

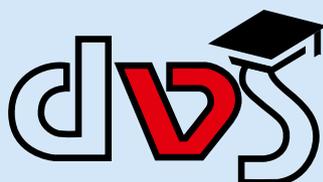
Julia Lohmann, Uli Fehr, Birte von Haaren-Mack,
Hannah Kron & Christina Niermann (Hrsg.)

Ze-phir

#WissKomm

**Sportwissenschaft auf der Bühne
der Wissenschaftskommunikation**

dvs-Kommission
Wissenschaftlicher
Nachwuchs



Verein zur Förderung des
sportwissenschaftlichen
Nachwuchses e.V.

Inhaltsverzeichnis

Editorial	3
Hauptbeiträge	4
Was ist Wissenschaftskommunikation?	4
VON HANNAH KRON & BIRTE VON HAAREN-MACK	
Die Bühne ist gebaut – Wo sind die sportwissenschaftlichen Akteure?	6
VON CHRISTINA NIERMANN, HANNAH KRON, BIRTE VON HAAREN-MACK & JULIA LOHMANN	
Wissenschaftskommunikation in der Sportwissenschaft – status quo	14
VON BIRTE VON HAAREN-MACK & CHRISTINA NIERMANN	
Warum denn Wissenschaftskommunikation?	23
VON JÜRGEN GRAF	
One and a half sportsmen – Erfahrungsbericht eines sportpädagogischen Podcast-Erfolgs.....	25
VON CHRISTIAN THEIS & TIM BINDEL	
Wissenschaftlerin und Science Slammerin – Lässt sich das vereinbaren?.....	31
VON VANESSA WERGIN	
Zwitschernder Elfenbeinturm – Eine Laienperspektive zum Gebrauch sozialer Medien in der Wissenschaft...34	
VON WANJA WOLF & PHILIPP BARZYK	
Erfahrungen und Empfehlungen zum Wissenstransfer in der Sportwissenschaft.....	39
VON BILLY SPERLICH	
Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf. Ein Wissenschafts-Podcast über die Menschen hinter den Papern.....	42
VON MARILENA WERTH, JULIA NEUBURG & JAN-HENDRIK RAFFLER	
Aus Verein & Kommission	44
Preisvergaben auf dem dvs-Hochschultag – Die Spannung steigt!.....	44
VON CHRISTINA NIERMANN	
Position der dvs zur Situation des Sportwissenschaftlichen Nachwuchses in der Corona-Pandemie.....	47
Bericht zur asp-Nachwuchstagung 2021 in Tübingen	50
VON STEPHANIE BÜNEMANN & BIRTE BRINKMÖLLER	
Bericht zum dvs-Nachwuchsworkshop 2021 in Kiel.....	52
VON KIM HUESMANN, TILL KOOPMANN & FRANZISKA LATH	
Bericht zur Online-Mitgliederversammlung von Verein & Kommission 2021	53
VON TILL KOOPMANN	
Termine	54
Schriftenreihe „Forum Sportwissenschaft“	56
Netzwerker*innen „Sportwissenschaftlicher Nachwuchs“	58
Impressum	59

Editorial

Die Entstehung unseres Heftes zum Thema „Wissenschaftskommunikation“ kann man mit einer Reise vergleichen. Am Anfang stand die Neugier und das Interesse: „Wissenschaftskommunikation“, haben wir uns gedacht, „das ist doch mal ein interessantes Thema. Und nachwuchsrelevant ist es“. Unsere Erfahrungen zu Beginn der Reise kann man rückblickend wohl als rudimentär bezeichnen. Einmal in die Thematik eingetaucht, wurden uns der Facettenreichtum und die Vielfalt an Akteuren, Zielsetzungen und Erwartungen vor Augen geführt.

Unsere Reise ist geprägt von Menschen, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen mit uns geteilt haben. Expert*innen der Wissenschaftskommunikation haben uns geholfen, einen Überblick zu bekommen und Chancen aufgezeigt, die sich durch Wissenschaftskommunikation ergeben: Markus Weißkopf, der als Geschäftsführer von Wissenschaft im Dialog (WiD) Bühnen baut für Wissenschaftskommunikation; Beatrice Lugger und Professor Dr. Klaus Bös, die als Geschäftsführerin bzw. Vorsitzender des Aufsichtsrates vom Nationalen Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik) eine Vielfalt an Seminaren und Workshops zum Kompetenzaufbau in Wissenschaftskommunikation anbieten und Dr. Jürgen Graf, der an der Universität Konstanz in der Stabsstelle Kommunikation und Marketing Wissenschaftler*innen konkret in ihren Aktivitäten unterstützt. Sportwissenschaftler*innen haben uns einen Einblick in ihre Kommunikationsaktivitäten gewährt und lassen uns an ihren Erfahrungen teilhaben: Dr.in Vanessa Wergin, die eine begeisterte Science Slammerin ist, Dr. Wanja Wolff und Philip Barzyk, die Twitter als Medium zur Wissenschaftskommunikation nutzen, Christian Theis und Prof. Dr. Tim Bindel, die über ihren sportpädagogischen Podcast One and a half sportsmen berichten und Prof. Dr. Billy Sperlich, der das Thema Wissenschaftskommunikation aus professoraler Sicht unter die Lupe nimmt.

Unterwegs haben wir uns gefragt, welchen Stellenwert Wissenschaftskommunikation eigentlich für Sportwissenschaftler*innen und insbesondere für Nachwuchswissenschaftler*innen in Deutschland hat. Nichts lag näher, als dazu eine Umfrage durchzuführen. Kurz zuvor hatten NaWik, WiD und das Deutsche Zentrum für Hochschulforschung (DZHW) zu diesem Thema 5.688 Wissenschaftler*innen in Deutschland befragt. (Für all unsere potenziellen Kritiker:innen sei an dieser Stelle erwähnt, dass wir die Originalumfrage mit Einwilligung der Verantwortlichen 1:1 übernommen haben). Wir fanden es erstrebenswert, uns die Sportwissenschaft im Vergleich mit anderen Wissenschaftsdisziplinen anzuschauen.

Und auch #ichbinhannah ist uns auf unserer Reise begegnet. (Nachwuchs)Wissenschaftler*innen stellen sich – vollkommen zu Recht – die Frage, welchen persönlichen Mehrwert Aktivitäten in der Wissenschaftskommunikation haben und wo Prioritäten gesetzt werden sollten. Diese Frage ist nicht leicht zu beantworten. Auf unserer Reise haben wir aber erfahren, dass Wissenschaftskommunikation zunehmend bedeutsamer wird im universitären Wissenschaftssystem; sie wird von Seiten des Bundes und den Fördermittelgebern gefordert und gefördert und damit wird sie auch für (Nachwuchs-)Wissenschaftler*innen in der Sportwissenschaft immer relevanter.

Wir durften viel lernen auf unserer Reise. Das Schöne ist, sie ist noch nicht zu Ende. Wir sind noch immer neugierig, aber nicht mehr ganz so ahnungslos wie zu Beginn. Für uns ist eines klar geworden: Wissenschaftskommunikation ist ein Teil unserer wissenschaftlichen Arbeit. Ein Teil, der Spaß macht und ein Teil, der sich lohnt – für uns selbst, für die Universität, für die Sportwissenschaft und für die Gesellschaft. Also rauf auf die Bühne!

zum Reinhören:

Ze-phir als
Podcast



Julia Lohmann, Uli Fehr, Birte von Haaren-Mack,
Hannah Kron & Christina Niermann

Ze-phir

Gesamtrahmen: Was ist Wissenschaftskommunikation?

von Hannah Kron & Birte von Haaren-Mack

„Liebe Freunde der Sonne“, so begrüßt Mai Thi Nguyen-Kim ihre Zuschauer*innen und Follower*innen auf verschiedenen Social-Media-Kanälen wie YouTube, Twitter und Instagram. Beim Thema Wissenschaftskommunikation ist sie in den letzten Jahren zu einer der bekanntesten Protagonist*innen geworden und hat dafür zahlreiche Preise und Auszeichnungen erhalten, unter anderem den Grimme-Preis. An ihr gibt es kein Vorbeikommen, wenn es um Wissenschaftskommunikation geht. Ihre Videos sind millionenfach geklickt und behandeln aktuelle, in der Öffentlichkeit diskutierte Themen. Dabei schafft sie es Inhalte wissenschaftlich, aber gut verständlich zu kommunizieren, und genau das ist Wissenschaftskommunikation: Wissenschaftliche Erkenntnisse verständlich kommunizieren.

Grundsätzlich werden zwei Arten von Wissenschaftskommunikation unterschieden: Interne und externe Wissenschaftskommunikation. Interne Wissenschaftskommunikation („Scholarly Communication“) bezieht sich auf die Kommunikation innerhalb der Scientific Community und ist dabei selbst Teil des wissenschaftlichen Prozesses (Ball, 2020, Hagenhoff et al., 2007). Das Wissen wird dabei über typische formale Formate wie Publikationen in Fachzeitschriften oder Fachvorträge bei Kongressen kommuniziert oder es findet ein informaler Austausch per Mail oder in Diskussionen auf verschiedenen Plattformen statt, wobei meist eine homogene und zahlenmäßig eher kleine Gruppe angesprochen wird (Hagenhoff et al., 2007).

Mai Thi's Videos und Social-Media-Posts richten sich hingegen an die breite heterogene Öffentlichkeit und sind damit Beispiele

externer Wissenschaftskommunikation („Science Communication“) (Ball, 2020, Hagenhoff et al., 2007). Früher publizierten vor allem Kommunikationsexpert*innen, wie beispielsweise Wissenschaftsjournalist*innen oder Kommunikationsabteilungen von Hochschulen wissenschaftliche Erkenntnisse an die Gesellschaft.

In den letzten Jahren vermitteln immer mehr Wissenschaftler*innen ihre eigenen Forschungsergebnisse, wodurch sie selbst und ihre Forschung transparenter, nahbarer und authentischer werden. Dass Wissenschaftler*innen über ihre Forschung allgemein verständlich kommunizieren, Zusammenhänge einordnen und sich in den öffentlichen Diskurs einbringen, fordert auch das Bundesinstitut für Bildung und Forschung in ihrem Grundsatzpapier zur Wissenschaftskommunikation (BMBF, 2019). Die Entwicklungen der letzten Jahre sind sehr zu begrüßen, denn die Wissenschaft benötigt für die gesellschaftliche Legitimation deren Vertrauen. Außerdem sollen Bürger*innen durch Wissenschaftskommunikation befähigt werden, sich an wissenschaftlichen Diskussionen und Entscheidungen zu beteiligen. Kommunikation beinhaltet immer zwei Rollen: die des Empfangenden und die des Sendenden, wobei die Rollen nicht fest verteilt sind, sondern durchaus auch wechseln können. So wird der*die Wissenschaftler*in auch zur*zum Zuhörer*in und erfährt, welche Themen für die Bürger*innen von besonderem Interesse sind. Denn je nach Relevanz des Forschungsthemas prägt das kommunizierte wissenschaftliche Wissen das Handeln von Einzelpersonen oder die Entscheidungen politischer, wirtschaftlicher oder anderer Institutionen (Bonfadelli et al., 2017).

Allerdings ist die Unterteilung in interne und externe Wissenschaftskommunikation nicht ganz trennscharf. An vielen Stellen verschwimmen die Grenzen, sodass eher von zwei Polen und einem Kontinuum gesprochen werden kann, in das sich die einzelnen Formate einordnen lassen. Deutlich wird das am Beispiel der Plattform Twitter. Wer hier als Wissenschaftler*in aktiv ist, richtet sich je nach Inhalt sowohl an die wissenschaftliche Peer Group, als auch an nicht-wissenschaftliches Publikum. Ein weiteres Beispiel stellen Veröffentlichungen im Open Access dar, die sich zunächst an Wissenschaftler*innen richten. Dennoch ist nicht ausgeschlossen, dass interessierte fachfremde Bürger*innen auf den Artikel zugreifen.

Beide Formen der Wissenschaftskommunikation gelten als Basis für den wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Fortschritt, denn einerseits wird durch die interne Kommunikation die Qualität der Forschung gesichert und andererseits wird durch die externe Kommunikation das gesellschaftliche Verständnis erhöht (Hagenhoff et al., 2007).

Besonders eindrucksvoll zeigt sich die Relevanz von guter Wissenschaftskommunikation am Beispiel der Covid-19-Pandemie. Das Forschungsfeld von Virolog*innen rückte 2019 plötzlich in den Fokus der gesellschaftlichen Aufmerksamkeit. Expert*innen wie Christian Drosten oder Melanie Brinkmann wurden in Talkshows und anderen Formaten eingeladen, um ihr Fachwissen und ihre Einschätzungen den wissbegierigen Bürger*innen zu vermitteln. Die Politik, aber auch fachfremde Personen, forderten wissenschaftliche Erkenntnisse. Virolog*innen, Wissenschaftsjournalist*innen und andere Kommunikator*innen versuchen seither, die neuesten Entwick-

lungen in der Pandemie täglich neu einzuordnen und „fake news“ wissenschaftsbasiert, aber verständlich zu widerlegen.

Wie wichtig Wissenschaftskommunikation ist, erkennt auch die neue Bundesregierung im Koalitionsvertrag an, in dem es heißt: „Wir wollen Wissenschaftskommunikation systematisch auf allen wissenschaftlichen Karrierestufen und bei der Bewilligung von Fördermitteln verankern“. Ein besonderer Fokus soll außerdem auf Citizen Science und die Einbeziehung der Zivilgesellschaft in die Forschung gelegt werden. Damit ist ein neuer Grundstein gelegt, um Wissenschaftskommunikation auf allen Ebenen voranzutreiben.

