



GÜNTER LEHMANN

Populärwissenschaftliche Artikel verfassen

expert ›

Populärwissenschaftliche Artikel verfassen

Günter Lehmann

Populärwissenschaftliche Artikel verfassen

expert›

Umschlagabbildung: © Melon@stock.adobe.com

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.

DOI: <https://doi.org/10.24053/9783381122226>

© 2025 · expert verlag

– 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 Urheberrechtsgesetzes 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

eMail: info@verlag.expert

Druck: Elanders Waiblingen GmbH

ISBN 978-3-381-12221-9 (Print)

ISBN 978-3-381-12222-6 (ePDF)

ISBN 978-3-381-12223-3 (ePub)



Vorwort

Karriere zu machen, ist ein erstrebenswertes, völlig legitimes Ziel. Alle Relativierungen, falsche Bescheidenheit sind fehl am Platz. Die Planung der Führungs-, Fach- oder Projektkarriere ist ein wichtiges Thema für jeden Berufseinsteiger, in diesem Buch für Studierende höherer Studienjahre und Absolventen von Universitäten und Hochschulen. Die einschlägige Literatur ist reichhaltig im Angebot. Sie enthält zahlreiche berufliche Offer-ten und eine Fülle detaillierter Hinweise für die Gehaltsverhandlung, das Bewerbungsgespräch oder für den gelingenden Auftritt im Recruiting Event. Aber keiner der zahlreichen Ratgeber erwähnt mit Bezug auf Karriere den „Schatz“ der Absolventen: die Ergebnisse ihrer wissenschaftlichen Arbeiten und deren Verwertung.

Manch einer wird vielleicht an dieser Stelle fragen: Weshalb oder wofür soll ich meine Graduierungsarbeit verwerten? Soll ich riskieren, in der Öffentlichkeit vorgeführt zu werden? Welcher Nutzen ergibt sich für mich aus der Veröffentlichung meiner wissenschaftlichen Arbeit? Welcher Wert entsteht mit dem Verwerten für mich persönlich?

Wer nach intensiver geistiger Arbeit eine wissenschaftliche Arbeit vorgelegt und die Hürden der Disputation erfolgreich gemeistert hat, empfindet berechtigten Stolz. Ein Hochgefühl, das sich verstärkt, wenn die Ergebnisse in einer Publikation gedruckt vorliegen oder ein Publikum am Vorgetragenen Interesse zeigt oder das Ergebnis in einem Produkt bzw. in einer Leistung manifest wird. Und jedes Feedback bringt den Graduierten weiter, auch und besonders ein kritisches. Wer das nicht so oder ähnlich empfindet, dem stiehlt wahrscheinlich die weitere Lektüre dieses Buches unnötige Zeit. Pardon für diese Zuspitzung. Aber ohne vom eigenen Interesse getragenes Engagement kann Verwertung nicht erfolgreich gelingen.

Nun gibt es in jedem Absolventenjahrgang an den Universitäten und Hochschulen eine ganze Reihe Mutiger, die ihre wissenschaftlichen Arbeiten und insbesondere die erzielten Ergebnisse sofort veröffentlichen möchten. Sie ziehen dabei z. B. eine Publikation in einer Fachzeitschrift in Erwägung und erreichen dabei vielleicht sogar die Freigabe von unternehmensinternen Informationen in ihrer Arbeit. Aber sie haben das Überangebot an die Verlage unterschätzt und ihre Chance als „No Name“ überschätzt. Um erfolgreich zu sein, sollte sich der Neueinsteiger Referenzen besorgen, eine

Kurzpublikation anbieten oder noch besser: Er verfasst einen populärwissenschaftlichen Artikel über seine wissenschaftliche Arbeit. Darin erfährt eine fachfremde Leserschaft Interessantes und vor allem Nützliches für ihren beruflichen und lebensweltlichen Alltag. Im Unterschied zu allen anderen Textsorten für das Publizieren wissenschaftlicher Arbeiten verfasst der Autor der Arbeit selbst den populärwissenschaftlichen Artikel. Auch überlässt er dessen Veröffentlichung nicht anderen, sondern kümmert sich selbst darum, seinen wissenschaftlichen Text Fachfremden zu präsentieren.

