unterscheiden. Eine Lehrperson kann etwa Informationen mündlich kommunizieren und diese schriftlich auf Folien präsentieren. Die Dimensionen des Verbalen, Paraverbalen und Nonverbalen der Kommunikation hängen eng miteinander zusammen. Eine Harmonie und Einheit zwischen verbaler, paraverbaler und nonverbaler Kommunikation sollte angestrebt werden. Semantischer Inhalt und Kommunikationsform sollten einander entsprechen. Daraus ergeben sich verschiedene Empfehlungen für die Lehre.

### **2.1.1 Verbal**

Die verbale Kommunikation betrifft die semantische, also unmittelbar bedeutungstragende Kommunikation. Eine schriftliche oder mündliche Aussage enthält Informationen. Auf verbaler Ebene ist es empfehlenswert, in der Lehre kurze, einfache Sätze zu verwenden, die im Aktiv, ggf. auch in der ersten Person formuliert sind. Statt: „Zuerst soll das Thema X behandelt werden“, besser: „Zuerst werden wir uns mit dem Thema X befassen“. Die Wortwahl ist ein wichtiger Faktor der verbalen Kommunikation: Aktiv oder passiv, neutral oder personal, fach- oder umgangssprachlich, Fremdwörter oder deutsche Wörter. Unbekannte Fremdwörter sollten vermieden oder zumindest immer erklärt werden. Komplizierte Begriffe können zusätzlich visualisiert und ggf. hergeleitet werden. Positive Formulierungen, die Ich-Botschaften enthalten, aktivieren stärker. „Weichmacher“ wie „vielleicht“, „eventuell“, „könnte“, „würde“ führen zur Unverbindlichkeit.

### **2.1.2 Paraverbal**

Paraverbale Kommunikation betrifft die nicht-semantische Seite der Sprache, die vor allem unsere Aussprache und Stimme betrifft. Hierzu zählen Parameter wie etwa Stimmhöhe, Betonung, Aussprache, Lautstärke, die selbst bedeutungstragend sind und einen Großteil der Kommunikation ausmachen. Für gelungene Lehre ergibt sich daraus die Notwendigkeit angemessener Betonung statt Monotonie, die aufmerksamkeitsfördernd wirkt. Zu bedenken ist hierbei, dass auch die Stimme, wie die Sprache, kein bloßes Medium ist, sondern auch inhaltliche didaktische Bedeutung besitzt. Deutliche Artikulation trägt wesentlich zum verständlichen Ausdruck bei, insbesondere sollte der Einsatz von Pausen didaktisch reflektiert werden. Die Sprechlautstärke sollte dem Raum und der Publikumsgröße und dem jeweiligen Raum angepasst werden. Stimmliche Präsenz und Prägnanz kann auch Inhalte besser vermitteln, sofern sie sich ihnen anpasst.

### **2.1.3 Nonverbal**

Nonverbale Kommunikation betrifft all dasjenige, was nicht durch Worte und Stimme (verbal und paraverbal) ausgedrückt wird, aber dennoch Inhalte transportiert, vor allem unsere Körperhaltung. Hierzu zählen Gestik, Mimik, Proxemik. Daraus ergeben sich konkrete Hinweise für gelungene Kommunikation: Die Grundhaltung der Arme sollte zur Unterstützung des Gesagten genutzt und Oberhalb der Körpermitte verortet werden. Adaptoren, also unbewusste Bewegungen, Handlungen und Gewohnheiten, die oft aus

Verlegenheit erfolgen (z.B. am Hinterkopf kratzen), sollten reflektiert und möglichst vermieden werden. Blickkontakt und offene Körperhaltung zum Publikum signalisieren Interesse und Verbindlichkeit. Die Bewegung und aktive Verortung im Raum („Proxemik“) sollte bewusst eingesetzt werden. Denn die Körpersprache wird vom Publikum unbewusst gedeutet und es werden viele Botschaften aus ihr herausgelesen. Oft manifestiert sich eine bestimmte Einstellung im körperlichen Ausdruck. Daher ist es meist sinnvoller, die eigene Einstellung zu hinterfragen und ggf. zu ändern, als einen anderen körpersprachlichen Ausdruck „aufzusetzen“. Auf die Körpersprache und Körperhaltung wird im nächsten Punkt näher eingegangen.

## **2.2 Körperhaltung**

Nonverbale Kommunikation führt auf den Körper, verstanden als Medium. Wir können den Körper als didaktisches Mittel verwenden, um insbesondere den Raum durch Proxemik didaktisch zu nutzen. Daraus ergeben sich folgende Empfehlungen für die Lehre: Ein offener, der Gruppe zugewandt aufrechter, sicherer Stand, mit ruhigen Bewegungen den Raum nutzen, möglichst keine Barriere (z.B. Tisch) zwischen Redner bzw. Rednerin und Plenum. Die Kommunikationssituation muss also durch eine geeignete Wahl und Gestaltung des Raumes hergestellt werden.

