

Günter Lehmann

# Publizieren – aber wie?

3. Auflage



## Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Brill | Schöningh – Fink · Paderborn

Brill | Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen – Böhlau Verlag · Wien · Köln  
Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto

facultas · Wien

Haupt Verlag · Bern

Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck · Tübingen

Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag · Tübingen

Psychiatrie Verlag · Köln

Ernst Reinhardt Verlag · München

transcript Verlag · Bielefeld

Verlag Eugen Ulmer · Stuttgart

UVK Verlag · München

Waxmann · Münster · New York

wbv Publikation · Bielefeld

Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main



**Prof. Dr. paed. habil. Günter Lehmann** studierte Bauwesen und Berufspädagogik. Als Hochschullehrer und langjähriger Direktor eines freien Instituts hat er über 30 Jahre Diplomand:innen, Promovierende und Habilitierende betreut. Seit mehr als 20 Jahren bereitet er Teilnehmende an Bachelor-, Master- und Promotionsstudien auf das Anfertigen und Präsentieren wissenschaftlicher Arbeiten vor.

Günter Lehmann

## **Publizieren - aber wie?**

Verfassen und Veröffentlichen von Fachartikeln und  
wissenschaftlichen Ergebnissen

3., überarbeitete und erweiterte Auflage

expert verlag · Tübingen

Umschlagabbildung: © istock.com/ThomasVogel

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

3., überarbeitete und erweiterte Auflage 2022

2., aktualisierte und erweiterte Auflage 2017

1. Auflage 2016

DOI: <https://www.doi.org/10.36198/9783838559780>

© expert verlag 2022

– ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG  
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetztes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle Informationen in diesem Buch wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Fehler können dennoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen übernehmen deshalb eine Gewährleistung für die Korrektheit des Inhaltes und haften nicht für fehlerhafte Angaben und deren Folgen. Diese Publikation enthält gegebenenfalls Links zu externen Inhalten Dritter, auf die weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen Einfluss haben. Für die Inhalte der verlinkten Seiten sind stets die jeweiligen Anbieter oder Betreibenden der Seiten verantwortlich.

Internet: [www.expertverlag.de](http://www.expertverlag.de)

eMail: [info@verlag.expert](mailto:info@verlag.expert)

Einbandgestaltung: siegel konzeption | gestaltung, Stuttgart

CPI books GmbH, Leck

utb-Nr. 5978

ISBN 978-3-8252-5978-5 (Print)

ISBN 978-3-8385-5978-0 (ePDF)

ISBN 978-3-8463-5978-5 (ePub)



---

# Inhaltsübersicht

<b>Vorwort</b> .....	<b>VII</b>
<b>Vorwort zur 3. Auflage</b> .....	<b>XI</b>
<b>Prolog</b> .....	<b>1</b>
1    Publizieren – der Anspruch .....	4
2    Zugänge zum Publizieren .....	10
3    Referate .....	15
4    Fachwissenschaftlicher Artikel .....	30
5    Populärwissenschaftlicher Artikel .....	48
6    Tagungsbeitrag .....	72
7    Bücher .....	94
8    Manuskriptgestaltung .....	101
9    Elektronisches Publizieren .....	146
10   Verlage .....	154
<b>Anhang</b> .....	<b>163</b>
<b>Literatur</b> .....	<b>189</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>196</b>
<b>Sachwortverzeichnis</b> .....	<b>199</b>



## Vorwort

CLAUS ASCHERON wählt für sein 2007 erschienenes Buch den Titel „Die Kunst des wissenschaftlichen Publizierens und Präsentierens“. Selbst wenn mit diesem Bezug von Kunst gesprochen werden könnte, so bedeutet das noch lange nicht: Entweder man ist für das Publizieren und Präsentieren geboren oder man lässt es sein. Ähnlich wird das Lehren mitunter von weniger Erfolgreichen gern als „reine Veranlagung“ abgetan.