Viele der Themen (z. B. Bewegung, Sport und Gesundheit) mit denen sich die Sportwissenschaft beschäftigt, sind nicht nur gesellschaftlich äußerst relevant, sondern auch aktuell von großem gesellschaftlichem und medialem Interesse, da sie zu einem gewissen „Lifestyle“ gehören. Forschende haben hier gute

Chancen, dass ihre Ergebnisse auch von nicht-wissenschaftlicher Publika Beachtung finden. Auch der Sport selbst wird als ein gesellschaftliches Massenphänomen bezeichnet und noch nie war das Angebot an sportlichen Aktivitäten so groß wie heute. So versuchen zum Beispiel Hobbysportler*innen, ihre Trainingspläne sowie ihre Ernährung zu optimieren, um leistungsfähiger zu werden. Neben dem Freizeitsport trifft aber auch der Leistungssport auf großes gesellschaftliches Interesse. So gehören Diskussionen über Spielverläufe oder -ergebnisse bei Wettkämpfen heutzutage wie das Wetter zu den Themen der Alltagskommunikation. Diese Entwicklungen der letzten Jahre kommen der Sportwissenschaft zugute. Jetzt liegt es an uns, dieses Potential zu nutzen!

Literatur

Ball, R. (2020). Wissenschaftskommunikation im Wandel: Von Gutenberg bis Open Science. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-31541-2>

Bonfadelli, H., Fähnrich, B., Lühje, C., Milde, J., Rhomberg, M., & Schäfer, M. S. (Hrsg.). (2017). Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation. Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12898-2>

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2021). FactoryWisskomm. Handlungsempfehlungen für die Wissenschaftskommunikation. Aufgerufen unter <https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/factorywisskommpublication.pdf>

Hagenhoff, S., Seidenfaden, L., Ortelbach, B., & Schumann, M. (2007). Neue Formen der Wissenschaftskommunikation: Eine Fallstudienuntersuchung. University Press. <https://doi.org/10.17875/gup2007-208>

Kontakt

- » Hannah Kron, Karlsruher Institut für Technologie.
E-Mail: hannah.kron@kit.edu
Twitter: @Hannah_Kron
- » Dr.in Birte von Haaren-Mack, Deutsche Sporthochschule Köln
E-Mail: b.vonhaaren-mack@dshs-koeln.de

Sportwissenschaftlicher Nachwuchs auf Twitter: [@SpowisNachwuchs](https://twitter.com/SpowisNachwuchs)

-  Startseite
-  Entdecken
-  Mitteilungen
-  Nachrichten
-  Lesezeichen
-  Listen
-  Profil



Sportwissenschaftlicher Nachwuchs
@SpowisNachwuchs · Folgt Dir

Hier twittert die Kommission "Wissenschaftlicher Nachwuchs" der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft e.V. (dvs)!

sportwissenschaftlicher-nachwuchs.de · Seit April 2020 bei Twitter

Die Bühne ist gebaut – Wo sind die sportwissenschaftlichen Akteur*innen?

von Christina Niermann, Hannah Kron, Birte von Haaren-Mack & Julia Lohmann

Was ist Wissenschaftskommunikation? Welche Rolle spielt sie in der Sportwissenschaft? Und warum und wie sollten Nachwuchswissenschaftler*innen kommunizieren? Wir haben dazu drei Expert*innen befragt: Markus Weißkopf (Geschäftsführer bei Wissenschaft im Dialog), Beatrice Lugger (Geschäftsführerin des Nationalen Instituts für Wissenschaftskommunikation, NaWik) und Prof. Dr. Klaus Bös (Sportwissenschaftler am Karlsruher Institut für Technologie und Vorsitzender des Aufsichtsrates im NaWik). In diesem Artikel stellen wir die Antworten der drei Expert*innen zusammenfassend dar. Die Interviews können in voller Länge über den spotify-Kanal des sportwissenschaftlichen Nachwuchses gehört werden.

Die Fragen, die wir als erstes auf dem Zettel haben, sind eher große und allgemeine Fragen: Was ist

Wissenschaftskommunikation? Was sind die Ziele von Wissenschaftskommunikation? Welche Facetten hat das Ganze? Welche Kanäle und Formate fallen darunter? Und warum ist Wissenschaftskommunikation eigentlich wichtig?

Was ist Wissenschaftskommunikation?

Weißkopf: Das ist keine leichte Frage. Wissenschaftskommunikation ist ein sehr komplexer Begriff. Es gibt verschiedene Facetten, verschiedene Ziele, verschiedene Akteur*innen. Grundsätzlich kann man eine Unterscheidung treffen zwischen interner und externer Wissenschaftskommunikation. Interne Kommunikation ist das, was Wissenschaftler*innen mit Papern und auf Konferenzen untereinander formell und informell betreiben. Die externe Wis-

senschaftskommunikation findet in der Öffentlichkeit statt.

Dann gibt es einmal eine institutionelle Wissenschaftskommunikation, die aus den Universitäten und damit aus der Wissenschaft heraus passiert. Daneben gibt es den Wissenschaftsjournalismus, der eher eine beobachtende Funktion hat und von außen über Wissenschaft berichtet. Wobei man dazu sagen muss, dass die Grenzen zwischen diesen Begriffen fließend sind.

Zu der Frage, was Wissenschaftskommunikation eigentlich ist, sei auf den Beitrag von Hannah Kron und Birte von Haaren-Mack in diesem Heft sowie auf Schäfer (2018) verwiesen. Zum Verhältnis von institutioneller Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsjournalismus empfehlen wir die Lektüre des Artikels von Retzbach (2020).

Markus Weißkopf und Wissenschaft im Dialog

Markus Weißkopf ist seit 2012 Geschäftsführer von Wissenschaft im Dialog. Zuvor war er Projektleiter und Geschäftsführer beim Haus der Wissenschaft in Braunschweig, einer Plattform für den Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. Seine Rolle in der Wissenschaftskommunikation beschreibt er als Bühnenbauer: „Ich denke eigentlich, dass



die Wissenschaftler*innen selbst diejenigen sind, die kommunizieren können und sollten, da nur sie auch authentisch aus der Forschung berichten können. Ich betrachte mich selbst eher als Bühnenbauer und Berater, der den Rahmen schafft für gute Kommunikation, der unterstützt, berät, eben alles organisiert und möglichst viel Arbeit abnimmt und die gute Bühne bereitet für Wissenschaftskommunikation durch Wissenschaftler*innen.“

Das ist auch die Aufgabe von Wissenschaft im Dialog (<https://www.wissenschaft-im-dialog.de>): eine Plattform für die Kommunikation von Wissenschaftler*innen bereitstellen, Dialogveranstaltungen wie Ausstellungen (z. B. Ausstellungsschiff MS Wissenschaft) oder Citizen Science Projekte organisieren. Wissenschaft im Dialog berät aber auch Wissenschaftler*innen zur Wissenschaftskommunikation.



Was sind Ziele von Wissenschaftskommunikation?

Weißkopf: Es gibt je nach Akteur*in bzw. Institution unterschiedliche Zielsetzungen und auch Veränderungen in den Zielsetzungen über die Zeit hinweg. Früher war beispielsweise die Nachwuchswerbung ein Hauptfokus. Es gab vor etwas mehr als zwanzig Jahren das sogenannte PUSH Memorandum (Hochschulrektorenkonferenz, 1999). Man hatte in den 1990er Jahren gesehen, dass die Studierendenzahlen in den MINT-Fächern sehr stark zurück gingen. Hauptanliegen war es dann, die Wissenschaft aus dem Elfenbeinturm herauszuholen und insbesondere jungen Menschen die Faszination der Wissenschaft zu vermitteln und sie für MINT-Fächer zu begeistern. Anfang der 2000er hat man dann

Beatrice Lugger, Prof. Dr. Klaus Bös und das NaWik



Beatrice Lugger ist seit 2015 Geschäftsführerin des Nationalen Instituts für Wissenschaftskommunikation (NaWik). Dort ist sie bereits seit dessen Gründung 2012 tätig. Am NaWik bietet sie gemeinsam mit ihrem Team ein ausgereiftes Portfolio an Seminaren und Workshops zum Kompetenzaufbau in der Wissenschaftskommunikation für Forscher*innen: von Schreiben über Präsentieren und Social Media Aktivitäten bis Visualisieren. Zuvor hat sie basierend auf einem Chemiestudium und einem Volontariat über zwei Jahrzehnte als Wissenschaftsjournalistin für zahlreiche Print und Online-Medien wie die Süddeutsche Zeitung, WIRED oder Technology Review gearbeitet. Die Perspektive der kommunizierenden Wissenschaftler*innen interessiert sie nicht zuletzt seitdem sie in Deutschland die Blog-Community ScienceBlogs aufgebaut hat.



Prof. Dr. Klaus Bös leitete von 1999 bis 2012 das Institut für Sport und Sportwissenschaft am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) und war als Dekan der Fakultät für Geistes- und Sozialwissenschaften an der Entstehung des NaWik beteiligt. Seit 2012 ist er Aufsichtsratsvorsitzender des NaWik. Er bezeichnet die Kommunikation von Forschungsergebnissen mit der Öffentlichkeit als wesentlichen Bestandteil seiner Arbeit. Das spiegelt sich auch in seinem Engagement in Gremien oder der Herausgeber Tätigkeit in verschiedenen Zeitschriften wider. „In meiner Zeit als Dekan erkannten wir an der Hochschule, dass es weniger darum geht, Wissenschaftsjournalismus zu betreiben, sondern vielmehr darum, die Wissenschaftler*innen zu befähigen, ihre Erkenntnisse selbst kommunizieren zu können.“ Als Wissenschaftler reizt es ihn besonders, die praktische Relevanz der eigenen Forschung aufzuzeigen und dadurch einen Mehrwert für die Gesellschaft zu generieren.



Das NaWik (<https://www.nawik.de>) wurde 2012 gemeinsam von der Klaus-Tschira Stiftung und dem KIT als gemeinnützige GmbH gegründet. Das Hauptanliegen des NaWik besteht darin, Wissenschaftler:innen dabei zu unterstützen, erste Schritte in der Kommunikation mit der Öffentlichkeit und der Medienwelt zu gehen und sie auf dem weiteren Weg zu begleiten. Dafür wird ein breites Portfolio an Seminaren angeboten. Außerdem betreibt das NaWik eigene Forschung im Bereich der Wissenschaftskommunikation.

gemerkt, dass es nicht ausreicht, mit den jungen Menschen zu sprechen und sie für Wissenschaft zu begeistern. Man muss auch die Erwachsenen erreichen und Dialogangebote zu kontroversen Themen machen. Heute gibt es nochmal eine andere Motivation im Zusammenhang mit dem Stichwort „Wissenschaftsskepsis“. Man hat bemerkt, dass es nötig ist, eine breitere Vertrauensbasis in der Bevölkerung aufzubauen, auch deshalb, weil die Wissenschaft weiterhin öffentliche Gelder erhalten will. Im Moment gibt es einen großen Rückhalt in der Bevölkerung in Deutschland. Natürlich ist es eine Zielsetzung, diesen Rückhalt zu erhalten.

Ein gutes Beispiel, um die Vielfalt an Zielsetzungen schon im Kleinen zu verdeutlichen, ist die Kinderuni. Fast alle Universitäten bieten diese

an. Die Kinderuni hat verschiedene Zielsetzungen: Kinderuni um dem Bildungsauftrag von Universitäten gerecht zu werden, Kinderuni um – sehr früh – Nachwuchswerbung zu betreiben, Kinderuni als Instrument der Imagebildung. Es gibt natürlich schöne Fotos in der Zeitung. Die Regionalmedien berichten gerne darüber. Die Interessenslagen der einzelnen Wissenschaftler*innen zur Teilnahme an einem solchen Format sind ähnlich vielfältig.

Lugger: Ich sehe bei der Kommunikation immer zwei Zielbereiche. Erstens, die eigene Perspektive der Forschenden oder der Forschungseinrichtung. Hier kann es zum Beispiel um das Steigern der eigenen Reproduktion gehen. Und es gibt mit Sicherheit Themen, an denen man mit Herzblut forscht und dieses Herzblut sollte vermittelt werden.

Denn wenn man für etwas brennt, dann sollte die Öffentlichkeit darüber informiert und aufgeklärt werden. Das gehört für mich einfach zusammen. Zweitens, die Perspektive der Kommunikationspartner*innen. Man sollte sich fragen: „was will ich beim Gegenüber erreichen?“ In der Sportwissenschaft wird zum Beispiel viel mit öffentlichen Mitteln finanziert, wodurch eine gewisse Verantwortung darin besteht, darüber auch zu kommunizieren. Man möchte Transparenz schaffen.

Weißkopf: Wissenschaft und Forschung sind wichtige Elemente unserer demokratischen Gesellschaft und auch unseres Wohlstandes. Wissenschaft spielt immer mehr auch in individuelle und gesellschaftliche Entscheidungen rein. In immer mehr Bereichen unseres täglichen Lebens kommt Wissen-

schaft vor. Corona hat dies wieder einmal sehr deutlich gemacht. Es zeigt sich aber auch bei anderen Themen wie künstliche Intelligenz oder autonomes Fahren. Es ist eine demokratische Aufgabe, die Menschen da mitzunehmen und zu befähigen, informierte Entscheidungen zu treffen.