## **2.3 Mediengebrauch**

Neben dem Körper existieren zahlreiche andere Medien für gelungene Kommunikation in der Lehre, wie etwa traditionell gedruckte Schriften, Folien, Videos, Tondokumente, seit einiger Zeit Internetquellen, Virtuelle Realität und sogar Künstliche Intelligenz. Ziele der Mediennutzung sind: Behaltensprozesse (Verarbeitungskapazität und Vorverarbeitung) erleichtern, Ergebnisse sichern, komplexe Inhalte verständlicher machen, wichtige Aussagen hervorheben, Zusammenhänge verdeutlichen (Anknüpfung an bestehendes Wissen), Erklärungsaufwand verkürzen, Steigerung der Motivation (Emotionalisierung, Interaktivität), Stimulanz verschiedener Sinneskanäle. Grundsätzlich gilt: Weniger ist mehr (Überflutung durch inflationären Mediengebrauch vermeiden). Alles, was visualisiert wird, sollte auch besprochen werden. Auch hier gilt das Ideal der Einheit bzw. Entsprechung von Inhalt/Botschaft und Medium. Insbesondere der Einsatz „neuer Medien“ erweist sich als Herausforderung. Digitale Medien dringen immer tiefer in unseren Alltag ein. Sie adäquat didaktisch zu nutzen kann nur dadurch gelingen, dass wir sie an klaren Zielen orientieren – sei

es, dass wir sie für spontane Umfragen und Meinungsbilder einsetzen (z.B. „Mentimeter“), sei es, dass wir durch sie flexible Vor- und Nachbereitung durch regelmäßige Zusammenfassungen oder Quizze ermöglichen. Auch hier gilt, dass Mediengebrauch immer die Bedingungen von Raum und Zeit reflektieren sollte.

### **3. Diskussionsleitung**

Es gibt zahlreiche Gründe für den Einsatz von Diskussionen in Lehrveranstaltungen: Die aktive Beteiligung der Studierenden, erhöhte Aufmerksamkeit, tiefere Auseinandersetzung mit den Lerninhalten, Förderung der Kommunikationskompetenz. Insbesondere für die Geisteswissenschaften, denen es nicht so sehr um die Quantifizierung von Objekten, sondern um deren Verständnis geht, das immer eine selbstreflexive Dimension einschließt, ist die Diskussion zentral. Diskussionen ereignen sich jedoch nicht einfach nur so, sondern müssen gerahmt und genährt werden. Sie müssen moderiert werden, was eine geeignete Fragestellung als Orientierung voraussetzt. Diese Rahmungen lassen sich auch räumlich und zeitlich verstehen: Wie viel Raum wollen wir der Diskussion geben, und wie ist der Raum genau verfasst? Wie soll die zeitliche Dynamik der Diskussion gesteuert werden? Diskussionen können dadurch gefördert werden, dass eine Diskussionskultur etabliert wird, die insbesondere räumliche und zeitliche Rahmenbedingungen reflektiert. An einer Diskussion kann auf verschiedene Weisen und Medien partizipiert werden. Von einer einfachen Meinungsumfrage (Handzeichen), bis hin zu begründeten Stellungnahmen. Hier ist der Einsatz von Diskussions-Methoden besonders geeignet. Lehrende besitzen hierbei die Funktion, die Diskussion zu moderieren, d.h. sie zu initiieren, zu strukturieren und am Ende auch zu finalisieren im Sinne der Ergebnissicherung. Hierbei ist eine Orientierung an der strukturierenden AVIVA-Methode (s.u.) sinnvoll.

### **4. Rückmeldungen geben und nehmen**

Nicht nur in der Wirtschaft, sondern auch in Forschung und Lehre sind Rückmeldungen („Feedback“) ein entscheidender Faktor für gelingende Kommunikation. Es empfiehlt sich deswegen, Rückmeldungen als eine Kultur des Feedbacks zu verstehen. Eine solche Kultur muss zuerst entwickelt werden, d.h. es müssen die räumlichen und zeitlichen Rahmenbedingungen geschaffen werden, die konstruktives Feedback erst ermöglichen. Rückmeldungen können wir auf zwei Weisen realisieren – indem wir sie anderen Personen oder Gruppen *geben* (aktive Rückmeldung), oder indem wir sie von anderen Gruppen oder

Personen *entgegennehmen* (passive Rückmeldung). Beide Formen von Rückmeldungen erfordern eine Kultur der Rückmeldung. Das Entgegennehmen von Feedback ist kein rein passives Geschehen, sondern erfordert seinerseits Formen von Aktivität, die etwa in der Bereitschaft, sich für Feedback zu öffnen, dieses einzufordern und auch wertzuschätzen besteht. Zentral ist für beide Formen von Feedback eine konstruktive Haltung, d.h. Feedback sollte angemessen gegeben und angenommen werden. Feedback zu geben ist eine Kunst. Sie erfordert genaue, möglichst neutrale Beobachtung und die Unterscheidung zwischen Beschreibung und Bewertung. Eine konstruktive Rückmeldung besteht aus folgenden Schritten des „BIB-Schemas“: Beschreibung, Interpretation, Bewertung (+ konstruktiver Verbesserungsvorschlag):

1) Beobachtungen auf der Verhaltensebene konkret beschreiben (nicht interpretieren)  
Z.B. statt „Sie waren total nervös!“ besser: „Mir ist aufgefallen, dass Sie Ihren Oberkörper immer wieder vor- und zurück bewegt haben.“

2) Die Beobachtungen aus subjektiver Sicht in ihrer Wirkung bewerten („Das hat auf mich ... gewirkt“). Auch Positives sollte dabei zurückgemeldet werden (vgl. „Sandwich-Methode“: Zuerst Positives rückmelden, dann Kritik, dann abschließend Positives; jedoch nicht zu schematisch verwenden, sondern adäquat an die jeweilige Situation und Person angepasst).

3) Konkrete und realisierbare Verbesserungsvorschläge formulieren: „Vielleicht wäre es für das nächste Mal eine Idee, das folgendermaßen zu tun: ...“).