Die akademische Praxis scheint dies auch zu bestätigen. An den Universitäten, Hochschulen und freien Bildungsträgern ist das wissenschaftliche Kommunizieren, das verständliche Vermitteln wissenschaftlicher Ergebnisse nur selten Gegenstand der Aus- und Fortbildung. So wird mancher nach der Ausbildung ins Wasser geworfen und unvorbereitet späteren Anforderungen ausgesetzt.

Das Ergebnis:

- schwerverständliche Präsentationen,
- mangelhafte Qualität von Publikationen,
- erfolglose Lehrveranstaltungen.

Und das Schlimmste:

Nach vielen Irrtümern und Misserfolgen kommt der für den Erfolg notwendige Lernprozess in einem sehr frühen Stadium zum Stillstand. Man lässt es sein, man zieht sich zurück.

Indiz: Die Flucht mancher Lehrer an der Universität oder Hochschule vor der Lehrveranstaltung erfolgt nicht, weil sie nicht vermitteln wollen, sondern weil sie keinen Erfolg haben.

Ganz abgesehen davon, dass künstlerische Fähigkeiten und Fertigkeiten durchaus vermittelbar sind, so beruht das Publizieren, Präsentieren und Lehren neben dem reichhaltigen Erfahrungswissen auf gesicherten Erkenntnissen der Kommunikationswissenschaften, der Psychologie der Hodegetik und der Didaktik. Der Autor hat zum Präsentieren (LEHMANN, G. 2017) und zum Lehren (LEHMANN, G., 3. Auflage, 2022) entsprechende Handlungsempfehlungen in Veröffentlichungen des expert verlags vorgestellt.

Das vorliegende Buch ist dem Publizieren wissenschaftlicher Ergebnisse gewidmet. Ebenso wie die vorgenannten Werke will es keine Theorie zum Veröffentlichen wissenschaftlicher Erkenntnisse vorstellen und auch nicht deren wissenschaftliche Grundlagen nachweisen.

Der Autor möchte vielmehr allen wissenschaftlich Tätigen, die im Ergebnis ihrer Projekt-, Studien- oder Graduiertenarbeiten zu wissenschaftlichen Erkenntnissen gelangt sind, Handlungsempfehlungen für das Publizieren unterbreiten. Dabei hat er vor allem die „Einsteiger“ im Auge, all jene, die auf diesem Gebiet die ersten Versuche unternehmen und rasch auch den verdienten Erfolg erreichen möchten.

Folgende Fragen sollen im vorliegenden Text beantwortet werden:

- Welcher Anspruch wird an eine Veröffentlichung wissenschaftlicher Ergebnisse gestellt?
- Welcher Einstieg in das wissenschaftliche Publizieren wird empfohlen? Welche Möglichkeiten gibt es dafür und wie sind diese zu gestalten?
- Wie ist ein wissenschaftlicher Artikel in Inhalt und Form abzufassen? Welche Besonderheiten besitzen populärwissenschaftliche Artikel?
- Worauf ist bei der Vorbereitung eines Tagungsbeitrages zu achten?
- Welche Ansprüche werden an die Gestaltung von Manuskripten gestellt?

Ergänzende Hinweise zur Publikation als Buch, zum elektronischen Publizieren und zum Gewinnen eines Verlages sollen die Empfehlungen ergänzen.

Bei der Beantwortung der vorgenannten Fragen hat der Autor vor allem Diplomanden, Promovenden, Assistenten, Wissenschaftliche Mitarbeiter, Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung, Fach- und Führungskräfte sowie Privatpersonen mit wissenschaftlichen Ambitionen im Blick, die erste oder weitere Erfahrungen beim Publizieren ihrer Arbeitsergebnisse gewinnen wollen.