Dabei ist wichtig, sich vor Augen zu halten, dass Wissenschaft in der Gesellschaft meist als ein Großes und Ganzes wahrgenommen wird. Studien zeigen, dass Wissenschaft meist mit Medizin und Gesundheit und weniger mit Sozial- und Geisteswissenschaft in Zusammenhang gebracht wird. Unterm Strich ist es einfach Wissenschaft. Für Bürger*innen macht es keinen Unterschied, ob sie etwas vom Helmholtz Institut, der Uni Stuttgart oder der Uni Augsburg hören. Sie nehmen Wissenschaft einfach als Wissenschaft wahr. So dass wir eigentlich eine gemeinsame Vision haben könnten in der Wissenschaft: Wir haben einen gemeinsamen Auftritt und jeder trägt etwas dazu bei.

Verschiedene Zielstellungen und Erwartungen können auch im Widerspruch zueinander stehen. Für Universitäten und Wissenschaftler*innen ist es zwar wichtig, die eigene „Marke“ zu betonen und in den Vordergrund zu rücken. In Bezug auf den gesellschaftlichen Auftrag spielt die eigene Marke aber eine untergeordnete Rolle.

Was ist gute Wissenschaftskommunikation und was sind Kanäle und Formate?

Weißkopf: Gute Wissenschaftskommunikation ist klar und verständlich und auf definierte Zielgruppen ausgerichtet. Und gute Wissenschaftskommunikation verzichtet auf Übertreibungen. Zum Beispiel sollte man nicht sagen „weltweit erste“, wenn dies gar nicht so ist. Vorsicht ist auch geboten bei Verallgemeine-

rungen der Befunde bezogen auf die Grundgesamtheit. Pressemitteilungen fallen manchmal euphorischer aus, als die Befunde es eigentlich hergeben. Man muss eben beachten, dass gerade durch die Digitalisierung alles immer direkt verfügbar ist. Jeder kann darauf zugreifen. Gerade zu Gesundheitsthemen wird das auch sehr gerne und oft gemacht. Da muss man schon sehr vorsichtig sein, was man wirklich in die Welt setzt. Das geht eben nicht mehr, wie das noch vor zwanzig Jahren war, durch den Qualitätsfilter Journalismus. Vor zwanzig Jahren hast du deine Pressemitteilung an die Medien geschickt, dann haben die es erstmal eingeordnet und bewertet und noch einmal gefiltert. Das passiert heute nicht mehr. Es gibt heute kaum noch jemanden, der filtert. Der Filter besteht nur noch in den Rezipient*innen. Da ist die Frage, ob sie das können. Das heißt, wir haben schon eine gewisse Verantwortung, wenn wir kommunizieren.

Für mich gehört zu guter Wissenschaftskommunikation auch, Interessenskonflikte deutlich zu machen, zu zeigen, von wem eine Studie finanziert wurde und ob es da einen Einfluss von außen gibt. Es ist wichtig, das zu reflektieren und ganz klar darzustellen.

Aber ich will auch nicht zu viel Angst machen – im Sinne von „kann ich diesen Anforderungen gerecht werden?“ Ich finde es wichtig, dass man sich einfach mal ausprobieren. Jede*r ist zum Beispiel zum Science-Slam eingeladen. Gerade das ist eine wunderbare Bühne, um sich auszuprobieren. Man wird da auch durch ein falsches Wort in der Regel keinen Skandal auslösen. Ich glaube, es macht einfach einen Unterschied, ob ich einen Science-Slam Beitrag halte oder vielleicht ein kleines Video drehe oder ob ich eine Pressemitteilung an landesweite Medien zu einem neuen Krebsmedikament rausschicke.

Was sind empfehlenswerte Formate und Kanäle für Wissenschaftskommunikation?

Auf der Plattform www.wissenschaftskommunikation.de, die gemeinsam vom NaWik und Wissenschaft im Dialog betrieben wird, werden über 100 verschiedene Formate gelistet, über die man in die Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit treten kann. Einige Beispiele wurden von unseren Interviewpartner*innen besonders hervorgehoben.

Lugger: Für die Schule gibt es zum Beispiel die „Forschungsbörse“, finanziert vom BMBF. Da können sich Wissenschaftler*innen listen lassen und werden dann an Schulen vermittelt, wo sie in einer Stunde vorstellen können, woran sie arbeiten und was sie erforschen. Ein ähnliches Format ist „Skype a Scientist“. Solche Formate kann man gut und einfach nutzen. Ich glaube auch, dass TikTok und Instagram unterschätzt werden, denn dort kann durchaus Wissenschaft vermittelt werden. Das zeigt zum Beispiel „die-Wissenschaftlerin“ auf Instagram, die neben den Bildern auch guten wissenschaftlichen Kontext vermittelt. Ich kann nur empfehlen, auch mit neuen Formaten zu spielen und diese zu testen. Denn es geht darum, auch die junge Generation verstärkt zu erreichen.

Bevor man loslegt, sollte man sich aber grundsätzlich die Frage stellen, wen man aus welchem Grund erreichen möchte. Erst anschließend kann man einschätzen, welche Kanäle hierfür geeignet sind.

Weißkopf: Erst frage ich mich, wen ich erreichen möchte. Möchte ich vielleicht gerade junge Menschen erreichen oder ganz bestimmte Stakeholder? Danach muss ich schauen, über welchen Kanal ich meine Zielpersonen am besten erreichen kann. Bei jungen Menschen ist es eher Instagram oder TikTok, andere Stakeholder erreicht man eher auf

Twitter. Twitter ist eine Mischung aus externer und interner Kommunikation. Es ist vorwiegend unprofessionelle Kommunikation. Du erreichst deine Peers, du erreichst vielleicht den einen oder anderen Journalisten und du willst dich da ja auch als Person präsentieren und sagen, „hey, mein neues Paper ist da“ oder mal mit einer starken Position vertreten sein und insgesamt deinen Bekanntheitsgrad in der Community erhöhen.

Wichtig ist dann aber auch die Frage, ob ich mich mit dem Format wohlfühle. Ich glaube, nicht jeder oder jede kann und möchte sich auf TikTok darstellen, das wird nicht funktionieren und das sollte man auch nicht tun.

Wie steht die Sportwissenschaft in der Wissenschaftskommunikation da?

Die Sportwissenschaft ist nach Wahrnehmung unserer Interviewpartner*innen nicht wirklich gut durch Wissenschaftskommunikation repräsentiert. Das Potential wird aber durchaus als hoch eingeschätzt.

Weißkopf: Ich muss gestehen, dass wir eher selten Projekte zu sportwissenschaftlichen Themen haben. Es gab 2006 auf der MS Wissenschaft das Wissenschaftsjahr Informatik und Sport. Warum damals die Entscheidung getroffen wurde, dass man Sport da mitreinnimmt? Es war vielleicht wegen der Fußball WM 2006 in Deutschland. Sport spielt schon immer wieder eine Rolle. Wenn es um Gesundheitsthemen geht oder um das Thema Altern beispielsweise, dann kommt diese Perspektive mit rein.

Lugger: Aus meiner Sicht nimmt man von der Sportwissenschaft wenig wahr. In Zeitungen oder Magazinen taucht das Thema Sport nahezu ausschließlich im Sportteil auf und z. B. dann, wenn es um Skan-

dale wie Doping oder ähnliches geht. Ganz selten findet sich ein Beitrag im Wissenschaftsressort. Ich finde, dass das Thema deutlich unterverkauft ist. Zwar gibt es Spezialmagazine zu Fitness Themen, die sich teilweise auf wissenschaftliche Erkenntnisse berufen. Aber diese richten sich nicht an die Allgemeinheit. Es könnte durchaus mehr im Bereich der Wissenschaftskommunikation getan werden. Gerade Podcasts bieten sich hier an.

Bös: Ich denke, man muss da etwas differenzieren. Während zu den Themen Sport und Gesundheit viel in der Öffentlichkeit kommuniziert wird, gibt es andere Disziplinen, die kaum in der Gesellschaft vertreten sind. Insgesamt sehe ich für die fehlende Präsenz der Sportwissenschaft zwei Gründe: Zum einen ist die Sportwissenschaft ein kleines Fach. Wir haben im Vergleich zur Psychologie oder der Medizin viel weniger Wissenschaftler*innen und sind deshalb einfach nicht im selben Maße in der Gesellschaft vertreten. Zum anderen sind wir innerhalb der Disziplin sehr heterogen. Das heißt, wir sind uns in vielen Dingen uneinig, was die Wissenschaftskommunikation erheblich verkompliziert. Wir brauchen in unserem Fach mehr Konsens in vielen Dingen. Wir müssen uns auch darüber verständigen, was gute Wissenschaft ist. Wir sind mit vielen Themen ganz nah an gesellschaftlichen Fragen. Ich bleibe mal beim Thema Sport und Gesundheit. Da ist es evident, dass Menschen als Bewegungswesen geboren sind und ein gewisses Maß an Bewegung brauchen, um sich im Leben besser zurecht zu finden. Diese Tatsache transparent zu machen und immer wieder zu kommunizieren, halte ich für sehr wichtig. Gerade im Bereich Schulsport sollten die Lehrkräfte dabei unterstützt werden, besser begründen zu können, was sie da eigentlich tun. Ich sehe da jede Menge Ansatzpunkte für Wissenschaftskommunikation.

Warum sollten Sportwissenschaftler*innen (mehr) kommunizieren?

Lugger: Gerade wenn ein Forschungsprojekt über fünf bis sechs Jahre betrieben wird, dann sollte der Schritt in die Öffentlichkeit immer mitgedacht werden – idealerweise schon während der Projektlaufzeit. Aber spätestens zum Ende sollte jede*r sich die Zeit nehmen, um aus der eigenen wissenschaftlichen Erkenntnis gute Kernbotschaften zu formulieren, die für die Öffentlichkeit geeignet sind. Gerade bei so einer langen Zeitspanne lohnt es sich, in den Austausch mit der Gesellschaft zu treten und auch einfach mal zu hören, welche Forschungsbedarfe von der Seite der Öffentlichkeit gesehen werden. Nur im Dialog erfahren wir, was die andere Seite interessiert und hören oder lesen will. Außerdem gibt es hier noch einen weiteren sehr wichtigen Punkt: Die Wissenschaftler*innen sollten den Elfenbeinturm verlassen, sich in die Arena begeben und mit den Menschen sprechen. Denn gerade in der Sportwissenschaft wird viel mit und an Menschen geforscht, die als Proband*innen gewonnen werden müssen und dafür ist Kommunikation wesentlich.

Und noch etwas spricht dafür: Im Journalismus gibt es mehrere Faktoren, die den Nachrichtenwert einer Meldung angeben. Dazu gehört unter anderem der Betroffenheitsfaktor als einer der wichtigsten Faktoren überhaupt, wenn entschieden wird, ob das Thema eine Meldung wert ist oder nicht. Themen wie Gesundheit und Sport haben einen sehr hohen Betroffenheitsfaktor, weil sie wirklich jede*n betreffen. Genau diese Karte sollte in der Außenkommunikation öfter gezückt werden. Aus meiner externen Sicht kann ich mir vorstellen, dass tolle Details erforscht werden, aber dann vergessen wird, die Brücke zum allgemeinen Gesundheitsthema zu schlagen. Es ist eine

These von mir, aber vielleicht wäre das eine Handreichung, um künftig aktiver zu werden.

Warum sollten Nachwuchswissenschaftler*innen (externe) Wissenschaftskommunikation betreiben?

In diesem Teil soll die Relevanz der Wissenschaftskommunikation für Nachwuchswissenschaftler*innen beleuchtet werden. Dazu haben wir gefragt, welche Rolle sie nach Einschätzung unserer Interviewpartner*innen bei Forschungsanträgen und in Berufungsverfahren spielt. Davon ausgehend, dass die interne Wissenschaftskommunikation (z. B. wissenschaftliche Publikationen, Vorträge auf Fachtagungen) eher als wesentlicher Bestandteil der Forschung mitgedacht und – gemacht wird, zielte unsere Frage auf die Relevanz einer häufig als zusätzlich und nicht dem originären Arbeitsauftrag zugehörig empfundenen externen Wissenschaftskommunikation.

Weißkopf: Mein Gefühl ist, dass wissenschaftskommunikatorische Aktivitäten mehr und mehr bei Berufungsverfahren oder bei Antragsstellungen helfen. Ich glaube, dass Aktivität auf Twitter auch die Vernetzung fördern kann. Gerade auch die Vernetzung mit Stiftungen, mit Ministerien, mit entsprechenden Fördermittelgebern. Und das ist jetzt in der Regel nicht schädlich für die Karriere. Von daher kann ich auch den Nachwuchswissenschaftler*innen immer nur raten, solche Möglichkeiten wahrzunehmen.

Abseits davon, dass man sich gut vernetzen und kennenlernen kann, ist Wissenschaftskommunikation ein wichtiger Resonanzbereich. Ob es jetzt Twitter ist oder ob es der Tag der offenen Tür ist. Mit der Bevölkerung zu sprechen, kann wichtige Impulse für die eigene Arbeit geben. Ich habe schon viele Wissenschaftler*innen erlebt, die nach einer Veranstaltung zu mir kamen und gesagt haben,

„hey cool, was heute für Fragen und Statements kamen aus der Bevölkerung. Da muss ich morgen erstmal mit meinem Lab drüber diskutieren. Das war total interessant“.

Bös: Ich bin zwar nicht mehr im operativen Geschäft, aber ich beobachte, dass das Thema Wissenschaftskommunikation zunehmend eine wichtige Rolle spielt. Das kann ich daran festmachen, dass nahezu alle Universitäten inzwischen Zentren für Wissenschaftskommunikation einrichten. Ich glaube, auch bei Berufungsverfahren wird die Wissenschaftskommunikation eine zunehmend wichtige Rolle spielen. Dann ist es nicht unerheblich, ob die Person, die berufen wird, auch über die Scientific Community hinaus sichtbar ist.