Auf diesem Weg möchte das Buch seine Leser begleiten. Es soll dem Handeln von wissenschaftlich Tätigen beim Verfassen von wissenschaftlichen Texten Orientierung geben. Übrigens, inzwischen ist das Interesse an dieser Textsorte auch bei im Beruf Angekommenen festzustellen. Auch Fach- und Führungskräfte wählen diesen Weg, um ihre Ideen, Projekte, Lösungen und Anregungen zeitnah einer Öffentlichkeit in ihrem Berufsfeld vorzustellen.

Mit einem Überblick wird in Kapitel 1 ein Angebot für das Verwerten von Ergebnissen aus Bachelor-, Master-, Diplom- und sicher auch Promotionsarbeiten offeriert. Die vorgestellten Wege benennen jeweils die Transformationsinstanz und das Ergebnis bzw. den Zielbereich.

Kapitel 2 beleuchtet die Möglichkeiten, wissenschaftliche Ergebnisse aus Graduiierungsarbeiten zu publizieren. Als Zielgruppen sind hier sowohl die Fachöffentlichkeit als auch die so genannten Stakeholder-Öffentlichkeit im Blick. Letztere gewinnt für die Absicht an Bedeutung, einem größeren Publikum Ergebnisse der Wissenschaften, insbesondere ihre Nützlichkeit für die Gestaltung des Alltags vorzustellen.

In Kapitel 3 wird der populärwissenschaftliche Artikel vorgestellt. Nach einer Charakterisierung des Textes wird ein Modell für das Transformieren von wissenschaftlichen Texten in das populärwissenschaftliche Textsorte schrittweise entwickelt. Auswahlstrategien und Gestaltungstechniken bestimmen den Transfer. Drei charakteristische Merkmale für den populärwissenschaftlichen Artikel schließen das Kapitel ab.

Wer sind die Adressaten für einen populärwissenschaftlichen Artikel? Vorschläge für entsprechende Suchstrategien werden in Kapitel 4 präsentiert. Die Kennzeichnung unterschiedlicher Publikumstypen soll bei der Einordnung und Recherche helfen. Eine Analyse der Zielgruppe bezüglich ihrer Situation, ihrer Interessen und Einstellungen unterstützen begründete Entscheidungen für die Wahl und das Umsetzen der Auswahlstrategien.

Kapitel 5 stellt vier Auswahlstrategien für das Reduzieren der Komplexität wissenschaftlicher Aussagen aus Graduiierungsarbeiten für die Übernahme

in einen populärwissenschaftlichen Artikel vor: Das bezieht sich auf Nutzenorientierung, Personalisierung, Zukunftsorientierung und Methodenorientierung. Beispiele erleichtern ihr Verständnis. In der Betrachtung wird die Nutzenorientierung hervorgehoben, weil sie den Interessen eines größeren Leserpublikums entspricht.

Kapitel 6 behandelt die Gestaltungstechniken, also Techniken für das verständliche Vermitteln der ausgewählten Aussagen. Dazu gehört die Informationsreduktion durch Auslassen des akademischen Vorschriftenapparates und das exemplarische Vorgehen ebenso wie das Verringern von Merkmalen und das Bilden von Modellen. Die Techniken des Veranschaulichens nehmen hier einen breiten Raum ein. In Ergänzung zu der im Anhang A1 angebotenen Übersicht zur Manuskriptgestaltung werden Besonderheiten der Textgestaltung für den populärwissenschaftlichen Artikel behandelt.

Der Aufbau eines populärwissenschaftlichen Artikels und die Beschreibung seiner einzelnen Teile wird in Kapitel 7 behandelt. Schwerpunkte sind eine aufmerksamkeitsregende Formulierung des Artikelthemas, eine nachvollziehbare Beschreibung des Anlasses der Untersuchung und die verständliche Darlegung von Ergebnis und Nutzen.

In Kapitel 8 werden sechs Beispiele für das Verfassen eines populärwissenschaftlichen Artikels vorgestellt. Das methodische Vorgehen steht dabei im Vordergrund. Die verwendeten Inhalte sind lediglich ein Mittel zum Zweck und sollen vor allem für den Leser verständlich sein.

Welche Möglichkeiten bieten sich für das Veröffentlichen des Artikels? Kapitel 9 stellt dafür interne Publikationsorgane, Blogs im Internet oder Videoclips vor – alles Möglichkeiten, die sich der Verfasser selbständig erschließt.