Das Buch ist so aufgebaut, dass sich auch der eilige Leser ohne Studium des gesamten Textes anlassbezogen in den einzelnen Kapiteln und Abschnitten Rat holen kann. Das sehr detaillierte Inhaltsverzeichnis soll dabei eine rasche Orientierung ermöglichen. Natürlich lässt dabei jedes Setzen von Prioritäten Wünsche offen und bestätigt am Ende den launigen Reim von EUGEN ROTH:

*Der Leser traurig aber wahr, ist häufig unberechenbar:*

*Hat er nicht Lust, hat er nicht Zeit, dann gähnt er: „Alles viel zu breit!“.*

*Doch, wenn er selber etwas sucht, was ich aus Raumnot nicht verbucht, wirft er voll Stolz sich in die Brust: „Aha, das er nicht gewusst!“.*

*Man weiß, die Hoffnung wär zum Lachen, es allen Leuten recht zu machen.*

Der Autor selbst ist seit über 40 Jahren mit dem Verfassen und Begutachten von Artikeln, Tagungsberichten, Rezensionen und Fachbüchern befasst. So beruht der überwiegende Teil der Aussagen auf seinem Erfahrungswissen, angereichert durch Beiträge der einschlägigen Fachliteratur und dem Rat zahlreicher Fachkollegen.

An dem Buch hat eine Reihe von Personen tatkräftig mitgewirkt. Mein besonderer Dank gilt Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Gerd-Bodo von Carlsburg für die inhaltlichen Anregungen, Frau Ingrid Lehmann für die Durchsicht des Manuskriptes, Frau Antje Albani für die Text- und Bildgestaltung sowie Frau Sandra Buschmann für den Einbandentwurf.

*Dresden, März 2016*

*Prof. Dr. paed. habil. Günter Lehmann*



## Vorwort zur 3. Auflage

Seit Erscheinen der Erstauflage haben sich an den Universitäten, Hochschulen und Freien Bildungsträgern die Angebote für Handlungsorientierungen zum Verfassen und Präsentieren der Graduierungsarbeiten erweitert. Lösungsideen stoßen zunehmend auf Umsetzungsinteressen und -aktivitäten, allerdings zunehmend in der Wirtschaft. Das Publizieren bleibt dagegen von den Entwicklungen weitgehend unberührt. Liegt es an mangelnder Motivation, ist der Anspruch unklar oder sind die Mittel und Methoden unbekannt? Die Empfehlung lautet: Mut zur populärwissenschaftlichen Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse!

Die in den letzten Jahren durchgeführten Feldversuche zum Verfassen von populärwissenschaftlichen Artikeln und ihre Veröffentlichung in organisationsinternen Medien waren Anlass dafür, jetzt die betreffenden Aussagen der letzten Auflage im Prolog und im Teil 5 neu zu fassen und um Beispiele zu ihrer verständlichen Darstellung zu ergänzen. Besondere Betonung liegt auf der Nutzenorientierung als Auswahlinstanz für Inhalt und Gestalt des populärwissenschaftlichen Textes. Seine mediale Verwertung wird vor allem dort verortet, wo er auf das Interesse der Leser trifft und der Nutzen für sie offensichtlich wird (Unternehmen, Kammern, Verwaltungen etc.).

Wenn man davon ausgeht, dass sich immer mehr Menschen im Internet informieren, dann liegt die Bedeutung von Blogartikeln auf der Hand. Das Thema der wissenschaftlichen Arbeit bietet zahlreiche Möglichkeiten, in einem Blog die Quellen, Wege und Ergebnisse der eigenen Untersuchung bekanntzumachen, aber auch mit anderen Standpunkten zu vergleichen und neuere Entwicklungen vorzustellen. Das Textformat ist kurz, stilsicher und suchmaschinenoptimiert. In einem neuen Abschnitt 9.4 werden Gestaltungsvorschläge für das Verfassen eines Blogs unterbreitet. Mit Blick auf die gute Lesbarkeit des Textes wird das Messen mit dem Flesch-Index angeregt.

Das Buch ist so angelegt, dass der Leser sich ohne Studium des gesamten Textes anlassbezogen zu einzelnen Textformaten Rat holen kann. Deshalb werden bestimmte Aussagen, beispielsweise zur Manuskriptgestaltung, bewusst an mehreren Stellen wiederholt.

Frau Karina Kowatsch danke ich für das sehr aufmerksame Lektorat.