Insbesondere das Entgegennehmen von Rückmeldungen stellt eine besondere Form von Kommunikation (auch in der Wissenschaft) dar. Wir sollten es als eine Chance begreifen, etwas über sich selbst zu erfahren und uns dadurch verbessern zu können. Deswegen ist es für gelungenes Feedback zentral, eine Haltung der Offenheit und Dankbarkeit gegenüber der Feedback gebenden Person zu kommunizieren. Rein defensive Verteidigungs- und Rechtfertigungshaltungen, die sich oft auch in non-verbale Körper(abwehr)haltungen (etwa verschränkten Armen) manifestieren, sind dabei nicht förderlich. Sollte das gegebene Feedback nicht mit der eigenen Selbsteinschätzung übereinstimmen, sollte konkret zurückgefragt werden, und zwar im Modus von Ich-Botschaften („Das ist interessant, denn ich hatte dies ganz anders wahrgenommen“). Strenge Objektivitätsideale wie in der

Naturwissenschaft finden in der Kultur des Feedbacks keine Anwendung. Vielmehr geht es um das Verstehen von Kommunikationsformen, die immer mindestens zwei sich verstehen wollende Subjekte voraussetzen und nicht im Modus der Gegenständlichkeit verstanden werden kann.

## 5. Lehrmethoden

In der Hochschullehre haben sich bestimmte kompetenzorientierte Lehrmethoden bewährt (Macke et al. 2016). Diese sollten jedoch nicht schematisch angewendet werden, sondern stets flexibel, d.h. angepasst an räumliche und zeitliche Bedingungen, aber auch an die Situation der Teilnehmenden und an den zu vermittelnden Inhalt. Die sogenannte „AVIVA-Methode“ (Beege et a. 2018) hat sich in der Hochschullehre besonders für die Strukturierung der Lehre bewährt. Es handelt sich dabei um ein Akronym der jeweiligen Anfangsbuchstaben ihrer methodischen Teilschritte.

### AVIVA-Schema

- A Ausrichten: Die räumlichen und zeitlichen Rahmenbedingungen definieren, die Leitfrage kommunizieren, das Interesse wecken, das Programm präsentieren, usw.
- V Vorwissen aktivieren: Die Teilnehmenden konkret nach Vorwissen fragen, konkrete Bezüge zu Vorwissen herstellen und dieses in Beziehung zum neuen Thema setzen.
- I Informieren: Hier steht der Wissensinhalt im Zentrum, der vermittelt werden soll.
- V Verarbeiten: Hier soll der Wissensinhalt konkret erprobt und individuell nachvollzogen werden, etwa durch Gruppendiskussionen oder Quizze.
- A Auswerten: Was haben wir erreicht, was ist noch unklar und offen?

Hierbei gilt jedoch zu bedenken, dass Methoden keine bloßen starren Regeln und Mechanismen („Algorithmen“) sind, sondern Formen des Strukturierens von *Wissensentwicklung* in Raum und Zeit. Bei jeder Teilmethode sollte stets das übergreifende Ziel reflektiert werden, und jeder Teilschritt an die besonderen Bedingungen des Themas und der raumzeitlichen und personalen Bedingungen Umstände angepasst werden.

## **6. Sozialformen**

In Forschung und Lehre befinden wir uns in Raum und in Zeit stets mit anderen Subjekten in einer Kommunikationssituation – sei es mit anderen Forschenden oder mit Studierenden. Hierbei können wir verschiedene Sozialformen unterscheiden. Die traditionelle Sozialform der Lehre ist das frontale Plenum, das jedoch oft zu einer monologischen Situation führt, wenn nur eine Person spricht und die anderen zuhören. Die Sozialform des interaktiven Plenums hingegen erlaubt es, dass die frontal gestellte Person durch Fragen und Impulse mit der Gruppe dialogisch interagiert. Dies ist insbesondere dann sinnvoll, wenn die Lehrperson sich einer großen Anzahl anderer Personen gegenübergestellt sieht. Bei der Partner- und Gruppenarbeit arbeiten die Lernenden paarweise oder in kleinen Gruppen an einer gestellten Frage. In der Sozialform der Einzelarbeit beschäftigen sich die Lernenden einzeln mit einem bestimmten Lerninhalt. Grundsätzlich gilt, insbesondere für die Lehre, dass neben der Bedingung von Raum und Zeit immer auch die sozialen Konstellationen reflektiert werden sollten.

## **7. Problematische Lehrsituationen**

In der Regel wird Hochschullehre, wie auch Lehre allgemein, nur unter dem Gesichtspunkt des Gelingens und nicht unter dem Gesichtspunkt des Scheiterns oder von Problemen betrachtet. Dabei kann Lehre nur dann gelingen, wenn sie problematische Situationen identifiziert und entsprechend verbessert. Wir können verschiedene Typen von problematischen Lehrsituationen unterscheiden, entsprechend den zuvor dargestellten Rahmenbedingungen und Kategorien.

### **7.1 Fehlende Partizipation**

Eine der häufigsten problematischen Lehrsituationen besteht in der fehlenden Partizipation und Kommunikation der Teilnehmenden. Etwa dann, wenn die Lehrperson eine Frage an das Plenum richtet und keine Rückmeldung erhält.

### **7.2 Asymmetrische Partizipation**

Nicht jede Form von Partizipation trägt automatisch zu gelingenden Kommunikationssituationen bei. So ist zu berücksichtigen, dass möglichst alle Teilnehmenden auch wirklich partizipieren und nicht nur einzelne bestimmte Personen. So

kann aus einer Plenums-Situation ein Dialog zwischen zwei Personen werden, wobei die anderen Teilnehmenden sich aus der Diskussion ausgeschlossen fühlen.

### **7.3 Unkoordinierte Partizipation**

Unkoordinierte Partizipation kann dadurch entstehen, dass die Teilnehmenden eine Eigendynamik entwickeln, die nicht mehr von der Lehrperson in Bahnen gelenkt werden kann. Der Diskurs verselbständigt sich dann und tritt aus der ursprünglichen Perspektive der Fragestellung heraus.

## **8. Raum- und Zeitgestaltung**

Wir sahen bereits, dass Raum und Zeit Grundkoordinaten für gelungene Forschung und insbesondere Lehre darstellen. Wir können Wissenschaftskommunikation anhand der Dimensionen räumlicher Nähe und Distanz sowie der zeitlichen Dimensionen von Sequenz und Pause weiter analysieren.