Lugger: Mit dem Thema Anerkennung und Reproduktion hat sich bei der „FactoryWisKomm“ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung eine eigene Arbeitsgruppe befasst. Aus den über ein Dreivierteljahr laufenden Diskussionen zur #Factory von über 150 Menschen, die sich professionell mit Wissenschaftskommunikation befassen, ist ein Abschlussband entstanden. Dieser enthält ein dickes Portfolio an Empfehlungen, auch was die Themen Anerkennung und Reproduktion betrifft. Bei Berufungsverfahren könnte beispielsweise auch berücksichtigt werden, wenn jemand einen eigenen Blog aktiv betreibt oder Interviews gibt. In der Summe bleibt dieses Feld schwierig, denn der eine bloggt, die andere twittert, eine weitere hat einen Stand bei dem Tag der offenen Tür. Diese Aktivitäten lassen sich nicht so einfach vergleichen wie der Impact-Faktor einer Publikation und trotzdem sollte es sich lohnen, sich damit zu beschäftigen.

Ein anderer Schritt ist sicher für die Nachwuchswissenschaftler*innen interessant: Beim BMBF werden zukünftig nur noch Anträge ge-

stellt werden können, die etwas zum Thema Kommunikation über das Projekt beinhalten. Welche Kommunikationsziele werden verfolgt? Welche Zielgruppen sollen über welche Medien erreicht werden? Bei der DFG gibt es schon seit Jahren ein Zusatzmodul zur Kommunikation, das man abrufen kann. Das ist natürlich sehr hilfreich, denn damit sind die notwendigen Ressourcen – Zeit und Geld – eingeplant und Teil des Projekts. In dem Fall können sich dann ein bis zwei Projektmitarbeiter*innen parallel zu ihrer Forschung mit einem bestimmten Kontingent mit der Projektkommunikation beschäftigen. Das wiederum bedeutet nicht unbedingt, dass das restliche Projektteam nichts mit der Kommunikation zu tun hat. Denn: Auch sie müssen wissen, wie Kommunikation funktioniert und es muss herausgefunden werden, was die Menschen überhaupt interessiert. Außerdem sind die Kommunikator*innen auf ihr Kolleg*innen angewiesen, sobald es um Inhalte geht.

Es zeichnet sich also auf jeden Fall ab, dass der „public outreach“ bei Anträgen wichtiger wird. Es gibt hier einen ganz klaren politischen Willen dahinter. Im vergangenen Jahr wurde im Bundestag verabschiedet, dass Wissenschaftskommunikation gestärkt werden soll. Als NaWik merken wir schon heute die Auswirkungen, indem wir immer wieder angefragt werden, ob man uns im Antrag bereits als Kooperationspartner nennen darf, um gemeinsam ein Kommunikationskonzept zu erstellen. Da werden wir dann auch beratend aktiv, neben den Seminarleistungen, und helfen neuen Projekten in der Kommunikation auf die Sprünge.

In Zukunft wird Wissenschaftskommunikation in den universitären Einrichtungen eine immer größere Rolle spielen. An der Universität Freiburg beispielsweise ist das Thema in der Präsidialebene angekommen. Im Fe-

bruar hat Julia Wandt das Rektorat des Geschäftsbereichs „Kommunikation und Strategie“ übernommen. Es gibt immer mehr Universitäten, welche die Kommunikationsabteilung nicht nur als Dienstleister betrachten, sondern als Teil des Leitungsstabs. Wir merken auch ganz klar, dass auch die professionellen Wissenschaftskommunikator*innen an den Universitäten und den Forschungseinrichtungen verstärkt darüber nachdenken, wie sie auf die Wissenschaftler*innen zugehen und mit ihnen netzwerken können.

Wissenschaftskommunikation ist relevant, aber auch aufwändig. Das stellt insbesondere für Nachwuchswissenschaftler*innen eine große Herausforderung dar. Angesichts endlicher Zeitressourcen stellt sich für Nachwuchswissenschaftler*innen - trotz der dargestellten Relevanz - immer die Frage, welche Prioritäten sie setzen sollten, um die Chancen für eine Weiterbeschäftigung im Wissenschaftssystem zu erhöhen.

Bös: Ich sehe die Notwendigkeit, schon früh Kontakte zu Gremien und Organen der Wissenschaftskommunikation aufzubauen. Als Nachwuchswissenschaftler*in sollte man sich schon früh damit beschäftigen, wem man die Ergebnisse anbieten kann und wie man sie anbieten kann. Allerdings sehe ich hier auch ein zeitliches Problem. Ich selbst habe pro Woche drei bis vier Anfragen von Journalist*innen, die mich interviewen möchten. Da ich hierzu relativ viel Erfahrung habe, geht das bei mir relativ schnell. Aber wenn ich mir vorstelle, dass jemand der gerade erst mit seiner Forschung begonnen hat mit diesen Fragen konfrontiert wird, dann kostet das sehr viel Zeit, um sich darauf vorzubereiten. Und diese Zeit fehlt dann an einer anderen Stelle. Gerade in der Lebensphase, in der man sich fachlich qualifizieren muss. Deshalb müssen wir uns überlegen, welche Anerkennungsmechanismen wir aufbauen können.

Gerade im Alter zwischen 25 und 35 Jahren befinden sich die jungen Wissenschaftler*innen in einer schwierigen Lebensphase. Da kommt vieles zusammen: private Umstrukturierungen, Aufbau und Pflegen von Beziehungen, Familienplanung, Promotion, Weiterqualifizierung und vieles mehr. Die 24 Stunden am Tag können eben nur einmal verteilt werden. Deshalb müssen wir uns überlegen, wie wir Wissenschaftskommunikation für Nachwuchswissenschaftler*innen stärker honorieren, um zusätzliche Anreize zu schaffen. Aktuell ist es eher so, dass davon ausgegangen wird, dass sie erst einmal das Fachliche lernen müssen, bevor sie anfangen, zu kommunizieren. Es sollte ein Anreizsystem geschaffen werden, dass auch so etwas wie ein eigener Blog honoriert wird.

In Berufungsverfahren stehen meist sehr konkrete Anforderungen an die fachliche Qualifikation, während zur Kommunikation eher weiche Formulierungen gewählt werden. Genau das muss sich ändern. Diese Anforderungen an die Fähigkeit und Bereitschaft zur Wissenschaftskommunikation müssen konkretisiert werden. Denn solange dies nicht der Fall ist, werden die rein fachlichen Punkte dominieren. Solange der Impactfaktor ein Vielfaches mehr Gewicht hat als ein Blog oder die Aktivität in sozialen Medien und diese eventuell sogar von der scientific community belächelt werden, ist das schwierig. Sowohl universitäre Gremien, aber auch andere Institutionen wie die dvs müssen sich Gedanken über den Stellenwert von Wissenschaftskommunikation machen. Erst wenn diese Dinge besser festgeschrieben sind, ist der Stellenwert von Wissenschaftskommunikation besser definiert. Im Moment ist Wissenschaftskommunikation eher auf der Ebene von Schlüsselqualifikationen angesiedelt. Wenn das mehr Stellenwert und mehr Anerkennung hat, dann ändert sich die Bedeutung automatisch.

Weißkopf: Abgesehen davon, dass ich denke, dass sich die Nachwuchswissenschaftler*innen mit mehr Nachdruck zusammenschließen sollten und auf eine Veränderung der Situation drängen sollten, kann ich von meiner Seite nur sagen: Wir setzen uns natürlich dafür ein, dass Wissenschaftskommunikation eine höhere Anerkennung bekommt. Beispielsweise indem solche Aktivitäten mit Preisen bedacht werden und man auch Förderungen erhält werden diese Aktivitäten insgesamt mehr wertgeschätzt. Mein Gefühl ist, dass sich da auch was tut. Das Reputationssystem wird sich sicher verändern, so dass es die Anerkennung für Kommunikationsaktivitäten geben wird, gerade auch im Nachwuchsbereich. Inwieweit sich systemische Voraussetzungen ändern, das muss man sehen. Das ist vielleicht eine andere Diskussion, die wir auch versuchen, zu befeuern. Beispielsweise könnte man sagen, dass man Leute eben nicht nur nach dem Hirsch-Index auswählen kann, sondern vielleicht noch andere Kriterien dazugehören.

Uns haben zum Schluss noch ganz konkrete Tipps und Hinweise – gerade für Neulinge in der Wissenschaftskommunikation – interessiert. Hier fassen wir die wichtigsten potentiellen Fallstricke, Unterstützungsmöglichkeiten und Tipps unserer Interviewpartner*innen zusammen.

Welche Fallstricke sollte man kennen und vermeiden?

Lugger: Ein klassischer Fallstrick, der häufig diskutiert wird, ist, dass Themen manchmal als super vielversprechend „überverkauft“ werden. Deshalb gilt es, das wissenschaftliche Fundament von Aussagen stets zu prüfen und nur Aussagen auf dem aktuellen Stand gegenwärtigen validen Wissens zu treffen. Sprich: Es muss zunächst gute Wissenschaft basierend auf guter wissenschaft-

licher Praxis stattfinden und die Ergebnisse müssen gesetzt sein. Forscher*innen können darüber hinaus natürlich durchaus erzählen, woran sie forschen, was es bedeutet, wie die Prozesse sind, auch welche Probleme auftauchen. Aber es müssen wirklich wissenschaftliche haltbare Inhalte sein, die ich am Ende kommuniziere. Ein weiterer Fallstrick ist leider auch häufig, dass viele Wissenschaftler*innen die Haltung haben „ich bin doch Experte“ und sich damit auf eine höhere Stufe stellen. Dadurch entsteht automatisch eine „top-down Situation“, die eine Kommunikation auf Augenhöhe unmöglich macht. Es ist nämlich auch wichtig, die Bürgerexpert*innen zu hören, die eine Meinung und eine Haltung haben und Erfahrungswissen besitzen. Da sollte man sich nicht darüber stellen. Dialog bedeutet eben auch zuhören.

Bös: Journalist*innen wollen häufig einfache Botschaften haben. Wissenschaftler*innen schreiben differenzierte Artikel, in denen vieles diskutiert wird. Journalisten wollen dann Zahlen haben. Und diese Zahl suggeriert immer Kausalität. Kausalität haben wir aber so gut wie nie. Da tappt man schnell in die Falle. Am Ende wird man auf eine Zahl reduziert, wobei man in Wirklichkeit ganz viele Hypothesen und Fragestellungen aufgestellt und untersucht hat. Das muss man lernen. Es ist viel wichtiger, zu Beginn viel zuzuhören und viel Erfahrung zu sammeln bevor man sich in dieses Haifischbecken der Wissenschaftskommunikation begibt, denn da kann man sich auch schnell schaden. Gerade als Nachwuchswissenschaftler*in.

Welche Unterstützungsstrukturen gibt es? Wer kann mir helfen, mein Kommunikationsprojekt umzusetzen?

Weißkopf: Es gibt immer mehr niederschwellige Kurse zur Wissenschaftskommunikation, sei es in

den Universitäten oder in anderen Einrichtungen.

Aber auch die Pressestellen der Universitäten sind dazu da, zu helfen. Wenn ich einen Anlass sehe, zum Beispiel, wenn ich ein neues Paper habe und denke, „das ist eigentlich ganz cool und könnte für andere Menschen relevant sein“, dann kann ich damit zur Pressestelle gehen und mir Unterstützung suchen. Da würde ich auch immer mal anklopfen. Ich glaube, das ist die Hauptunterstützungsstruktur für Nachwuchswissenschaftler*innen.

Außerdem gibt es verschiedene Wettbewerbe und Preise. Wir haben zum Beispiel hier bei Wissenschaft im Dialog zu jedem Wissenschaftsjahr den Hochschulwettbewerb, bei dem sich Teams von Nachwuchswissenschaftler*innen bewerben können, mit einem sehr schlanken Verfahren. Einreichen muss man erstmal nur eine halbe Seite und wenn man dann ausgewählt wird, muss man fünf Seiten verfassen. Das ist nicht viel. Man kann dann mit 10.000 € ein Kommunikationsprojekt umsetzen und hat darüber auch Kontakt zum Projektträger und zum BMBF. Es gibt außerdem verschiedene Stiftungen, die Preise verleihen. Zum Beispiel Körber oder die Klaus Tschira Stiftung. Wichtig dabei ist, dass man an Netzwerken partizipiert, Leute kennenlernt, sich austauscht und Kontakte knüpft. Von daher kann ich nur allen raten, diese Möglichkeiten wahrzunehmen.

Lugger: In einer Umfrage von uns (NaWik) gemeinsam mit WiD und DZHW hat sich gezeigt, dass Wissenschaftler*innen sich mehr Unterstützung wünschen. Wir brauchen mehr Unterstützungsstrukturen und etablierte Wege, damit klar ist, an wen ich mich wenden kann, wenn ich Hilfe benötige. Diese Veränderungen sind angestoßen und es gibt Hochschulen die schneller sind als andere, aber man merkt, dass sich im Moment vieles bewegt.

Die Ergebnisse der großen Umfrage zur Wissenschaftskommunikation in Deutschland sind in verschiedenen Beiträgen zusammengefasst (<https://www.wissenschaftskommunikation.de/thema/umfrage/>). Hier knüpft auch der Artikel von Birte von Haaren-Mack und Christina Niermann in diesem Heft an.

Zum Abschluss: Was sind Ihre wichtigsten Tipps zur Wissenschaftskommunikation?