*Prof. Dr. paed. habil. Günter Lehmann  
Juni 2022*



---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Prolog.....</b>	<b>1</b>
<b>1 Publizieren – der Anspruch.....</b>	<b>4</b>
1.1 Zwei Grundschwierigkeiten.....	4
1.2 Zweck.....	6
1.3 Grundsätze .....	7
<b>2 Zugänge zum Publizieren .....</b>	<b>10</b>
2.1 Kennzeichnung .....	10
2.2 Arbeitspapiere .....	11
2.3 Tagungs- und Konferenzbeiträge.....	11
2.4 Zeitschriftenartikel/Bücher .....	12
2.5 Open-Access-Publikationen.....	13
<b>3 Referate .....</b>	<b>15</b>
3.1 Einteilung.....	15
3.2 Abstract.....	15
3.2.1 Formen.....	15
3.2.2 Paper Abstract .....	16
3.2.3 Application Abstract .....	17
3.2.4 Conference Abstract.....	19
3.2.5 Extended Abstract .....	19
3.2.6 Thesis Abstract.....	19
3.3 Poster .....	21
3.4 Rezension.....	23
3.5 Tagungsbericht.....	25
3.6 Spezielle Textformate .....	26
3.6.1 Meta-Analyse .....	26
3.6.2 Kurzbericht.....	26
3.6.3 Interview .....	27
3.6.4 Kommentar.....	28
3.6.5 Leserbrief .....	29

<b>4 Fachwissenschaftlicher Artikel .....</b>	<b>30</b>
4.1 Kennzeichnung .....	30
4.2 Einteilung .....	30
4.2.1 Übersicht .....	30
4.2.2 Kurzcharakteristik der Textsorten .....	31
4.3 Originalarbeiten .....	33
4.3.1 Vorüberlegungen .....	33
4.3.2 Vorbereitung .....	35
4.3.3 Aufbau .....	40
4.3.4 Letzter Check .....	44
4.4 Exkurs: Darstellen der Etappen der Erkenntnisgewinnung .....	44
<b>5 Populärwissenschaftlicher Artikel .....</b>	<b>48</b>
5.1 Kennzeichnung des Textformates .....	48
5.2 Vorgehen bei der Ausarbeitung .....	49
5.3 Reduzieren der Komplexität .....	51
5.3.1 Auswahlstrategie Nutzenorientierung .....	51
5.3.2 Auswahlstrategie Auslassen .....	52
5.4 Reduzieren von Kompliziertheit .....	54
5.4.1 Vorbemerkungen .....	54
5.4.2 Konzentration .....	54
5.4.3 Veranschaulichung .....	60
5.4.4 Wortwahl und Satzgestaltung .....	64
5.5 Aufbau des Artikels .....	68
5.6 Ausblick .....	70
<b>6 Tagungsbeitrag .....</b>	<b>72</b>
6.1 Kennzeichnung .....	72
6.2 Besonderheiten des Vortragstextes .....	72
6.2.1 Tagungsthema .....	72
6.2.2 Tagungsteilnehmer .....	72
6.2.3 Vortragsaufbau .....	78
6.3 Redehilfe .....	84
6.3.1 Kennzeichnung .....	84
6.3.2 Argumentationskarten .....	85
6.3.3 Schaubild-Notizblätter .....	88
6.3.4 Krisenszenario .....	88
6.3.5 Teilnehmerunterlagen .....	90
6.3.6 Vorbereitung der Frage- und Diskussionsrunde .....	91