Im Ausblick, Kapitel 10, wird zunächst die unbescheidene Hoffnung genährt, dass mit dem in Kapitel 3 entwickelten Transformationsmodell ein Werkzeug für das „Umschreiben“ wissenschaftlicher Texte in das populärwissenschaftliche Format gefunden wurde. Dies mag auch helfen, die Artikel nicht mehr als einfachen Abklatsch der wissenschaftlichen Realität zu diskreditieren. Die Chance ist eröffnet, stärker als bisher eine interessierte Öffentlichkeit aus eigener Hand über selbst Erkanntes zu informieren. Weiterer Untersuchungsbedarf zur populärwissenschaftlichen Textsorte ist angezeigt.

Die Leitsätze, die den Kapiteln 3 bis 6 vorangestellt sind, sollen den Anspruch der jeweils folgenden Inhalte widerspiegeln und manche Aussage zuspitzen. Sie sind angelehnt an Juli Zehs „Wie die Frage lautet“ in ihrem

Buch „Corpus Delicti. Ein Prozess“. Wem sie nicht gefallen, sollte sie rasch vergessen.

Ein Anlageteil bietet zahlreiche Handlungsorientierungen. In unmittelbarem Bezug zum Thema dieses Buches behandelt A1 die Manuskriptgestaltung und A2 das elektronische Publizieren. Mit den Anlagen A3 (Kurzpublikationen) und A4 (Fachwissenschaftliche Artikel) werden dem interessierten Leser weitere Publikationsformate für wissenschaftliche Arbeiten vorgestellt. Ihm steht damit in einem Buch geschlossen die kompakte Zusammenstellung von Gestaltungslösungen für alle Textsorten (außer Bücher) zur Verfügung. Die Anhänge enthalten Aktualisierungen von Texten aus dem Buch des Autors „Publizieren – aber wie?“, 3. Auflage 2022.

Dieses Buch ist in der amtlichen Rechtschreibung verfasst und bleibt bei der üblichen Schreibweise. Deshalb heißt es hier im Plural „Leser“ oder „Verfasser“ und bei Nennung jeder konkreten Person „Leserin“ bzw. „Leser“ oder „Autorin“ bzw. „Autor“.

Eine Reihe von Personen hat tatkräftig an dem Buch mitgewirkt. Mein Dank gilt den Herren Dr. Ing. Reinhardt Kretzschmar, Dr. paed. Uwe Reese, Dr. med. Dieter Mikulin, Frau Ute Burmeister, Herrn Bernd Schönfelder und Herrn Sven Kretzschmar für die zahlreichen Hinweise. Frau Ingrid Lehmann und Frau RAIN Kathrin Herrmann danke ich für die gründliche Durchsicht des Manuskripts. Mein ganz besonderer Dank gilt Frau Antje Albani für die bewährte Text- und Bildgestaltung.

Prof. Dr. paed. habil. Günter Lehmann
Juni 2024

*Verwerte den Schatz,
den Du geschaffen hast,
für Dich und andere.*

Inhalt

1	Einführung	13
2	Publikationen	19
3	Der populärwissenschaftliche Artikel	23
3.1	Der populärwissenschaftliche Text	23
3.2	Das Transformationsmodell	28
3.3	Die Merkmale	33
3.4	Ein anderes Modell: Der Fachaufsatz	35
4	Zielgruppenanalyse	37
4.1	Auswahl der dominierenden Zielgruppe	37
4.2	S I E-Analyse	40
5	Auswahlstrategien	45
5.1	Nutzenorientierung	45
5.2	Personalisierung	48
5.3	Zukunftsorientierung	50
5.4	Methodenorientierung	53
6	Gestaltungstechniken	59
6.1	Überblick	59
6.2	Informationsreduktion	59
6.3	Veranschaulichung	66
6.4	Textgestaltung	71
7	Aufbau des Artikels	77
7.1	Titel	77
7.2	Anlassssituation	78
7.3	Untersuchungsablauf	79

7.4	Ergebnisdarstellung	80
7.5	Ausblick	81
8	Artikelbeispiele	87
8.1	Eine heiße Spur gefunden	87
8.2	Mitarbeitergespräche können verheerende Folgen haben .	89
8.3	Zukunftsfähig oder Auslaufmodell?	91
8.4	Minidampfgenerator hilft beim Harnabfluss	94
8.5	Eine Bugwelle erfolgreich gebrochen	95
8.6	Professor hätte auch gereicht	97
9	Veröffentlichung	101
9.1	Interne Publikationsorgane	101
9.2	Blog	102
9.3	Videoclip	102
9.4	Eine andere Möglichkeit	103
10	Ausblick	105
A1	Manuskriptgestaltung	109
A2	Elektronisches Publizieren	139
A3	Kurzpublikationen	151
A4	Fachwissenschaftlicher Artikel	171
	Literaturverzeichnis	191
	Sachwortverzeichnis	197
	Abbildungsverzeichnis	201