Lugger: Grundsätzlich empfehle ich, sich themenspezifisch schlau zu machen, was es denn für hilfreiche Seminare und Tools gibt. Wir haben bei uns den sogenannten NaWik-Pfeil, das ist unser Kernelement der Lehre. Damit fassen wir fünf Dimensionen der Wissenschaftskommunikation zusammen, um sich auf jedwede kommunikative Situation vorzubereiten aber sogar auch um eine Kommunikationsstrategie zu entwickeln. Und natürlich empfehle ich unsere Konferenz „Wiskon“, die Konferenz für kommunizierende Wissenschaftler*innen, wo wir unter anderem auch über Themen wie Anerkennung und Reputation diskutieren. Es ist wiederum für uns als NaWik sehr interessant, wiederholt reinzuhorchen, was sich verbessert oder verschlechtert. Insgesamt halte ich das voneinander Lernen für sehr wertvoll.

Ansonsten würde ich empfehlen, sich umzusehen. Das heißt, zu überlegen, was einem selbst an medialem Konsum oder Austausch mit anderen Spaß macht, um dann herauszufinden welcher Kommunikationstyp man ist. Und dann geht es um das Netzwerken. Man sollte sich Feedback von anderen holen, Sparringspartner*innen finden und sich gegenseitig in Kommunikationssituationen unterstützen. Es ist natürlich auch in der Kommunikation sehr hilfreich, gute Freunde zu haben.

Bös: Generell finde ich es wichtig, dass jede*r das was er oder sie in

einem Artikel verfasst hat, auf einer Seite zusammenfassen oder in drei Minuten mündlich erklären kann. Es ist äußerst wichtig, dass ich jemandem in einer beliebigen Zeit, egal ob eine, zwei, drei Minuten sagen kann, was ich im letzten halben Jahr geforscht habe. Das Wichtigste ist, dass man selbst gute Forschung betreibt. Bevor ich mich an die Öffentlichkeit wende, muss ich das was ich gemacht habe, verständlich artikulieren können und da hilft der NaWik-Pfeil ganz erheblich. Das muss man erstmal gelernt haben.

Weißkopf: Naja, machen! Ich glaube das ist so die erste Empfehlung. Spaß dran haben, sich auszuprobieren und die Erfahrung machen. Klar, Kommunikation kann mal schief gehen. Aber in der Regel ist das Feedback positiv und von daher nehmt dieses positive Feedback mit, das tut auch manchmal ganz gut. Und das Zweite: Dabei die Ressourcen

nutzen, die da sind. Also wirklich zu sagen, „hey, ich hab eine Pressestelle vor Ort, es gibt sowas, wie wissenschaftskommunikation.de wo man ganz viele Tricks und Tipps abholen kann“. Nutzt das!

Literatur

- Hochschulrektorenkonferenz (1999). *Dialog Wissenschaft und Gesellschaft. Hochschulrektorenkonferenz: Bonn.*
- Retzbach, J. (2020). *Wie viel Presstext steckt im Wissenschaftsjournalismus?* Abgerufen am 03.12.202 unter <https://www.wissenschaftskommunikation.de/wie-viel-presstext-steckt-im-wissenschaftsjournalismus-40559/>
- Schäfer, S. (2018). *Wissenschaftskommunikation ist Wissenschaftsjournalismus, Wissenschafts-PR ... und mehr.* Abgerufen am 03.12.2021 unter <https://www.wissenschaftskommunikation.de/wissenschaftskommunikation-ist-wissenschaftsjournalismus-wissenschafts-pr-und-mehr-3337/>

Kontakt

- » Dr.in Christina Niermann, Medical School Hamburg
E-Mail: christina.niermann@medicalschooll-hamburg.de
Twitter: @ChrNiermann
- » Hannah Kron, Karlsruher Institut für Technologie
E-Mail: hannah.kron@kit.edu
Twitter: @Hannah_Kron
- » Dr.in Birte von Haaren-Mack, Deutsche Sporthochschule Köln
E-Mail: b.vonhaaren-mack@dshs-koeln.de
- » Dr.in Julia Lohmann, Universität Augsburg
E-Mail: julia.lohmann@uni-a.de
Twitter: @juliamlohmann

Save the date!

10. dvs-Nachwuchsakademie „Wissenschaftskommunikation“

Vom 21. bis 23. März 2023 findet die 10. Nachwuchsakademie an der Medical School Hamburg statt!

Die Nachwuchsakademie richtet sich an Nachwuchswissenschaftler*innen in der Postdoc-Phase oder in der Endphase der Promotion.

Merkt euch diesen Termin vor, weitere Infos folgen über die Kanäle der dvs und der Kommission sportwissenschaftlicher Nachwuchs – wir freuen uns auf euch!

21.–23.03.2023, MSH Medical School Hamburg

Wissenschaftskommunikation in der Sportwissenschaft – status quo

von Birte von Haaren-Mack & Christina Niermann¹

„Fake News“, die sich rasant über soziale Medien verbreiten und sich standhaft haltende, abstruse Verschwörungstheorien haben dazu beigetragen, dass Wissenschaftskommunikation – nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie – mehr in den Fokus der gesellschaftlichen Wahrnehmung gerückt ist. Neben dieser medialen Präsenz ist Wissenschaftskommunikation aber auch verstärkt ins Blickfeld von Politik und Wissenschaft, Universitäten, Fördermittelgebern und auch Wissenschaftler*innen selbst gerückt, wie z. B. in dem Artikel „Die Bühne ist gebaut – Wo sind die sportwissenschaftlichen Akteure?“ beschrieben.

Wir beleuchten in diesem Heft die Wissenschaftskommunikation in der Sportwissenschaft. Natürlich haben wir uns auch die Frage gestellt, wie die Sportwissenschaft zur Wissenschaftskommunikation steht bzw. wo sie in Sachen Wissenschaftskommunikation aktuell steht. Neben der Idee, sich die Einschätzung von Expert*innen (siehe Artikel zu Interview „Die Bühne ist gebaut...“) und Akteur*innen der Wissenschaftskommunikation in der Sportwissenschaft einzuholen, entstand so der Gedanke, eine Befragung zu diesem Thema in der Sportwissenschaft durchzuführen. In unseren Recherchen stießen wir auf die Ergebnisse einer Befragung zur Wissenschaftskommunikation bei Wissenschaftler*innen aller Fachrichtungen, die im Jahr 2020 durchgeführt wurde. In Absprache mit den für die Originalumfrage verantwortlichen Institutionen, Wissenschaft im Dialog (WiD), dem Deutschen Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW) und dem Nationalen Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik), nutzten wir die bestehende

Befragung und führten diese bei Sportwissenschaftler*innen durch. Vorteile dieses Vorgehens sahen wir unter anderem darin, dass perspektivisch auch ein Vergleich mit den Daten der Originalumfrage möglich wäre.

Der vorliegende Beitrag hat das Ziel, einen Überblick zu zwei Kernfragen zu geben. Dabei fokussieren wir die folgenden beiden Hauptbereiche:

1. Wo steht die Sportwissenschaft in Bezug auf Wissenschaftskommunikation?
2. Welche Einstellung und welches Verhältnis haben Sportwissenschaftler*innen zu Wissenschaftskommunikation?

Beschrieben werden zum einen die bisherigen Erfahrungen mit und Gelegenheiten zu Wissenschaftskommunikation sowie die Kanäle, die bisher genutzt wurden. Zum anderen werden die Bewertung der Relevanz und des bisherigen Engagements in der Wissenschaftskommunikation, sowie Barrieren und Wünsche bezüglich zukünftiger Entwicklungen in der Wissenschaftskommunikation in den Blick genommen.

Wie sind wir vorgegangen und wer hat unseren Fragebogen beantwortet?

Basierend auf der Originalumfrage des WiD, DZHW und NaWik wurde im Zeitraum vom 05.08.2021 bis zum 31.10.2021 eine Online-Befragung (QuestorPro, Blubbsoft GmbH) durchgeführt. Während die Originalumfrage in deutscher und englischer Sprache unter expliziter Einladung von außeruniversitären Forschungsinstitutionen (Max-Planck-Gesellschaft, Fraun-

hofer-, Leibniz- und Helmholtz-Gemeinschaft) erfolgte, wurde die hier berichtete Umfrage bei Sportwissenschaftler*innen ausschließlich in Deutsch über die Mailingliste „Sportwiss“ (3.500 Abonnent*innen Stand März 2019), den Newsletter der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft (dvs) sowie über die Social Media Kanäle der dvs und der dvs-Kommission „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ beworben. Zudem wurde sie über die Nachwuchs-Netzwerker*innen direkt an die sportwissenschaftlichen Standorte in Deutschland, Österreich und der Schweiz verteilt. Die Fragen und Antwortmöglichkeiten der Originalumfrage wurden 1:1 übernommen und durch die Frage „Welche dvs-Sektion spiegelt am besten den von Ihnen primär bearbeiteten Themenbereich wider?“ sowie eine offene Frage mit der Möglichkeit zu Anmerkungen oder Anregungen rund um das Thema Wissenschaftskommunikation in der Sportwissenschaft ergänzt.

Der Link zur online Befragung wurde von 219 Teilnahmen angeklickt, davon füllten 155 Sportwissenschaftler*innen (weiblich = 57, männlich = 42, divers = 2) den Fragebogen vollständig aus. Die meisten Teilnehmer*innen sind den Sektionen Sportpädagogik ($n = 38$) und Sportpsychologie ($n = 29$) zuzuordnen, die allein 43% der Gesamtstichprobe ausmachten. Daneben waren die Sportsoziologie ($n = 17$), die Trainingswissenschaft ($n = 14$), die Sportmedizin ($n = 12$) und die Sportmotorik ($n = 12$) relativ häufig vertreten. Weniger häufig bzw. gar nicht vertreten waren die Biomechanik ($n = 7$), Sportökonomie ($n = 5$), Sportinformatik und Sporttechnologie ($n = 5$), Sportgeschichte ($n = 2$) und Sportphilosophie ($n = 0$). Ca. 8 % der Befragten

($n = 13$) machten keine Angaben bezüglich Ihrer Zuordnung zu einer der dvs-Sektionen. Von den Befragten gaben 30 Personen den Status Professor*in (19,4 %), 60 Personen den Status Postdoc (38,7 %) und 64 Personen den Status Prädoc (41,6 %) an – der sportwissenschaftliche Nachwuchs war hier also gut vertreten.

Wo steht die Sportwissenschaft in Bezug auf Wissenschaftskommunikation?

Um ein Gefühl dafür zu bekommen, welche Erfahrungen die Sportwissenschaftler*innen bisher im Bereich Wissenschaftskommunikation gesammelt haben, wurden zum einen die klassischen Kommunikationsformen (z. B. Interviews, öffentliche Diskussionsrunden oder Pressemitteilungen) und zum anderen die digitalen Kommunikationsformen (z. B. eigene Homepage, social media Kanäle wie Twitter oder ein Blog) abgefragt.

Insgesamt gaben 134 (86,5 %) der befragten Sportwissenschaftler*innen an, mindestens

einmal und mindestens eine der klassischen oder Onlinemöglichkeiten zur Wissenschaftskommunikation genutzt zu haben (zum Vergleich: Originalumfrage 85 %). Die Abbildungen 1 und 2 zeigen wie häufig die einzelnen Formate der Wissenschaftskommunikation genutzt wurden. Um einen – rein beschreibenden – Vergleich zur Originalstichprobe herzustellen, sind sowohl die Angaben der Sportwissenschaftler*innen (blau) als auch die der Originalstichprobe (grün) abgebildet.

Etwa 50 % der Befragten ($n = 124$) gaben an, in den letzten 2 Jahren mindestens einmal eine oder mehrere der klassischen Kommunikationsformen genutzt zu haben. An der Spitze lagen dabei (in unserer wie auch der Originalumfrage) die öffentliche Vorlesung bzw. der öffentliche Vortrag (vgl. Abb. 1) – 82 Personen (53,2 %) gaben an, dieses Format mindestens einmal in den vergangenen 24 Monaten genutzt zu haben. Auch Pressemitteilungen wurden von fast der Hälfte ($n = 75$, 48,7 %) der befragten Sportwissenschaftler*innen

genutzt, etwas häufiger als von den Wissenschaftler*innen in der Originalumfrage.

Sportwissenschaftler*innen schienen tendenziell öffentliche Vorträge, Pressemitteilungen, Interviews für Print- und Online Medien sowie populärwissenschaftliche Beiträge etwas häufiger genutzt zu haben als die Vergleichsstichprobe. Aktionstage wie z. B. ein Tag der Wissenschaft, ein Tag der offenen Tür oder eine Nacht wurden dagegen weniger genutzt. Gleiches gilt für Diskussionsrunden mit Expert*innen und Bürger*innen, auch hier gaben die Sportwissenschaftler*innen eine geringere Nutzungshäufigkeit an. Dies dürfte allerdings – zumindest teilweise – durch den Zeitpunkt der Befragung während der Corona Pandemie begründet sein.