---

<b>7</b>	<b>Bücher .....</b>	<b>94</b>
7.1	Kennzeichnung .....	94
7.2	Monografien.....	95
7.3	Handbücher.....	96
7.4	Lehrwerke .....	97
7.5	Herausgeberwerke.....	98
7.6	Graue Literatur.....	99
7.7	Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen.....	100
<b>8</b>	<b>Manuskriptgestaltung.....</b>	<b>101</b>
8.1	Text.....	101
8.1.1	Strukturierung .....	101
8.1.2	Argumentation.....	102
8.1.3	Zitation.....	107
8.1.4	Wortwahl.....	113
8.1.5	Umgangssprache .....	116
8.1.6	Satzbildung.....	118
8.1.7	Textverständlichkeit.....	121
8.1.8	Umgang mit Zahlen.....	123
8.1.9	Verwendung von Maßeinheiten/Formeln.....	124
8.2	Abbildungen.....	125
8.2.1	Grundsätze .....	125
8.2.2	Diagramme.....	128
8.2.3	Tabellen.....	131
8.2.4	Schaubilder.....	134
8.2.5	Schemata/Foto.....	134
8.2.6	Weitere Darstellungen.....	135
8.3	Verzeichnisse .....	136
8.3.1	Literaturverzeichnis.....	136
8.3.2	Fachwortverzeichnis (optional).....	139
8.3.3	Abkürzungsverzeichnis (optional).....	139
8.3.4	Abbildungsverzeichnis (optional) .....	141
8.3.5	Gleichungsverzeichnis (optional).....	141
8.4	Herstellung.....	141
8.4.1	Schreiben der Rohfassung.....	141
8.4.2	Überarbeiten bis zur Endfassung.....	143
8.4.3	Korrektur vor der Endfassung .....	145

<b>9 Elektronisches Publizieren.....</b>	<b>146</b>
9.1 Überblick .....	146
9.2 Online-Produkte .....	147
9.3 Open-Access-Publikationen .....	148
9.4 Blogartikel .....	151
<b>10 Verlage.....</b>	<b>154</b>
10.1 Leistungen .....	154
10.2 Suchen des richtigen Verlags .....	158
10.3 Einreichen des Materials .....	159
10.4 Gestalten des Vertrags.....	161
<b>Anhang.....</b>	<b>163</b>
<b>Literatur .....</b>	<b>189</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>196</b>
<b>Sachwortverzeichnis .....</b>	<b>199</b>

# Prolog

Wir sind auf dem Weg zu interessanten wissenschaftlichen Ergebnissen, vielleicht liegen sie bereits vor. Nun sollen sie vorgestellt werden. Die Präsentation der Bachelor-, Master-, Diplom- oder Doktorarbeit, des Forschungsberichts oder der Studie vor einem internen Kreis ist ein Weg – aber erreichen Sie damit bereits angemessen die Öffentlichkeit? Sicher sind dabei die Fachleute für den Verfasser einer Graduiersarbeit keineswegs die einzige Zielgruppe. Interessant sind für ihn die Veranlasser, Entscheider, Nutzer außerhalb des „inneren“ Fachzirkels, die ein knappes und verständliches Textformat erwarten.

Für den Anfänger sind diese Wege nicht einfach zu begehen. Zunächst muss er erleben, dass sein Text nicht angenommen wird. Dabei spielt das Überangebot an Publikationen eine Rolle. Aber was kann der Verfasser selbst zum Erfolg beitragen? Diese Frage soll im Buch beantwortet werden. Zunächst fünf Tipps für den Anfang der Lektüre:

## **Seid als Autor bereits im Verlag gelistet.**

So bietet beispielsweise die Teilnahme an einer Tagung im Themenfeld der eigenen Arbeit die Chance, einen Tagungsbericht über eine Arbeitsgruppe oder ein Plenarreferat zu schreiben. Die Veröffentlichung kann mit der Tagungsleitung oder mit den auf der Tagung präsenten Fachverlagen vereinbart werden. Ein Empfehlungsschreiben des Betreuers fördert zudem den Erfolg und schon ist man im Verlag kein gänzlich Unbekannter mehr.

Sicher sind wissenschaftliche Beiträge über Open Access rasch zu platzieren. Allerdings sind die Kosten vom publizierenden Autor zu tragen. Außerdem sind sie nur im Falle der Veröffentlichung in einem der Open-Access-Journals auch qualitativ gelistet.