1 Einführung

Die Arbeit ist fertig – was nun? Was geschieht eigentlich mit den Ergebnissen meiner Arbeit? Ruhen sie schön gebunden im Buchformat in meinem Bücherschrank oder einem Archiv? Oder liegt die Arbeit im Schreibtisch des Chefs, der das Thema vergeben hatte? Eigentlich schade. Ich habe doch eine Menge investiert: Zeit (vielleicht auch die meiner Familie), Geld, erhebliche geistige und auch körperliche Anstrengung. Aber, ich habe etwas erkannt, was bisher noch niemand erkannt hat, was letztlich Gutachter und Prüfungskommission bestätigt haben. Ich habe einen Schatz für mich gewonnen, auf den ich schon ein wenig stolz bin.

Aber darf dieser Schatz wirklich nur bei mir bleiben? Ich ahne die Antwort. Allerdings sollte ich bedenken: Als Einsteiger in die wissenschaftliche Arbeit habe ich nicht nur die Aufgabe, neue Erkenntnisse anzubieten, sondern auch die Chance und die Pflicht, diese einer Öffentlichkeit mitzuteilen. Das kann ich zunächst von niemand anderem erwarten, das ist erst mal meine Aufgabe. Aber findet die Erfüllung dieser Aufgabe auch ihren Lohn?

Abgesehen vom berechtigten Stolz bringt erfolgreiches Veröffentlichen auch Entwicklungsschübe im Beruf. Erfahrungsträger berichten darüber, dass beispielsweise der veröffentlichte Artikel am Ende den Ausschlag für den Erfolg einer Bewerbung gab. Oder: Nach dem gelungenen Vortrag erhielt der Verfasser zahlreiche Kontaktangebote aus dem Kreis der Teilnehmer. Und schließlich hat auch oft das aktive Bemühen um das Umsetzen der Ergebnisse in einem Unternehmen das Entwickeln beruflicher Karriere befördert. Wahr ist aber auch, dass Karriere zunächst nicht das große Geld bringt, sondern schlicht Geld und vor allem Zeit kostet – so auch die Verwertung.

Studierende haben zwar partiell das Verwerten von wissenschaftlichen Ergebnissen durch das Wirken ihrer Hochschullehrer mehr oder weniger bewusst wahrgenommen. Das hat sie allerdings selten zum eigenen Handeln auf diesem Gebiet befähigt. Sie sind sich vor allem nicht ihrer eigenen Möglichkeiten bewusst und befürchten das Scheitern beim Publizieren, beim Vermitteln der Ergebnisse an Dritte oder beim direkten Umsetzen. In der Lehre war dafür auch kaum eine Stunde frei. Deshalb sollen Ihnen hier zunächst die Kanäle für das Verwerten Ihrer wissenschaftlichen Ergebnisse

eröffnet und die Taktiken und Methoden für erfolgreiches Handeln vorgestellt werden.

Kanäle für das Verwerten

In der Abb. 1 werden sechs Kanäle für das Verwerten von Ergebnissen aus Graduierungs- oder anderen wissenschaftlichen Arbeiten angeboten werden. Während die Kanäle Bereitstellen, Publizieren, Vortragen und Vermitteln das Mitteilen von Arbeitsergebnissen gewährleisten, unterstützen die Kanäle Umsetzen und Gründen das Verwirklichen der Ergebnisse



Abb. 1: Möglichkeiten für das Verwerten wissenschaftlicher Ergebnisse

Ergebnis bereitstellen

Ein erstes Angebot kann der Verfasser seiner Universität/Hochschule durch das Bereitstellen der Graduierungsarbeit unterbreiten. So heißt es beispielsweise in der Erklärung zu einer Diplomarbeit u. a.:

„Ich versichere an Eides statt, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt sowie alle wörtlichen oder sinngemäß übernommenen Stellen in der Arbeit gekennzeichnet habe. Ferner gestatte ich der Universität ..., die vorliegende Diplomarbeit unter Beachtung der datenschutz- und wettbewerbsrechtlichen Vorschriften für Lehre und Forschung zu nutzen.“

Damit ist der Universität/Hochschule freigestellt, Ergebnisse der wissenschaftlichen Abschlussarbeit ohne eine spezielle Aufbereitung durch den Verfasser in Lehre und Forschung zu nutzen. Das ist ein erster wichtiger Schritt für das Verwerten.