Eine Nutzung von digitalen Formaten wurde nur von etwas mehr als der Hälfte der Befragten angegeben, 73 Personen nutzten keine der vorgegebenen Formate (47,4 %). Was die Häufigkeit der Nutzung digitaler Formate der Wis-

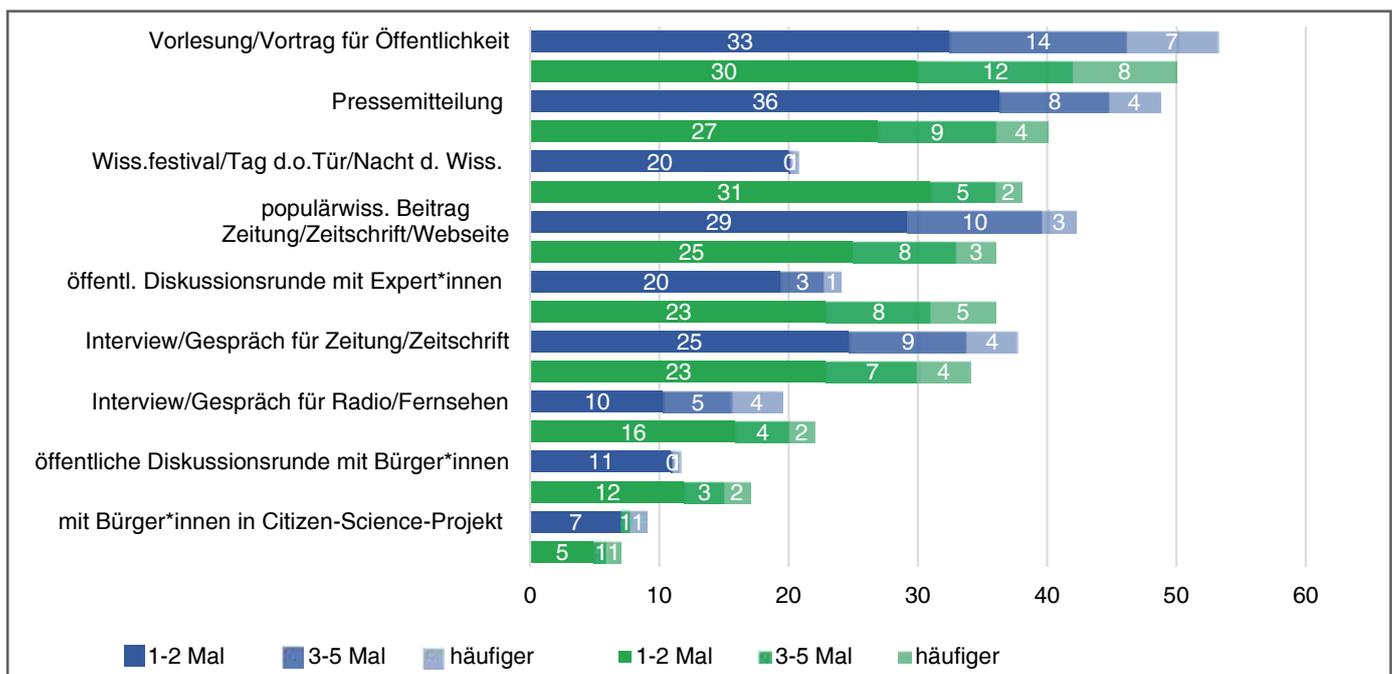


Abb. 1. Nutzung der unterschiedlichen klassischen Kommunikationsformen in den letzten 24 Monaten. Aufgeführt ist die Häufigkeit (%) der Auswahl des jeweiligen klassischen Formats für die Sportwissenschaftler*innen (blaue Balken, $n = 154$) und für die Originalstichprobe (grüne Balken, $n = 5.490$).

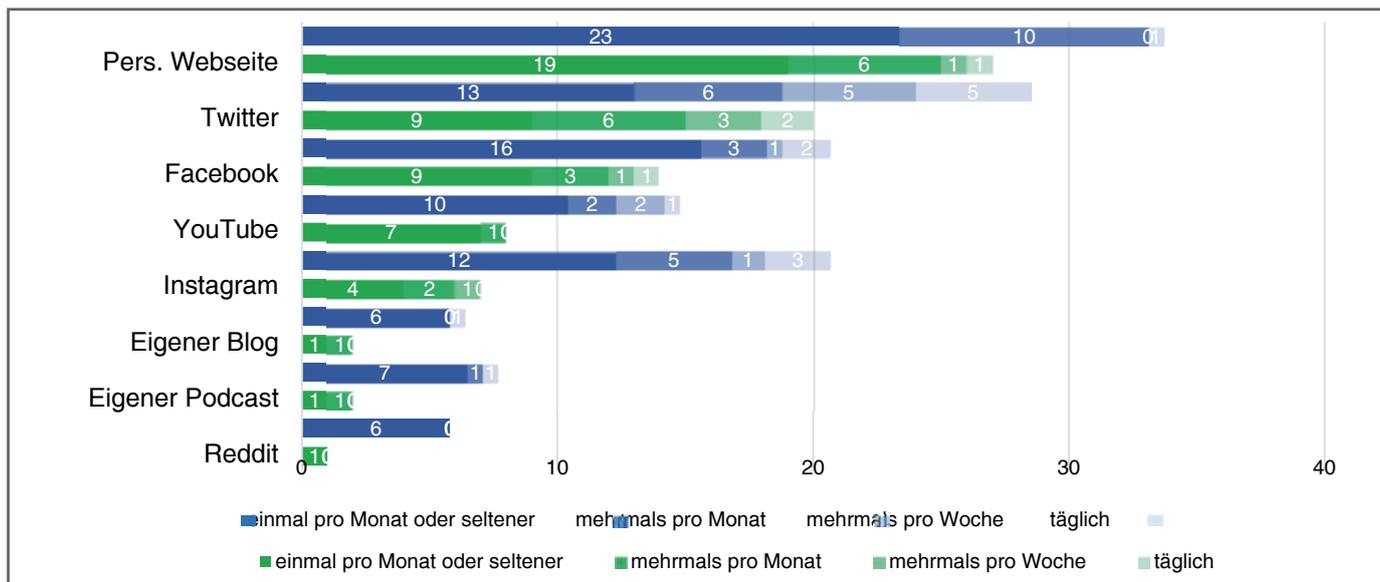


Abb. 2. Häufigkeit (in %) der aktuellen Nutzung von Online-Kommunikationsformen. Aufgeführt ist die Häufigkeit (%) der Auswahl des jeweiligen digitalen Formats für die Sportwissenschaftler*innen (blaue Balken, n = 154) und die Originalstichprobe (grüne Balken, n = 5.490).

senschaftskommunikation angeht, so war hier die Mehrheit der Befragten recht zurückhaltend und gab an, diese Formate nur bis zu einmal monatlich zu nutzen. Eine Ausnahme bildete hier unter den Sportwissenschaftler*innen der Kurznachrichtendienst Twitter, der von 16 % mehr als einmal monatlich und nur von 13 % seltener genutzt wurde.

Die Nutzung einer persönlichen Webseite wurde mit 34% von den Sportwissenschaftler*innen am häufigsten ausgewählt (Originalstichprobe 27 %; Abb. 2). Allerdings bleibt unklar, ob mit dieser Kategorie tatsächlich eine eigene Webseite oder die Uni-/Institutswebseite assoziiert wurde. Es folgen die sozialen Netzwerke Twitter und Instagram, immerhin 29 % bzw. 21 % der Sportwissenschaftler*innen gaben an, diese gelegentlich zu nutzen.

Sämtliche Online-Kommunikationsmöglichkeiten wurden bei den Sportwissenschaftler*innen von einem größeren Anteil genutzt als bei der Stichprobe in der Originalumfrage. Dies zeigte sich insbesondere bei der Nutzung von Instagram, das von knapp 21 % der befragten Sportwissenschaftler*innen aber

nur von 8 % der Vergleichsstichprobe genutzt wurde. Twitter wurde als Kommunikationsplattform mit 29 % im Vergleich zu 20 % ebenfalls von einem größeren Anteil bei den Sportwissenschaftler*innen genutzt. Bei YouTube war der Nutzeranteil in der Sportwissenschaft mit 15 % fast doppelt so hoch wie in der Vergleichsgruppe. Wenn auch auf insgesamt niedrigem Niveau, fällt doch weiterhin der eigene Podcast auf, den nur 2 % der Originalstichprobe nutzten, wohingegen 6 % der Sportwissenschaftler*innen dieses Format nutzten.

Basierend auf den Fragen nach dem Nutzungsverhalten unterschiedlicher Kommunikationsformen wurde denjenigen, die entweder bei einer der klassischen Kommunikationsformen mindestens „1-2 Mal“ (Abb. 1) oder bei einer der Online Möglichkeiten „einmal im Monat oder seltener“ (Abb. 2) angaben, die Frage nach ihren bisherigen Erfahrungen mit Wissenschaftskommunikation gestellt (n = 134). Insgesamt gaben 70 % der „Erfahrenen“ – also derjenigen, die bereits Wissenschaftskommunikation betrieben haben – an, damit bisher positive Erfahrungen gemacht zu haben. Innerhalb der

Erfahrenen zeigte sich außerdem, dass der Anreiz, Wissenschaftskommunikation zu betreiben und eine oder mehrere der Kommunikationsmöglichkeiten zu nutzen, meistens von außen kam. 60 % der Sportwissenschaftler*innen (66 % in Originalumfrage) gaben an, dass sie Gelegenheiten zur Wissenschaftskommunikation nur nutzen würden, wenn sie aktiv angefragt werden. Daneben gaben nur 8 % an, selbst Gelegenheiten zur Wissenschaftskommunikation zu suchen und 26 % gaben an, sowohl auf Anfrage als auch aus Eigeninitiative heraus zu kommunizieren.

Was die Inhalte der Wissenschaftskommunikation angeht, gab ein Großteil der Sportwissenschaftler*innen mit Erfahrung (n = 134) in der Wissenschaftskommunikation an, dass sich ihre Kommunikation auf ihre eigene Forschung bezog (n = 119, 88,8 %). 43 % gaben an, zur Forschung anderer in ihrem Feld und 34 %, zu den gesellschaftlichen Auswirkungen ihrer Forschung kommuniziert zu haben. Die Kommunikation über Methoden/Prozesse/Werte von Wissenschaft und Forschung (19 % vs. 41 %) sowie die generelle Bedeutung von Wissen-

schaft und Forschung in der Gesellschaft (15 % vs. 33 %) schien für Sportwissenschaftler*innen im Vergleich zur Originalstichprobe einen geringeren Stellenwert zu haben.

Wie bewerten Sportwissenschaftler*innen Wissenschaftskommunikation?

In diesem Abschnitt geht es uns um subjektive Einstellungen und

Wissenschaftskommunikation als wichtig (99 %, Abb. 3). Von den Befragten gaben über 80 % außerdem an, durchaus Spaß an Wissenschaftskommunikation zu haben. Darüber hinaus empfanden fast 80 % der Befragten Wissenschaftskommunikation als eine Bereicherung ihrer Arbeit. Allerdings gaben auch 42 % an, dass es ihnen eher nicht leicht bzw. nicht leicht fällt, Wissenschaftskommunikation zu

erster Linie Organisation und Verbände im Sport, Sportler*innen im Breiten- und Leistungssport aber auch Studierende als potenzieller wissenschaftlicher Nachwuchs) abzuholen, zu informieren und Interesse zu wecken“.

Noch übergreifender wurde in einem Beitrag betont, dass „Wissenschaftskommunikation [...] auch ein modernes Selbstverständnis

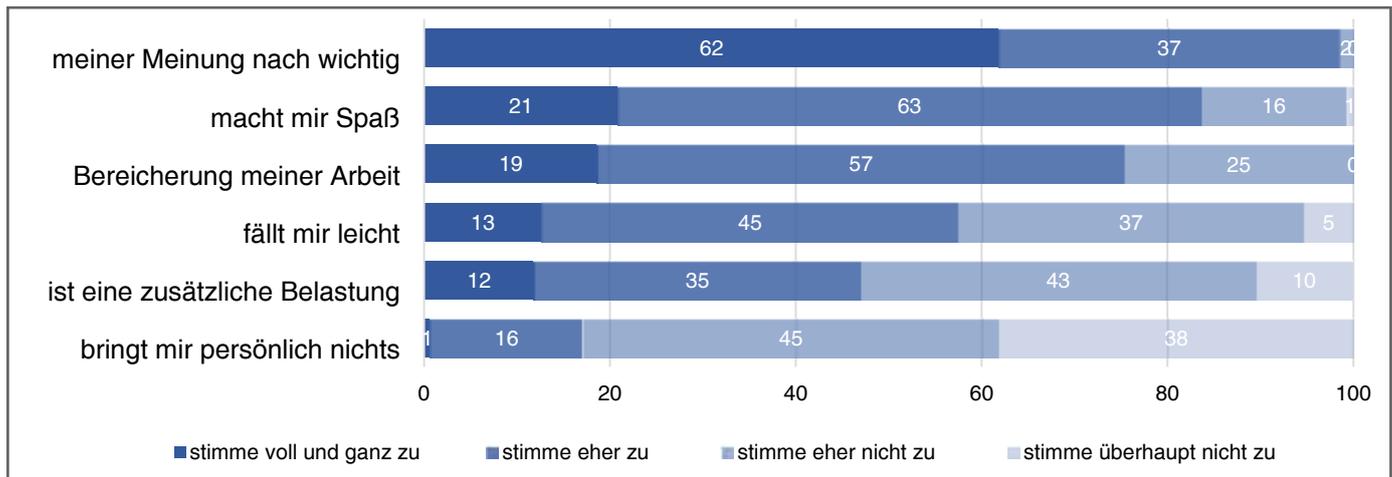


Abb. 3. Persönlichen Verhältnis der Sportwissenschaftler*innen zu Wissenschaftskommunikation. Diese Frage wurde nur den Befragten mit Erfahrung in der Wissenschaftskommunikation gestellt ($n = 134$). Angaben in Prozent, Abweichungen in der Summe sind rundungsbedingt.

Bewertungen hinsichtlich der Relevanz von Wissenschaftskommunikation sowie der Wahrnehmung von Barrieren und förderlichen Faktoren bezüglich Wissenschaftskommunikation von Sportwissenschaftler*innen.

Uns war es wichtig, in unserer Umfrage auch Bewertungen, Meinungen und Rückmeldungen in Form eines offenen Antwortformats einzuholen. Daher stellen wir im Folgenden neben den Ergebnissen der Umfrage auch die offenen Antworten der Sportwissenschaftler*innen dar. Aus diesem Grund fokussieren wir im Folgenden nur noch die Gruppe der Sportwissenschaftler*innen.