## **Haltet Euch an die Konventionen für das Verfassen.**

Dazu gehört neben dem Verzeichnen, Gliedern, Verweisen und Bibliografieren auch die verständliche Textgestaltung. Redakteure legen eingereichte Artikel schnell beiseite, wenn sie z. B. solche Formulierungen finden: „Mit angesagter Professionalität gilt es die ganzheitlichen UPSs outzusourcen, um den Mehrwert der strategischen Parameter anzustoßen.“ Der Gutachter neigt bei solchen Formulierungen zur Frage, ob die betreffende Arbeit diese zum Überdecken inhaltlicher Armut benötigt. Die Herausgeber wissenschaftlicher Zeitschriften betonen übereinstimmend zwei Gestaltungshinweise:

- Angemessene Kürze und offensichtlicher Respekt vor der Zeit des Lesers.
- Einfaches und eindeutiges Vokabular, komplizierte Ausdrücke nur dort, wo einfache nicht zutreffen.

### **Kalkuliert die hohe Ablehnungsquote etablierter Verlage ein.**

Die Chance, um mit dem Verlag im Gespräch zu bleiben, vergrößert sich mit dem Vorabsenden eines Applikation Abstracts. Im Umfang von ca. 150 Wörtern werden kurz und prägnant der Titel, der Anlass zur Untersuchung, die Frage- bzw. Problemstellung, das methodische Vorgehen, die vorgelegten Ergebnisse und die Implikationen dargestellt. Erfahrungsgemäß eröffnet das weitere Gespräche mit dem Verlag.

Auch wenn der Beitrag mit erheblichen Auflagen angenommen oder gar abgelehnt wird, sollte der Autor nicht vorschnell aufgeben. Klaus von Klitzing hat ein illustratives Beispiel dafür geliefert. Sein Artikel über die Entdeckung des Quanten-Hall-Effekts wurde von der Zeitschrift Physical Review Letters zurückgewiesen, weil den Gutachtern der gewählte Titel nicht interessant genug erschien und sie darin nicht die Bedeutung der Entdeckung erkannten. Mit einem besseren Titel klappte es dann im zweiten Anlauf, was in der Folge zum Nobelpreis führte.

Sicher: So schnell geht es nicht immer, aber ein guter Titel öffnet offensichtlich Türen!

### **Argumentiert überzeugend.**

Die Argumentation ist dann überzeugend, wenn die Begründungen für die aufgestellten Behauptungen sachlich richtig *und* für den Leser bedeutsam sind.

Die Überzeugungskraft leidet beispielsweise immer dann, wenn die Gültigkeit eines erkannten Zusammenhangs nicht angegeben wird, wie im Folgenden ersichtlich:

*„Je weniger Kunden sich beschweren, desto zufriedener sind sie. Deshalb ist die Anzahl von Beschwerden ein Indikator für Kundenzufriedenheit.“*

Hier wird davon ausgegangen, dass das Eine die Ursache für das Andere ist. Aber was für den einen Geschäftsbereich gilt, muss nicht automatisch für einen anderen Bereich zutreffen. Also: Ohne Angabe des Gültigkeitsumfangs kann keine belastbare Verallgemeinerung getroffen werden.

Grobe Fehler treten auch immer dann auf, wenn aus dem alleinigen Zusammentreffen zweier Ereignisse eine Ursache-Wirkung-Beziehung postuliert wird, zum Beispiel:

*„Je höher der Brandschaden, desto größer die Anzahl der eingesetzten Feuerwehrleute.“*

Erst wenn ausgeschlossen werden kann, dass der Zusammenhang zwischen dem Brandschaden und der Anzahl der Feuerwehrleute nicht durch einen dritten Faktor bedingt wird, ist das Eine Ursache für das Andere. Im Beispiel offenbart sich eine Scheinkorrelation, denn die Ursache für beide Ereignisse ist die Größe des Feuers.