### **8.1 Nähe und Distanz**

Gemäß dem Medium der Proxemik können wir Nähe und Distanz im Raum nutzen, um damit Botschaften zu senden. Aus didaktischer Perspektive können wir direkt mit Teilnehmenden in Raum und Zeit kommunizieren, oder wir können aus der Distanz, etwa durch den Einsatz digitaler Medien (Rundmails, Videos, ...) kommunizieren. Nicht jede Form von Nähe und Distanz ist für jedes Thema und jede Kommunikationssituation angemessen. Die Situation des Feedbacks etwa setzt räumliche (und zeitliche) Nähe voraus, da hier die persönliche Dimension eine große Rolle spielt. Kommunikation mit einem größeren Publikum erlaubt aufgrund der strukturellen Anonymität mehr räumliche und zeitliche Distanz, nicht zuletzt deswegen, um einen Überblick zu erhalten.

### **8.2 Sequenzen und Pausen**

Gelungene Kommunikation setzt gelungene Raum- und Zeitplanung voraus. Wie der Raum, so besitzt auch die Zeit eine Ausdehnung, die gezielt didaktisch eingesetzt werden kann. Lehreinheiten, die eng miteinander zusammenhängen, sollten im Rahmen von Sequenzen behandelt und abgeschlossen werden. Unterbrechungen von thematischen Einheiten sind dann sinnvoll, wenn sie zu ausgedehnt sind, um in Gänze behandelt werden zu können. Hier empfiehlt es sich, gezielt und bewusst Pausen einzuplanen, die eine Untereinheit beschließen,

zugleich aber Raum lassen, um die nächste und anschließende Untereinheit zu antizipieren. Unter den Bedingungen digitaler Medien verändert sich die Raum- und Zeitgestaltung insofern, als nun auch verstärkt asynchrone und hybride Formen entstehen. Hierbei interferieren die Zeiteinteilung der Dozierenden mit denjenigen der Teilnehmenden, etwa dann, wenn ein Lehrvideo eine bestimmte Dauer hat, die dann aber individuell komprimiert oder gestreckt werden kann.

### **9. Lehrkompetenzen und Lehrpersönlichkeit**

Kompetenzen sind Fähigkeiten, Vermögen oder auch ‚Tugenden‘, die durch Erfahrung und Training erlernt werden können. Welche Kompetenzen sollte eine Lehrperson besitzen? Häufig werden von Studierenden und Lehrenden folgende Eigenschaften genannt: Begeisterungsfähigkeit (begeistert und begeisternd); Leidenschaft, klares Profil, (positive) Ausstrahlung, Verständlichkeit, Sensibilität, Strukturiertheit, Verbindlichkeit, respektvolle Grundhaltung, Ordnung. Die Frage nach den Kompetenzen führt zur Frage nach der Lehrpersönlichkeit, die selbst als ein Medium verstanden werden kann. Auch wenn prinzipiell zwischen Forschungs- bzw. Lehrgegenstand und Forschungs- und Lehrpersönlichkeit unterschieden werden muss, so gilt doch, dass die jeweilige Persönlichkeit, verstanden als Einheit verschiedener Eigenschaften und Kompetenzen, einen gewichtigen Faktor für gelingende Kommunikation darstellt. Alle zuvor genannten Parameter, insbesondere die verbale, nonverbale und paraverbale Kommunikation, sind stark durch persönliche Eigenschaften bedingt. Sie erlauben es, einer Forschungs- und Lehrpersönlichkeit ein individuelles Profil zu verleihen, das darin besteht, die verschiedenen Dimensionen in eine authentische Einheit zu bringen.

## **II. Wissenschaftstransfer**

### **1. Was ist und wie funktioniert Wissenschaftstransfer?**

Wissenschaftstransfer ist die Kommunikation zwischen Wissenschaft und wissenschaftlicher bzw. außerwissenschaftlicher Öffentlichkeit. Es handelt sich dabei also um eine Relation, die von der Wissenschaft hergestellt werden muss. Gelingende Wissenschaftskommunikation setzt den geeigneten Einsatz von Medien voraus. Neben jenen Medien, die vor allem im Lehrkontexten relevant sind, wie etwa Körpersprache und Stimme, rücken für die Wissenschaftskommunikation insbesondere schriftliche Medien ins Zentrum, die durch die Digitalisierung weiter dynamisiert werden: Monographien, Sammelbände, Zeitschriften, Aufsätze/Papers, Internet/Blog Beiträge, Newsletter/Rundmails, Wikis, open access, Künstliche Intelligenz. Zentrale Fragestellungen für gelungene Wissenschaftskommunikation sind folgende: Was ist mein Ziel? Welche (Forschungs-)Inhalte will ich vermitteln? Was ist mein Publikum/meine Zielgruppe? Welches Medium ist für mein Ziel / Zielgruppe sowie meine Inhalte geeignet? In welchem Raum und welcher Zeitform soll die Kommunikation stattfinden?

## **2. Medien**

### **2.1 Was ist ein Medium?**

„Medium“ bedeutet wörtlich so viel wie das „Mittlere“ und das „Vermittelnde“. Medien vermitteln als Informationen zwischen Sender und Empfänger, und diese Vermittlung kann auch als Kommunikation verstanden werden. Hier schließen sich verschiedene Fragen an: Welche Räume werden durch Medien eröffnet? Wie verhalten sich Medium und Wissenschaft bzw. Hochschullehre? Welche Medien sind für die Wissenschaft und die Hochschullehre besonders geeignet? Wie kann ich so kommunizieren, dass ich (noch mehr und besser) kommunizieren kann (Metakommunikation)? Konkret: Wie kommuniziere ich mit einem Verlag/einer Zeitschrift, um darüber meine Forschungsergebnisse kommunizieren zu können. Zu berücksichtigen ist hierbei jedoch stets, dass Medien nicht nur Informationen vermitteln, sondern diese Informationen immer auch mit prägen („The Medium is the Message“). Medien erzeugen und verändern räumliche Strukturen. Insbesondere die neuen Medien verändern den Kommunikationsraum durch virtuelle Realität und virtuelle Räume. Virtuelle und physische Räume interferieren, etwa dann, wenn wir hybride Kommunikationsformen wählen. Jedes Medium besitzt spezifische Vorzüge und Nachteile, die im Folgenden diskutiert werden sollen.