Fast alle Sportwissenschaftler*innen, die bereits Wissenschaftskommunikation betrieben haben ($n = 134$), beurteilten

betreiben. 47 % bewerteten Wissenschaftskommunikation außerdem als zusätzliche Belastung.

Auch die offenen Antworten am Ende unserer Umfrage spiegeln eine grundsätzliche positive Einstellung und die Wahrnehmung einer hohen Relevanz – gerade in einem Fach wie der Sportwissenschaft – wider. So wurde zum Beispiel angemerkt, dass über Wissenschaftskommunikation ein Beitrag dazu geleistet werden kann, über bestehende „Trainings- und Ernährungsmythen aufzuklären [...] und einen wissenschaftlich fundierten Beitrag zu leisten“. Wissenschaftskommunikation wird darüber hinaus auch deswegen als relevant angesehen, da es hierdurch möglich ist einerseits „den zwingend notwendigen Wissenschafts-Praxis-Transfer weiter zu fördern“ und andererseits „die Zielgruppen (in

des Faches Sportwissenschaft“ berühre. Die kritische Wahrnehmung der Tendenz eines „auf pures Verwertungsinteresse gerichteten instrumentellen Wissenschaftsverständnis“ in der Sportwissenschaft, steht allerdings einer „guten“ Wissenschaftskommunikation entgegen. Der Sportwissenschaft sei aus diesem Grunde „eine eher klägliche Wissenschaftskommunikation zu attestieren“. Insgesamt spiegelte sich in einigen Kommentaren wider, dass es bei aller Relevanz der Wissenschaftskommunikation, in der Sportwissenschaft ein deutliches Verbesserungspotential gibt. Die Sportwissenschaft sei in der öffentlichen Wahrnehmung nicht präsent genug und taucht bspw. vor allem mit Bezug zum Leistungssport auf. Es wurde der Wunsch nach einem vermehrten Fokus auf eine „starke und zeitgerechte Wissenschaftskommuni-

kation“, die durch die Institutionen, die Vorgesetzten aber auch die dvs gefördert wird, deutlich.

Geht es um die Rolle von Wissenschaftskommunikation in Wissenschaft und Forschung, so sahen 87 % der befragten

Karriere in der Wissenschaft ($M = 1,40$; $SD = 0,77$) als auch für die Wissenschaft und Forschung insgesamt ($M = 1,60$; $SD = 0,89$)³ als geringer im Vergleich zu Postdocs und Prädocs ($F(151, 2) = 5,34$; $p = 0,006$; $\eta^2 = 0,07$).

engagieren zu wollen. 56 % gaben an, sich zukünftig genauso stark wie momentan engagieren zu wollen und 3 % wollen sich eher weniger engagieren.

Das mit Abstand größte Hemmnis für Wissenschaftskommunikation

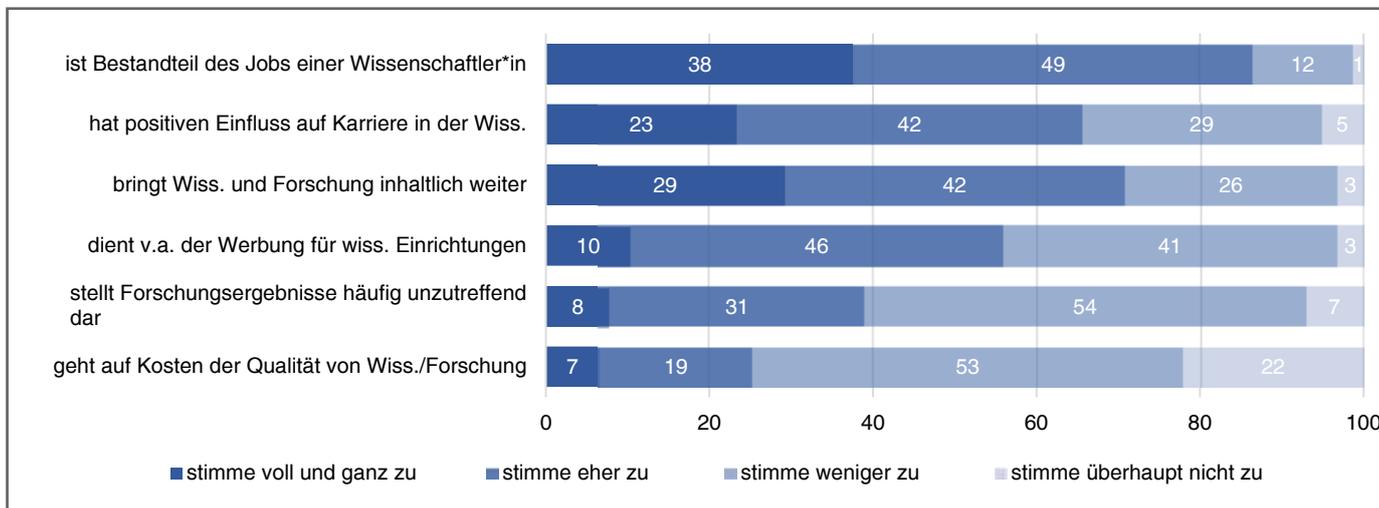


Abb. 4. Einschätzung der Rolle von Wissenschaftskommunikation in Wissenschaft und Forschung. ($n = 154$). Angaben in Prozent.

Sportwissenschaftler*innen Wissenschaftskommunikation als Bestandteil ihres Jobs an (Abb. 4). Des Weiteren waren 71 % der Meinung, dass Wissenschaftskommunikation, Wissenschaft und Forschung inhaltlich weiterbringt und 65 % stimmten zu, dass Wissenschaftskommunikation einen positiven Einfluss auf die Karriere in der Wissenschaft hat. Dagegen glaubten rund 39 %, dass im Rahmen von Wissenschaftskommunikation Forschungsergebnisse häufig unzutreffend dargestellt werden und 26 % waren der Meinung, dass sie auf Kosten der Qualität von Wissenschaft und Forschung geht. Betrachtet man die Zustimmung zu diesen Aussagen in Abhängigkeit des Status der Befragten (Professor*innen, Postdocs, Prädocs) so fallen besonders bei zwei der Aussagen Unterschiede auf: Professor*innen beurteilten die Relevanz von Wissenschaftskommunikation sowohl für die

Im Rahmen der Umfrage wurden die Teilnehmenden gebeten, ihr eigenes Engagement in der Wissenschaftskommunikation zu bewerten und anzugeben, wie sie sich zukünftig in der Wissenschaftskommunikation engagieren wollen. Nur 30 Personen (19,5 %) sahen das eigene Engagement als genau richtig an. Das Gefühl, sich zu wenig in der Wissenschaftskommunikation zu engagieren, gaben 118 Personen (76,6 %) an. In Abhängigkeit vom Status wurde diese Frage durchaus unterschiedlich beantwortet ($\chi = 21,54$, $p = 0,001$). Postdocs ($n = 60$) und Prädocs ($n = 64$) hatten deutlich stärker die Wahrnehmung, sich zu wenig in der Wissenschaftskommunikation zu engagieren (86,7 % bzw. 81,3 %) als Professor*innen ($n = 30$) (46,7 %). Bei der Frage nach dem zukünftigen Engagement zeigte sich, dass insgesamt nur 42 % (Professor*innen: 23,3 %, Postdocs: 45 %, Prädocs: 46,9 %) angaben, sich in Zukunft stärker

scheint – unabhängig vom Status – Zeitmangel zu sein. Über 81 % der Sportwissenschaftler*innen gaben an, nicht ausreichend Zeit für Wissenschaftskommunikation zu haben (vgl. Abb. 5). Es folgten fehlende Anlässe mit 58 % und fehlende Ressourcen innerhalb der Forschungsprojekte mit 66 %. Fehlendes Wissen oder Fähigkeiten gaben immerhin noch 29 % an. Dahingegen hatten die Sportwissenschaftler*innen mit 21 % eher weniger das Gefühl, dass ihr Forschungsgebiet nicht geeignet ist. Negative Reaktionen auf frühere Wissenschaftskommunikation spielten mit 6 bzw. 8 % eine untergeordnete Rolle. Nur in Bezug auf Wissen und Fähigkeiten zeigte sich ein Unterschied in Abhängigkeit des Status ($F(151, 2) = 5,75$; $p = 0,004$; $\eta^2 = 0,07$). Prädocs sahen hierin eine stärkere Barriere, sich in Bezug auf Wissenschaftskommunikation zu engagieren ($M = 1,38$, $SD = 0,83$) als Postdocs ($M = 1,08$, $SD = 0,70$) und Professor*innen ($M = 0,80$, $SD = 0,89$).

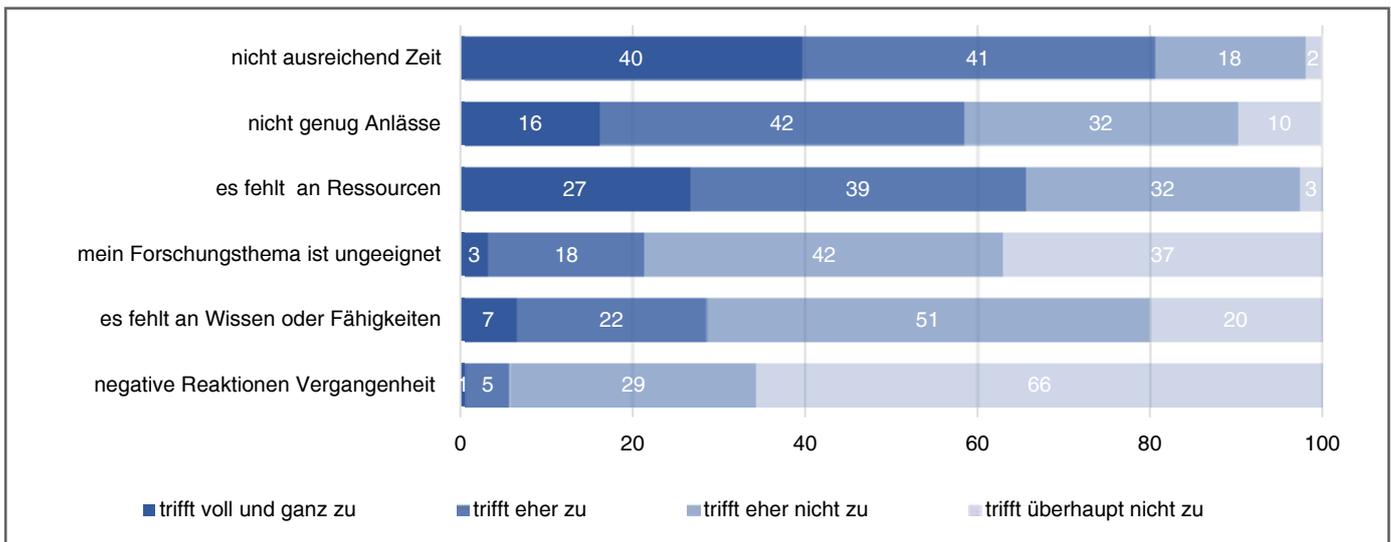


Abb. 5. Einschätzung von Barrieren für ein Engagement in der Wissenschaftskommunikation ($n = 154$). Angaben in Prozent.

Zeitliche Ressourcen und fehlende Anerkennung sind die wesentlichen Hemmnisse, die sich aus den offenen Antworten der Sportwissenschaftler*innen ableiten lassen. Genannt wurde beispielsweise, dass die „Arbeitsbelastung zu hoch sei“. Eine adäquate Wissenschaftskommunikation sei aufgrund der strukturellen Bedingungen (z. B. Kriterien für eine erfolgreiche Karriere, Aufgabenvielfalt) für „normale“ Wissenschaftler*innen schlichtweg nicht leistbar.