### **Habt Mut zum populärwissenschaftlichen Text.**

Mitunter hängt der populärwissenschaftlichen Veröffentlichung bei einigen Wissenschaftlern das Odeur des Minderwertigen an. Aber sind konkrete, handlungsorientierende Beiträge zum Gestalten der Lebenswelt etwas Minderwertiges? Im Gegenteil! Der interessierten Öffentlichkeit werden Ergebnisse aus wissenschaftlichen Untersuchungen in Diplom-, Master- und Bachelorarbeiten angeboten. Nutzer, Veranlasser, Entscheider sollen angesprochen und vom praktischen Nutzen der Ergebnisse überzeugt werden.

In diesem Sinne generiert ein populärwissenschaftlicher Artikel nicht das Produkt einer Simplifizierung von Wissenschaft, sondern essentiell das redliche Bemühen, wissenschaftliche Erkenntnisse in die Lebenswelt einer nichtfachlichen Öffentlichkeit zu stellen (GEULEN, C., 2010, S. 96). Dabei wird im Vollzug einer wohlüberlegten Reduktion die Auswahl und Gestaltung der Inhalte von der Antwort auf folgende Frage abhängig gemacht: Welchen Nutzen bringen meine Ergebnisse anderen Personen, inwieweit helfen sie Problemlagen und reale Herausforderungen zu bewältigen? Die im populärwissenschaftlichen Artikel getroffenen Aussagen leiten sich vor allem aus ihrer Bedeutung für den ins Auge gefassten Leserkreis ab.

Das Textformat besitzt ein hohes Maß an Anschaulichkeit, einfache Textgestaltung und sorgfältige Wortwahl. Es kommt ohne akademischen Diskurs, Darstellung der Forschungslage sowie Verzeichnis- und Fußnotenapparat aus. Der Umfang sollte zwei DIN A4-Seiten nicht übersteigen.

# 1 Publizieren – der Anspruch

## 1.1 Zwei Grundschwierigkeiten

Die wissenschaftliche Arbeit hat zwei Grundschwierigkeiten zu bewältigen: **Das Gewinnen von Erkenntnissen und das Vermitteln von Erkenntnissen**. In diesem Buch geht es um das Bewältigen der zweiten Grundschwierigkeit – um das **Vermitteln** durch die in Abbildung 1 dargestellten Arten.

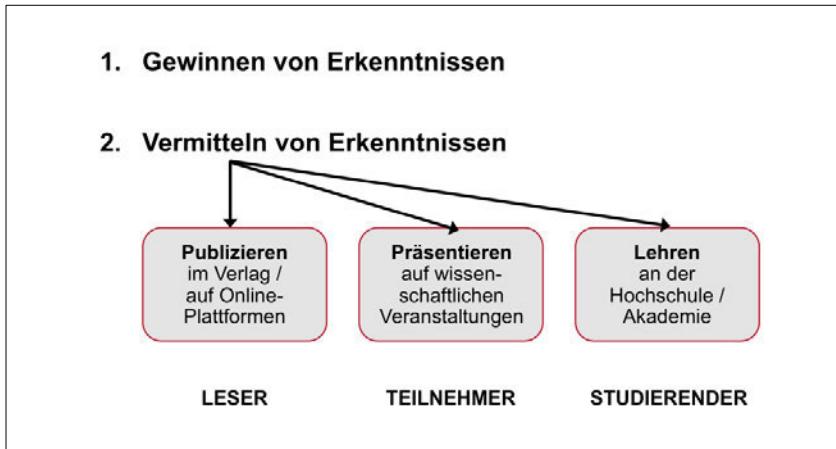


Abb. 1: Zwei Grundschwierigkeiten wissenschaftlicher Arbeit

Das **Publizieren** stellt neue wissenschaftliche Erkenntnisse im fachlichen Kontext und disziplinären Umfeld in prägnantem und argumentativem Stil dar. Es zielt auf die Information von Lesern aus einer mehr oder weniger breiten (Fach-) Öffentlichkeit. Publikationen werden über Verlage oder Online-Plattformen bewertet, verwertet und bereitgestellt.