## 2.2 Fach- und Sachbücher

Fachbücher unterscheiden sich von Sachbüchern, dass sie an ein spezialisiertes Fachpublikum gerichtet sind. Oftmals werden sie von Fachverlagen veröffentlicht. Publikumsverlage hingegen sind in der Regel größere, traditionsreiche Verlage. Sachbücher erreichen ein größeres Publikum als Fachbücher und müssen entsprechend verständlicher geschrieben und gründlicher Lektoriert werden. Sie generieren mehr Umsatz als Fachbücher, da sie größere Auflagen haben. Fachbücher hingegen, wie etwa Dissertationen, haben oftmals nur eine Auflage von wenigen hundert Exemplaren. Sachbücher, und mehr noch Fachbücher zählen zu den Monographien. Monographien (von gr. *mónos*, einzeln, und *graphé*, Schrift) sind wissenschaftliches Werke, die einem einheitlichen, einzelnen Thema gewidmet sind. Oftmals handelt es sich um Bücher von einzelnen Autoren (z.B. Dissertationen oder Habilitationen). Vorteile liegen im klaren thematischen Fokus und der Einschlägigkeit; sie sind aus „einem Guss“. Ihre Nachteile liegen darin, dass sie nur für ein engeres fachwissenschaftliches Publikum geeignet sind und oft keine Bezüge zu verwandten und benachbarten Themen herstellen können. In den Naturwissenschaften spielen Monographien kaum eine Rolle, dafür umso mehr Zeitschriftenaufsätze. In der Regel werden Monographien von Verlagen veröffentlicht, die zwischen Autorin und Leser vermitteln. Immer häufiger werden Monographien aber auch in digitaler Form (open access) veröffentlicht, so dass dabei Verlage eine immer geringere Rolle spielen.

## 2.3 Sammelbände/Tagungsbände

Sammelbände sind Sammlungen mehr oder weniger thematisch zusammenhängender Einzelbeiträge verschiedener Autorinnen und Autoren. Oftmals haben Sammelbände mehrere Herausgebende. Im Gegensatz zu Monographien haben Sammelbände oft keinen spezifischen und einheitlichen Fokus und sie sind aufgrund der verschiedenen Autoren nicht aus einem Guss („Kraut-und-Rüben-Sammelband“). Eine gewisse thematische Einheit von Sammelbänden ergibt sich dadurch, dass sie aus Tagungen oder Konferenzen („Konferenzbände“ bzw. „Konferenzakten“) hervorgehen. Vorteile liegen darin, dass Sammelbände verschiedene Perspektiven abdecken und eröffnen. Nachteile bestehen darin, dass oftmals ein thematischer Fokus fehlt bzw. zu weit ist. Hier tragen die Herausgebenden die Verantwortung (ital. „a cura di“) dafür, dass eine thematische Einheit gewahrt bleibt.

Gegenüber Zeitschriften ist das Begutachtungsverfahren von Beiträgen in Sammelbänden weniger aufwändig und oftmals nicht anonymisiert.

## **2.4 Zeitschriften**

Zeitschriften sind wissenschaftliche Organe, die in der Regel zahlreiche renommierte Herausgeberinnen und Herausgeber besitzen, die von einem oftmals internationalen wissenschaftlichen Beirat unterstützt werden. Zeitschriften haben oftmals eine lange Tradition und weisen ein ganz spezifisches Forschungsprofil auf. Sie akquirieren ihre Beiträge durch regelmäßige Einreichungen oder Ausschreibungen („Calls for Papers“ (s.u.)). Es ist der Trend zu beobachten, dass das naturwissenschaftliche Ideal mehrfach (anonym bzw. „blind“) begutachteter Aufsätze auch auf die Geisteswissenschaften als Qualitätsmerkmal übertragen wird. Vorteile liegen im hohen wissenschaftlichen Renommee einzelner Zeitschriften und ihren komplexen Verfahren der wissenschaftlichen Qualitätssicherung durch aufwändige Begutachtungsprozesse, die sich oftmals über mehrere Jahre hinziehen.

## **2.5 Aufsätze/Papers**

Durch das aufwändige Begutachtungsverfahren besitzen Zeitschriftenaufsätze, oftmals mehr noch als Monographien, eine große thematische Einschlägigkeit. Oftmals müssen sie bis vor der Veröffentlichung auf Basis der anonymen Gutachten mehrmals überarbeitet werden. Nachteile liegen darin, dass Aufsätze nur einem engeren Fachpublikum von Experten verständlich sind, da sie, um überhaupt angenommen zu werden, einen spezifischen Fokus besitzen müssen. Nicht selten besitzen international renommierte Zeitschriften eine Annahmequote von unter 5 Prozent. Es ist die Tendenz zu beobachten, dass auch geisteswissenschaftliche Aufsätze immer mehr dem Vorbild englischer naturwissenschaftlicher Aufsätze entsprechen und oftmals nur noch bei englischsprachigen Zeitschriften eingereicht werden. Eine Rezeption dieser Aufsätze wird dadurch erschwert, dass ihr Zugang häufig kostenpflichtig ist. Ausnahmen bilden sogenannte „open-access-Zeitschriften“, die in den letzten Jahren verstärkt erscheinen, und deren Inhalte im Internet kostenlos abgerufen werden können. Wissenschaftliche Aufsätze sind wissenschaftlich besonders zitierfähig, da sie oft einen „digital object identifier“ (DOI) besitzen und da eine Langzeitarchivierung durch die Verlage oder Institutionen sichergestellt wird.