Ergebnis publizieren

Ein breites Feld für das Verwerten eröffnet sich mit dem Publizieren der Ergebnisse in den Medien. Adressaten dafür sind neben der Fachöffentlichkeit vor allem auch Leser außerhalb des engeren Fachzirkels. Sicher spielen Fachbücher und fachwissenschaftliche Artikel eine exklusive Rolle. Aber Ergebnisse aus Master-, Diplom- und Bachelorarbeiten haben für den Einsteiger in Kurzberichten, den so genannten Referaten, und vor allem in **populärwissenschaftlichen Artikeln** als Prototyp gute Chancen für die Veröffentlichung. In diesem Format treffen sie auf fachfremde Leser, die an wissenschaftlichen Ergebnissen interessiert sind und vor allem nach deren Nutzen und den Anwendungsmöglichkeiten fragen. Medien der Verbände, Kammern, Unternehmen, Gesundheitseinrichtungen und Verwaltungen bieten sich für die allgemeinverständliche Veröffentlichung in Print und online an.

Ergebnis vortragen

Eine weitere Möglichkeit für das Veröffentlichende bietet sich in **Vorträgen**, vor allem im Rahmen von Versammlungen, Meetings, Branchentreffen, Kolloquien oder auf Tagungen. Die Teilnehmer sind nicht immer fachkundig. Vorträge in diesen Veranstaltungen schließen meistens Frage- und Diskussionsrunden ein und ermöglichen auf diese Weise, Ergänzungen oder Korrekturen in den Ergebnissen vorzunehmen. Außerdem führen sie mitunter zu nützlichen Nachkontakten. Der Prototyp **Kurzvortrag** ist auf 10 bis 15 Minuten begrenzt, allgemeinverständlich und betont ergebnisorientiert. Er

ist stets vorbereitet verfügbar und dadurch aus dem Stand situativ einsetzbar. Das gilt ebenso für den anderen Prototyp, die **Posterpräsentation**, die in Präsenz, zunehmend auch virtuell eingesetzt wird.

Ergebnis umsetzen

Das Feedback der Öffentlichkeit auf Publikationen und Vorträge, die Reaktion von Teilnehmern in Seminaren lässt den Verfasser erkennen, welche Chancen seine Ergebnisse für eine Umsetzung in Unternehmen, Kliniken, Kammern, Verwaltungen und Vereinen – im Folgenden mit Organisation bezeichnet – besitzen. Während diese Chance von Fachhochschulabsolventen wegen der Nähe zur Unternehmenspraxis vergleichsweise oft wahrgenommen wird, ist in der Folge leider dann auch hier der Verwertungsgrad insgesamt unzureichend. Das Besondere am Prototyp **Umsetzungsvorschlag** besteht darin, dass der Verfasser selbst den gesamten Umsetzungsprozess bis zur Präsentation des Vorschlags vor den Entscheidungsträgern im Team vorantreibt.

Ergebnis vermitteln

Eng verbunden mit einer positiven Entscheidung zur Umsetzung ist das Vermitteln der Ergebnisse im Rahmen von **Schulungen** und **Unterweisungen** für die unmittelbaren Nutzer in der Organisation. Nicht selten werden Ergebnisse (vornehmlich aus Dissertationen und Masterarbeiten) zu Inhalten von Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen, die dann auch vom Verfasser direkt als Dozent vermittelt werden können. Für den Prototyp **Seminar** ist heute beispielsweise die didaktische Gestaltung als virtuelles Learning on Demand-Angebot gelungene Praxis (siehe dazu auch LEHMANN, G., 2023, S. 221 ff.).