Das **Präsentieren** stellt neue Erkenntnisse in Vortrags- und Diskussionsrunden vor. Die Teilnehmer, in der Regel eine ausgewählte Zielgruppe (Tagungsteilnehmer, potentielle Kunden, Kommissionsmitglieder etc.), sollen informiert, überzeugt oder zum Handeln veranlasst werden. Präsentationen erfolgen in gesonderten Veranstaltungen, z. B. in Diplom- oder Promotionsverteidigungen, Tagungen, Fachmessen, Branchentreffen usw.

Das **Dozieren (Lehren)** vermittelt die neuen Erkenntnisse im System der jeweiligen Lehrfachwissenschaft zur Entwicklung von Kenntnissen, Fähigkeiten, Fertigkeiten und Einstellungen. Adressaten sind die Studierenden in der Aus- und

Weiterbildung an Universitäten, Hochschulen und anderen Bildungsträgern. Die entsprechenden Lehrveranstaltungen verlaufen nach didaktischen Gesichtspunkten als Vorlesungen/Vorträge, Seminare, Übungen etc.

Dem Titel entsprechend geht es in diesem Buch vor allem um das **Publizieren** wissenschaftlicher Ergebnisse, im Teil 6 mit einem Übergang zum Präsentieren. Das Publizieren befördert den Kreislauf der wissenschaftlichen Erkenntnisse und dient auf diese Weise dem wissenschaftlichen Fortschritt (s. Abbildung 2).

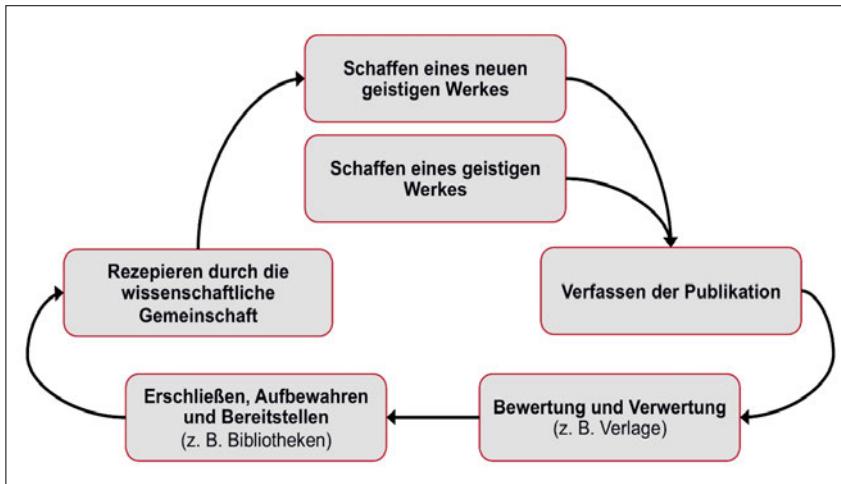


Abb. 2: Kreislauf der wissenschaftlichen Erkenntnisse durch Publikationen

Als Veröffentlichungen in unterschiedlichen Arten und Formen bewerten und verwerten die Publikationen Verlage, Kommissionen, Gesellschaften und Fakultäten. In Bibliotheken, Datenbanken, Studienplänen, Weiterbildungsprogrammen etc. werden die Erkenntnisse erschlossen, bereitgestellt, aufbewahrt und schließlich von den wissenschaftlich Tätigen beim Forschen, Publizieren, Präsentieren und Lehren rezipiert. Aus diesem Fundus entsteht ein neues geistiges Produkt; neue wissenschaftliche Erkenntnisse werden in den Kreislauf eingespeist. Nur so kann sich Wissenschaft entwickeln.

Wissenschaftliche Erkenntnisse werden in schriftlicher und mündlicher Form veröffentlicht. Abbildung 3 enthält dazu eine Übersicht. Danach erscheinen schriftliche Veröffentlichungen (Publikationen) in der Print-Fassung, zunehmend auch oder ausschließlich online. Mündliche Veröffentlichungen (Präsentation und Lehre) enthalten als Ergänzung in der Regel schriftliche Materialien (Skripte, Prospekte).