## **2.6 Blog-Beiträge**

Blogs sind Internet-Seiten, auf denen in der Regel aktuelle Beiträge zu verschiedenen Themen veröffentlicht werden. Der Vorteil liegt in der Aktualität sowie dem oftmals kostenlosen Zugriff. Blogs sind in der Regel unabhängig von Verlagen, die sich als Vermittler zwischen Autor und Leserin verstehen. Zumeist richten sich Blog-Beiträge an ein jüngeres oder breiteres medien-affines Publikum. Blog-Beiträge lassen sich mühelos teilen und kommentieren. Nachteile bestehen in der oftmals fehlenden Qualitätskontrolle und der fehlenden Langzeitarchivierung. Auch sind Blog-Beiträge oftmals nicht wissenschaftlich zitierfähig, da ihnen ein „digital object identifier“ (DOI) fehlt.

## **2.7 Wikis und Enzyklopädien**

Wikis sind in der Regel digitale wissensbasierte Textkorpora, die im Gegensatz zu Blogs stärker hierarchisch, hypertextuell und semantisch strukturiert sind. Oftmals handelt es sich um Wissenssysteme in Form von hypertextuell vernetzten Enzyklopädien. Ein paradigmatisches Wiki ist die „freie“ Internet-Enzyklopädie Wikipedia. Ihre Vorteile bestehen darin, dass sie zumeist kostenlos zugänglich, leicht erstellbar, aktuell und kollaborativ realisierbar sind. Nachteile liegen in teilweise fehlender Qualitätssicherung und eingeschränkter Zitationsmöglichkeit.

## **2.8 Newsletter/Rundmails**

Digitale Newsletter oder Rundmails erreichen ein großes Publikum, oftmals auf freiwilliger Abonnenten-Basis. Ihre Vorteile bestehen in ihren geringen Kosten, dem geringen Aufwand, der Aktualität und Regelmäßigkeit. Nachteile liegen in ihrer Kürze und oftmals fehlenden Zitations- und Interaktionsmöglichkeiten.

## **2.9 Soziale Netzwerke**

Wissenschaftskommunikation findet immer häufiger im Rahmen sozialer Netzwerke statt. Im Gegensatz zu Rundmails erlauben sie digitale Interaktion, d.h. das Teilen und Kommentieren von Informationen. Beispiele sind Twitter/X, Facebook, aber auch LinkedIn. Oftmals werden Beiträge auf sozialen Plattformen mittels Künstlicher Intelligenz thematisch geordnet und weiter vermittelt. Soziale Netzwerke lassen sich multimedial nutzen, etwa am stationären PC oder mobilen Smartphone. Nachteile bestehen in häufiger kommerzieller Nutzung der Daten, problematischem Datenschutz und insofern von unkalkulierbaren Abhängigkeiten von privaten Unternehmen, deren Strukturen und Algorithmen nicht bekannt sind.

## **2.10 YouTube**

Eine besondere Form von sozialer Plattform stellt YouTube dar, da sie vor allem auf die Konsumtion und Produktion von Video-Inhalten ausgerichtet ist. YouTube versteht sich als eine Medien-Plattform, auf der Konsumenten selbst zu Produzenten werden. Immer häufiger wird diese Plattform auch für Wissenschaftskommunikation genutzt. Die Vorteile bestehen wie bei sozialen Plattformen in der Interaktion, die Nachteile in der Kommerzialisierung und dem problematischen Datenschutz.

### **3. Wissenschaftskommunikation**

#### **3.1 Kommunikationsräume**

Wissenschaftskommunikation vollzieht sich immer in Räumen, die physisch oder virtuell/digital sein können. Formen der Kommunikation betreffen Kontexte der Lehre, wie Universitätsseminare, oder Kontexte der Forschung, wie Tagungen oder Ausstellungen. Räume müssen erst für ihren jeweiligen Zweck eingerichtet bzw. eröffnet werden und existieren selten bereits zuvor. Kommunikationsräume sind immer auch abhängig von der Partizipation der in ihnen befindlichen Subjekte (vgl. die Lehr- und Aktivierungsmethoden).

#### **3.2 Verlage**

##### **3.2.1 Vor- und Nachteile**

Verlage sind traditionell Vermittlungsinstanzen und –Plattformen zwischen Autoren und Leserschaft. Sie besitzen lange Traditionen im Bereich der Print-Medien und genießen oftmals hohes Renommee und große Bekanntheit im Fachpublikum. Durch die zunehmende Zahl an digitalen Publikationen werden traditionelle Publikationsformen transformiert bzw. hybridisiert. Die Wahl des Verlags ist ein wichtiger Faktor bei der Frage nach Wissenschaftstransfer. Folgende Fragen sind hierbei relevant: Was ist das traditionelle Publikum des Verlags? Wofür ist der Verlag bekannt/renommiert? Will ich ein Fachbuch (akademisches Publikum) oder ein Sachbuch (breites Publikum) schreiben?