Mit Ergebnis gründen

Die Technologiezentren, Gründerschmieden, Transferstellen und ähnliche Einrichtungen an den Universitäten und Hochschulen verweisen auf die guten Möglichkeiten, die Studierende bei der Selbstverwertung ihrer Ergebnisse für das Gründen einer Existenz haben. Prototypen für das unternehmerische Verwerten sind **Startups**. An ihrem Anfang steht eine innovative Idee, eine Technologie, ein Gründungsmodell und in der Regel geringe

finanzielle Ressourcen – aber, sie haben ein großes Wachstums- oder mindestens ein sehr wissensintensives Potential. Besonders die ersten Schritte beim Gründen haben nachhaltigen Einfluss auf den unternehmerischen Erfolg. Das bezieht sich auf die Etappe vom Aufkeimen der Gründungsidee bis zum Aufbau des Gründungskonzepts. Zahlreiche Absolventen haben Start-up-Unternehmen bereits zu unternehmerischen Erfolgen geführt.

Voraussetzungen für das Verwerten

Für die Entscheidung über das Verwerten der Ergebnisse ist eine Antwort auf folgende Frage wesentlich: Welche Bedeutung hat meine Arbeit oder, wie GEULEN, C. (2010, S. 96) es nennt, welche „lebensweltliche Relevanz“ besitzt sie? Hier wird nach dem **Nutzen** gefragt und der Verfasser dazu aufgefordert, mindestens drei Fragen zu beantworten:

- Welche Bedeutung haben meine Erkenntnisse und Ergebnisse für mein Fachgebiet, wird das fachwissenschaftliche Sach- und Methodenwissen dadurch erweitert? (Vorrangig für Promotionsarbeiten).
- Welche Praxisaufgaben und -probleme werden durch meine Erkenntnisse und Ergebnisse gelöst?
- Für welche Personen bzw. Personengruppen sind meine Ergebnisse und Erkenntnisse von Interesse bzw. von Nutzen?

In den Disputationen der Graduierungsarbeiten sind die Kandidaten häufig von der Frage nach dem Nutzen ihrer Ergebnisse überrascht und manchmal um eine Antwort verlegen. Zugespitzt: Erst wenn mindestens eine dieser drei Fragen akzeptabel beantwortet ist, kann über das sinnvolle Verwerten der Ergebnisse nachgedacht werden.

Pflege der dritten Dimension

In diesem Buch wird darauf geachtet, dass die Ergebnisse wissenschaftlicher Arbeit nicht nur einer Fachöffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Zur Zielgruppe gehört ein wesentlich breiteres Publikum, die so genannte „**Stakeholder-Öffentlichkeit**“. Ein neuer Trend im deutschen Hochschulwesen gilt der Pflege der „Dritten Mission“ (Third Mission). Das bedeutet, mit Lehre und Forschung zum Bewältigen wesentlicher gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen. In der Folge sind auch die Ergebnisse von Doktor-, Diplom-, Master- und Bachelorarbeiten auf ihre **gesellschaftliche**

Relevanz zu prüfen und entsprechende Ergebnisse zu verwerten. Eine Nachweispflicht für den Verfasser wäre sicher ein sehr großer Schritt, aber eine Anregung durch den Betreuer ist auf jeden Fall sinnvoll.

In diesem Buch werden Vorschläge für das Verwerten im Kanal „Ergebnis publizieren“ unterbreitet. Entsprechende Empfehlungen für das Vorgehen in allen anderen Kanälen findet der interessierte Leser auch bei LEHMANN, G., Wissenschaftliche Ergebnisse verwerten, 2023.

2 Publikationen

Sicher ist der Start in das Publizieren für den Einsteiger mit erheblichem Aufwand verbunden. Durch Planung der entsprechenden Aktivitäten kann er reduziert werden. Dazu muss sich der Verfasser einen Überblick über die einzelnen Möglichkeiten des Veröffentlichens verschaffen und einen Zugang zum methodischen Vorgehen beim Gestalten der Texte finden. Aber welche Wege führen zum Publizieren wissenschaftlicher Arbeiten? Welche Textformate bieten sich an?

Um eine Entscheidung treffen zu können, sind folgende Fragen zu beantworten: Für wen sind meine Ergebnisse interessant, welchen Branchen, Arbeitsgebieten oder Personen biete ich einen Nutzen? Womit – oder konkret: mit welchem Textformat – habe ich als Einsteiger eine reale Chance, meine Zielgruppe zu erreichen? In Abb. 2 sind die wichtigsten Formate vorgestellt, wobei das in diesem Buch besprochene Format hervorgehoben wird.



Abb. 2: Textformate für die Veröffentlichung von Graduierungsarbeiten