##### **3.2.2 Verlagskommunikation**

Um Wissenschaftskommunikation durch Publikation zu betreiben, ist oft zuvor eine Kommunikation mit einem Verlag nötig. Ein erster Schritt besteht darin, sich im Internet darüber zu informieren, welcher Verlag am besten zum eigenen Publikationsprojekt passt. Der zweite Schritt betrifft die Wahl eines geeigneten zuständigen Fachlektors. Im dritten Schritt erfolgt eine unverbindliche Anfrage bei dem zuständigen Lektor. Bei Interesse kann im vierten Schritt ein strukturiertes Exposé eingereicht werden, über das dann oftmals im Rahmen einer Verlagskommission entschieden wird. Ein solches Verlagsexposé sollte kurz und verständlich gehalten sein (ca. 5-10 Seiten). Dabei sollte die Bedeutung des Themas und die Zielgruppe klar benannt werden, denn Verlage besitzen immer auch ein finanzielles Interesse daran, dass sich das Buch gut verkauft. Sie gehen immer ein gewisses Risiko ein, falls man nicht schon zuvor bei dem Verlag veröffentlicht hat. Das Thema sollte auch für Lektoren anderer Fachbereiche interessant sein. Anknüpfen an das bestehende

Verlagsprogramm sind immer sinnvoll. Auch eine Vergleichsanalyse kann dem Exposé beigelegt sein: Worin unterscheidet sich mein Buch von anderen? Ein Zeitplan mit ungefähre Umfangsangabe vervollständigt das Exposé. Grundsätzlich ist zu betonen, dass Buchprojekte bei renommierten Verlagen oftmals eine Sache der Aushandlung zwischen Autorin und Verlag sind. Selten erscheint das Buch am Ende in einer Form, die dem ursprünglichen Exposé gleicht.

### **3.3 Open Access**

Durch die Verbreitung digitaler Medien, insbesondere digitaler Publikationen, speziell auch in der Wissenschaft, ist das open-access-Modell immer attraktiver geworden, sowohl für Autoren wie für Verlage. Die Autoren erhalten dadurch die Sicherheit, dass ihr Buch von allen Interessierten gelesen werden kann. Der Verlag verlangt für die kostenlose Bereitstellung in der Regel einen Betrag von mehreren Tausend Euro, womit die Lektorats-, digitalen Herstellungs- und Werbe- bzw. Vertriebskosten bestritten werden. In der Regel garantiert der Verlag bei einer open-access-Publikation Langzeitarchivierung und einen Digital Object Identifier (DOI).

### **III. Forschungsmanagement**

#### **1. Formen von Forschungsmanagement**

Forschungsmanagement betrifft die Konzeption, Organisation und Realisierung von Wissenschaftskommunikation im weitesten Sinne. Dabei spielen neben räumlichen, zeitlichen und medialen Rahmenbedingungen auch finanzielle Rahmenbedingungen eine immer größere Rolle. Hier besteht die Herausforderung darin, Wissenschaftsfreiheit und ökonomische Restriktionen in eine Einheit zu bringen. Als ein Paradigma für Forschungsmanagement darf die wissenschaftliche (Fach-)Tagung gelten, die im Folgenden näher dargestellt wird.

#### **2. Tagungen und Konferenzen**

##### **2.1 Grundlegendes**

Wissenschaftliche Tagungen eignen sich aus verschiedenen Gründen als Forschungsprojekt: Sie erlauben die Vernetzung mit anderen Forschenden. Daraus ergeben sich oft weitere Kooperationen und Projekte (Tagungen sind wissenschaftliche Katalysatoren). Aus Tagungen ergeben sich häufig Publikationsprojekte (z.B. Tagungsbände). Wissenschaftliche Tagungen basieren auf den Prinzipien von Didaktik und Wissenstransfer. Für die Wahl des Tagungsthemas gilt: nicht zu eng; nicht zu weit; relevant/aktuell. Geeignete Referentinnen und Referenten sollten recht bald identifiziert und kontaktiert werden, am besten mit einem kurzen Exposé des Tagungsthemas. Persönliche Kontakte und Empfehlungen können hierbei hilfreich sein, denn oftmals sind potenzielle Referenten bereits lange im Voraus ausgebucht. Zu bedenken gilt, dass Tagungen Ereignisse in Raum und Zeit sind, d.h. dass ihre Rahmenbedingungen frühzeitig geklärt werden müssen. Tagungen sind oftmals kostenintensiv durch Reise-, Unterkunfts- und Verpflegungskosten. Deswegen sollte rechtzeitig ein Antrag auf Tagungsförderung bei einer einschlägigen Stiftung gestellt werden. Sobald der thematische, räumliche, zeitliche und finanzielle Rahmen steht, gilt es, im Sinne der Wissenschaftskommunikation geeignete Medien für die Ankündigung der Tagung zu nutzen.

##### **2.2 Wahl des Themas**

Wissenschaftliche Tagungen sollten relevant und aktuell sein. Oftmals empfiehlt es sich, konkrete Anlässe wie Jubiläen oder gesellschaftliche Themen zum Anlass einer wissenschaftlichen Tagung zu wählen – ohne dabei bloß dem Zeitgeist hinterher zu laufen. Idealerweise werden dabei Synergieeffekte genutzt: Mit wem kann ich bei der Organisation kooperieren? Hier sind Kooperationen innerhalb derselben Hochschule, aber auch

hochschulübergreifend, national und international möglich. Weitere Fragen können sein: Inwiefern trägt das Thema zur Profilierung meiner bisherigen Forschung bei? Inwiefern knüpft das Thema an meine bisherigen Forschungen an? Inwiefern kann ich dadurch mein Forschungsprofil erweitern?

### **2.3 Referentinnen und Referenten**

Grundsätzlich muss zwischen der „Seniorität“ und „Juniorität“ von Referentinnen und Referenten unterschieden werden: Wer ist auf diesem Feld bereits ein ausgewiesener Experte? Wer ist auf diesem Feld noch neu, jedoch vielversprechend? Mit wem habe ich schon einmal kooperiert, wen kenne ich aus anderen Zusammenhängen? Auf ist auf Diversität zu achten: Ideal ist ein Gleichgewicht aus männlichen und weiblichen Referenten, akademischen „Senioren“ und „Junioren“. Wissenschaftskommunikation vollzieht sich nicht zuletzt auch darin, mit geeigneten Referenten Kontakt aufzunehmen.

### **2.4 Raum und Zeit**

Eine Tagung sollte rechtzeitig geplant werden, idealerweise ein Jahr vor Beginn. Hierbei existieren verschiedene Teilschritte: Erste Konzeption der Tagung, zeitlicher und räumlicher Rahmen, Identifizierung der Referenten, Antrag auf Tagungsförderung, Finalisierung des Programms, Abstimmung der Vorträge und Gliederung, Reservierung von Hotels für Referenten. Sobald der genaue Termin steht, sollte ein geeigneter Raum reserviert werden. Der Raum sollte genügend Platz für sonstige Gäste haben und prominent/zentral gelegen sein.

### **2.5 Tagungsförderung**

Sofern keine eigenen Mittel zur Verfügung stehen, können Tagungsmittel bei Förderwerken beantragt werden. Ggf. kann die Tagung auch über eine Ausschreibung („Call for Papers“) organisiert werden, so dass alle Teilnehmenden die Kosten selbst tragen. Ein Call for Papers eignet sich besonders gut für Nachwuchstagungen. Nachwuchswissenschaftler (Doktoranden; junge Postdocs) bewerben sich dabei mit kurzen Abstracts für die Tagung; sie werden nach Qualität (anonym) ausgewählt. Es sind auch hybride Tagungen möglich, zu denen einige „Senioren“ eingeladen werden und die „Junioren“ über einen Call for Papers sich selbst bewerben. Welche Art von Förderantrag man stellt, hängt von der Art des Förderwerks ab. Grundsätzlich gilt: Je besser die Passung, desto höher die Chance auf Förderung. Weitere Kriterien sind Aktualität, Relevanz, Interdisziplinarität, besondere Anlässe (Jubiläen usw.). Es

gibt unzählige (private) Förderwerke, von denen man aber oft nichts weiß. Hier hilft ein Blick in nationale und internationale öffentliche regionale, nationale wie internationale Datenbanken und Suchmaschinen (etwa <https://stiftungen.bayern.de>). Zunächst sollte ein Antrag eine kurze Beschreibung des Vorhabens, des Erkenntnisziels und des erwarteten Erkenntnisgewinns (Relevanz/Aktualität) beinhalten. Dann erfolgt die Einordnung im Forschungskontext (gibt es eine Forschungslücke, welche die Tagung schließen kann?). Ein Zeit- und Finanzplan sollte ebenfalls beigefügt werden.

## **2.6 Ankündigung**

Sobald das definitive Programm sowie Raum und Zeit feststehen, kann die Veranstaltung angekündigt werden. Hier existieren verschiedene Möglichkeiten und Medien: Plakate und Aushänge (können postalisch versendet werden), Rundmails/digitale Verteilerlisten, Homepages (auch selbst erstellte), Referenten als Multiplikatoren. Grundsätzlich kann jedes zuvor behandelte Medium der Wissenschaftskommunikation verwendet werden, also auch soziale Plattformen.

## **2.7 Durchführung**

Für die konkrete Durchführung einer wissenschaftlichen Tagung sollten möglichst 1-2 Hilfskräfte angestellt werden (abhängig von der Größe und Dauer der Tagung). Die Ordnung des Raumes und der Präsentation sollte entsprechend der bereits diskutierten Lehrmethoden erfolgen. Hilfskräfte eignen sich insbesondere für die Bereitstellung von Tagungstechnik wie Laptops, Beamer, Mikrofon. Es sollten genügend Pausen eingeplant werden (vgl. Lehrmethoden), da Pausen nicht bloße „Kommunikationslücken“ sind, sondern selbst neue, oftmals informelle und individuelle Kommunikationsräume eröffnen, die häufig ebenso zentral wie das eigentliche Hauptprogramm einer Tagung sind. Pausen sollten zur Verpflegung genutzt werden können (Kaffee, Kekse), doch sollte dabei die Verpflegung nicht im Zentrum stehen. Empfehlenswert ist ein gemeinsames Abendessen („Konferenzdinner“) der Referenten in einem guten nahegelegenen Restaurant. Mit Einverständnis der Referenten können die Vorträge aufgezeichnet und hinterher über soziale Medien zum Nachsehen veröffentlicht werden.

## **2.8 Tagungsband**

Zur erweiterten Wissenschaftskommunikation können die Erträge einer Tagung in einem anschließenden Tagungs- bzw. Sammelband veröffentlicht werden. Hier ist die Wahl eines geeigneten wissenschaftlichen Verlags und einer geeigneten wissenschaftlichen Reihe von besonderer Bedeutung. Ein Tagungsband sollte einen möglichst einheitlichen Fokus besitzen. Auch hier gilt, dass zuvor die zeitlichen und finanziellen Rahmenbedingungen geklärt werden müssen. Oftmals übernehmen Stiftungen nicht nur die Tagungskosten, sondern auch die Druckkosten.

#### **IV. Quellen und Literatur**

Macke, Gerd/Hanke, Ulrike/Viehmann-Schweizer, Pauline/Raether, Wulf (2016),  
Kompetenzorientierte Hochschuldidaktik, Weinheim/Basel.

Meyer, Barbara E./Antosch-Bardohn, J. Beckmann, M./Beege, B./Frauer, C./Hendrich,  
A./Hübner, C./Primus, N. (2018): Der Münchner Methodenkasten, Version 6, abrufbar  
unter [www.sprachraum.org](http://www.sprachraum.org).

TutorPlus (2017): Skript „Schulung für Tutorinnen und Tutoren“, darunter: „AVIVA-  
Schema“, „Diskussion“, „Die Wirkung des Sprechers“, „Konstruktives Feedback“,  
„Medieneinsatz“, LMU München, 2017.