Neben der Wahrnehmung und Bewertung von Barrieren wurde auch die Bewertung unterschiedlicher Unterstützungsmöglichkeiten abgefragt, d.h. welche Maßnahmen zur Steigerung des

Engagements in der Wissenschaftskommunikation geeignet wären (vgl. Abb. 6). Die Unterstützung innerhalb der wissenschaftlichen Einrichtung steht hier an erster Stelle, 97 % stimmten zu, dass dies zu einem verstärkten Engagement führen würde. Hierauf folgten die Unterstützung im Krisenfall (z. B. Drohungen, Shitstorm, Beleidigungen) und mehr finanzielle Ressourcen, welche von 85% bzw. 92 % als geeignete Maßnahmen beurteilt wurden. Über 70 % waren auch der Meinung, dass es hilfreich wäre, vermehrt Einladungen zu Aktivitäten in der Wissenschaftskommunikation sowie mehr Möglichkeiten zu Fort- und Weiterbildungen zu erhalten. Etwas weniger aber immer noch über 50 % stimmten zu, dass

sich eine verstärkte Evaluation des Nutzens von Wissenschaftskommunikation (63 %), eine höhere Bedeutung für die individuelle Karriere (63 %) sowie für die Vergabe von Fördergeldern (56 %) positiv auf das Engagement in Aktivitäten der Wissenschaftskommunikation auswirken würde. Bei den Unterstützungsmöglichkeiten zeigten sich signifikante Unterschiede zwischen den Statusgruppen. Mehr Einladungen zu Aktivitäten in der Wissenschaftskommunikation wurden von den Prä- und Postdocs als hilfreicher angesehen (Prädocs: $M = 2,14$, $SD = 0,75$; Postdocs: $M = 1,90$, $SD = 0,63$) als von den Professor*innen ($M = 1,70$, $SD = 0,70$) ($F(151, 2) = 4,45$; $p = 0,013$; $\eta^2 = 0,06$). Auch ein

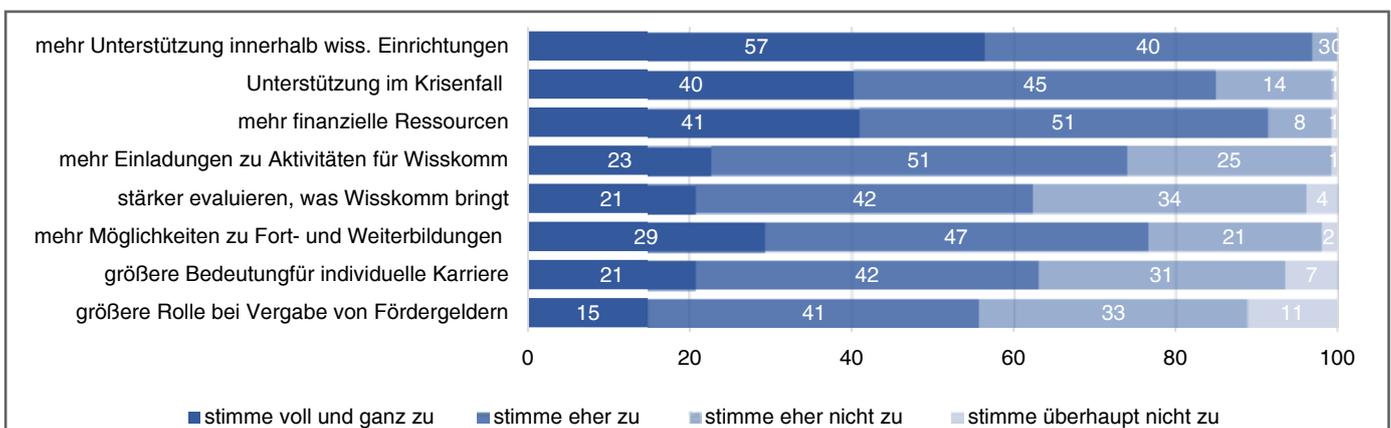


Abb. 6. Bewertung möglicher Maßnahmen zur Steigerung des persönlichen Engagements in Wissenschaftskommunikation ($n = 154$). Angaben in Prozent.

größeres Angebot an Fort- und Weiterbildungen fand eine stärkere Zustimmung von Prädocs und Postdocs ($M = 2,23$, $SD = 0,75$ bzw. $M = 2,02$, $SD = 0,70$) im Vergleich zu den Professor*innen ($M = 1,67$, $SD = 0,80$) ($F(151, 2) = 6,02$; $p = 0,003$, $\eta^2 = 0,07$).

Die Antwortoptionen spiegeln sich in den offenen Antworten der Befragten gut wider. So wurde hier beispielsweise mehrfach betont, dass die Unterstützung durch die Vorgesetzten in Bezug auf die Anerkennung und das Finden von Anlässen sowie notwendige Ressourcen zeitlicher und finanzieller Art wichtig sind. Des Weiteren wurde die Unterstützung durch Kommunikationsexpert*innen genannt. Darüber hinaus wurde angemerkt, dass ein verstärktes Engagement von Seiten der dvs im Bereich Wissenschaftskommunikation gewünscht wäre, z. B. durch Hauptvorträge oder Workshops auf dem Hochschultag.

Diskussion

Die in diesem Beitrag beschriebenen Befunde liefern einen Überblick, wo die Sportwissenschaft in Bezug auf die Wissenschaftskommunikation steht bzw. welche Einstellung und welches Verhältnis Sportwissenschaftler*innen zu Wissenschaftskommunikation haben. Auf den ersten Blick scheint die Sportwissenschaft ganz gut dazustehen, bei genauerem Hinsehen zeigt sich jedoch: In Bezug auf die Wissenschaftskommunikation in der Sportwissenschaft bzw. aus der Sportwissenschaft heraus gibt es noch deutlich „Luft nach oben“. Unsere Umfrage zeichnet mit Sicherheit kein repräsentatives Bild der Sportwissenschaft bzw. der Sportwissenschaftler*innen. Besonders angesprochen von unserer Umfrage fühlten sich vermutlich diejenigen, die mit Wissenschaftskommunikation zumindest schon einmal in Berührung gekommen

sind. Vor diesem Hintergrund muss der Befund, dass weniger als ein Drittel der Befragten Twitter nutzt und die Hälfte davon zudem eher sporadisch, noch einmal in einem anderen Licht betrachtet werden. Grundsätzlich stehen die befragten Sportwissenschaftler*innen Wissenschaftskommunikation positiv gegenüber, dies lässt sich aus den Einschätzungen der Relevanz von Wissenschaftskommunikation erkennen. Sie bewerten Aktivitäten in der Wissenschaftskommunikation als bereichernd und fassen sie als Bestandteil ihrer Arbeit auf. Dieser positiven Ausgangslage stehen allerdings die erlebten Barrieren, und hier an erster Stelle die fehlende Zeit und die fehlenden Ressourcen sowie die ungünstigen strukturellen Rahmenbedingungen, entgegen. Der Wunsch, sich mehr zu engagieren, ist also grundsätzlich da. In der Realität scheint aufgrund der fehlenden Ressourcen und der anderen Barrieren die Bereitschaft, sich in Zukunft tatsächlich stärker zu engagieren, jedoch eingeschränkt zu sein.

Vor diesem Hintergrund, ist beispielsweise der Befund interessant, dass Professor*innen im Vergleich zu Prä- und Postdocs anscheinend Wissenschaftskommunikation als weniger wichtig für die Karriere und für den Erkenntnisfortschritt einschätzen. Dementsprechend kann es sein, dass sie in ihrem Alltag dem Thema Wissenschaftskommunikation entsprechend nicht ausreichend Raum geben, beispielsweise was die Anerkennung eines Engagements von Prä- und Postdocs oder das Bereitstellen zeitlicher und finanzieller Ressourcen angeht. Vor dem Hintergrund der Schilderungen in unserem Beitrag „Die Bühne ist gebaut – Wo sind die sportwissenschaftlichen Akteure?“ zeigt sich hier außerdem ein „gap“, den es aufzulösen gilt: Von Seiten der Expert*innen wird

betont, dass Aktivitäten in der Wissenschaft auch in Bezug auf Karrierewege zunehmend eine wichtigere Rolle einnehmen werden. Dies bezieht sich beispielsweise auf die Relevanz in Berufungsverfahren sowie bei der Vergabe von Fördergeldern. Daher ist es notwendig, dass sich universitäre Gremien und auch Institutionen wie die dvs über den Stellenwert von Wissenschaftskommunikation Gedanken machen. Gerade in Bezug auf den wissenschaftlichen Nachwuchs gehört hierzu auch ein Umdenken von Seiten der Institutsleitungen und Vorgesetzten. Der Wunsch nach einer besseren Unterstützung durch die eigene wissenschaftliche Einrichtung spiegelt sich sowohl in den quantitativen Befragungsergebnissen als auch in den offenen Antworten der Teilnehmenden wider, die mehrfach den hohen zusätzlichen Arbeitsaufwand und die dagegenstehende geringe Wertschätzung und Anerkennung angeben. Vor diesem Hintergrund ist es besonders bemerkenswert, dass 40% der Befragten bereit sind, sich trotz aktueller Barrieren zukünftig mehr zu engagieren.

Die Sportwissenschaft bietet mit ihren Gegenstandsbereichen ein großes Potential für Wissenschaftskommunikation, welches sich in einem breiten Spektrum zwischen Anwendungs- und Grundlageorientierung bewegt. Sie ist aber auch eine vergleichsweise kleine wissenschaftliche Disziplin mit einer nicht allzu großen Zahl an Wissenschaftler*innen. Dennoch, das Potential wird aktuell nicht ausgeschöpft. Die Sportwissenschaft ist vor allem in Bezug auf Leistungssport präsent, dabei haben viele andere sportwissenschaftliche Themen einen engen Bezug zu gesellschaftlichen und politischen Fragen. Gerade für eine immer noch junge Wissenschaftsdisziplin (die sich aktuell auch mit Schließungen von Sportinstituten

an universitären Standorten konfrontiert sieht) kann ein gezieltes Betreiben von Wissenschaftskommunikation wichtige Vorteile bringen. So wird zum Beispiel die Reduktion auf den Spitzensport, wie sie möglicherweise in der öffentlichen Wahrnehmung nach wie vor stattfindet, der breiten gesellschaftlichen Bedeutung der Disziplin nicht gerecht. Nicht zuletzt zur Darstellung und Etablierung der Relevanz der Sportwissenschaft und der sportwissenschaftlichen Forschung, wäre eine Intensivierung der Bemühungen hin zu einer starken und zeitgemäßen Wissenschaftskommunikation, die sich an eine breite Adressatengruppe richtet, wünschenswert.

Überblick hin oder her – wir müssen auch einige Limitationen unserer Umfrage ansprechen. Der Zeitpunkt unserer Umfrage bzw. der Beantwortung der Fragen ist vor dem Hintergrund der Corona Pandemie zu sehen. Die Originalumfrage fand fast ein Jahr früher (17.11. bis 21.12.2020) statt und es muss die Frage gestellt werden, wie vergleichbar gut diese beiden Umfragen miteinander vergleichbar sind. Außerdem ist – wie bereits angedeutet – anzunehmen, dass sich an der Umfrage vor allem diejenigen beteiligt haben, die Interesse an und Erfahrungen in der Wissenschaftskommunikation mitbringen. Repräsentativ ist diese Stichprobe sicher nicht und wir haben uns hier ganz bewusst meist nur auf eine deskriptive Beschreibung beschränkt. Eine umfassendere Analyse der gesamten Umfrage im Vergleich zur Originalstichprobe ist im Rahmen eines weiteren wissenschaftlichen Artikels geplant.

Fazit

Unser Schlusswort bauen wir auf einem Kommentar auf, der aus Sicht des sportwissenschaftlichen Nachwuchses zutreffend und auf den Punkt gebracht die Relevanz und die Problematik von Wissenschaftskommunikation in der Sportwissenschaft darstellt:

„Die Sportwissenschaft würde sehr davon profitieren, den Fokus auf eine starke und zeitgerechte Wissenschaftskommunikation zu legen, um einerseits den zwingend notwendigen Wissenschafts-Praxis-Transfer weiter zu fördern und andererseits die Zielgruppen abzuholen, zu informieren und Interesse zu wecken. Dabei ist vor allem wichtig, dass die Wissenschaftskommunikation insgesamt im Wissenschaftssystem eine höhere Anerkennung bekommt. Es kann nicht sein, dass diese eigentlich wichtige und notwendige Aufgabe für uns als wissenschaftlichen Nachwuchs noch zusätzlich anfällt. Sie muss als fester Bestandteil der Arbeitsaufgaben angesehen werden, der dann wiederum auch „entlohnt“ werden muss. Die Erfahrung zeigt, wer Wissenschaftskommunikation vernünftig und zielführend betreiben möchte, benötigt in erster Linie zeitliche Ressourcen (teilw. auch finanzielle Ressourcen) und Unterstützung, um Erfahrungen zu machen und zu lernen. Diesen Stellenwert hat Wissenschaftskommunikation derzeit noch nicht, insbesondere bei den Akteuren im gegenwärtigen Wissenschaftssystem (Förderinstitutionen, Universitäten, Institutsleitungen).“

An dieser Stellschraube ist zu drehen und auch die dvs als

Dachorganisation sowie die Sektionen und Kommissionen können und sollten einen Beitrag hierzu leisten. Das Ziel sollte sein, eine gemeinsame Vision zu entwickeln und die Rahmenbedingungen zu verbessern, der Wille und die Motivation der Sportwissenschaftler*innen ist da.

Um die Worte des Wissenschaftskommunikationsexperten Markus Weißkopf (Geschäftsführer von Wissenschaft im Dialog) aufzugreifen: Wissenschaftskommunikation ist ein Gemeinschaftsprojekt – wir haben einen gemeinsamen Auftritt und jeder trägt etwas dazu bei!

Literaturverzeichnis

Ziegler, R., Fischer, L., Ambrasat, J., Fabian, G., Niemann, P., & Buz, C. (2021). Wissenschaftskommunikation in Deutschland - Ergebnisse einer Befragung unter Wissenschaftler*innen. Nawik. Abgerufen von https://www.nawik.de/wp-content/uploads/2021/08/2021_WisskommBefragung_Ergebnisbroschuere_WiD_DZHW_NaWik.pdf.

Kontakt

- » Dr.in Christina Niermann, Medical School Hamburg
E-Mail: christina.niermann@medicalschool-hamburg.de
Twitter: @ChrNiermann
- » Dr.in Birte von Haaren-Mack, Deutsche Sporthochschule Köln
E-Mail: b.vonhaaren-mack@dshs-koeln.de

¹ Geteilte Erstautorenschaft: beide Autor*innen haben gleichwertige Beiträge zum Artikel geleistet



Folgt uns auf Twitter: [@SpowisNachwuchs](https://twitter.com/SpowisNachwuchs)



Linksammlung Wissenschaftskommunikation

Tipps und Formate		
1x1 der Wissenschaftskommunikation, NaWik-Pfeil:	https://www.nawik.de/projekte/1x1-der-wissenschaftskommunikation-copy/	
25 Kommunikationstipps:	https://www.nawik.de/tipps/25-tipps/	
Leitfaden Präsentieren:	https://www.nawik.de/blog/leitfaden-praesentieren/	
Formate in der Wissenschaftskommunikation, Datenbank:	https://www.wissenschaftskommunikation.de/formate/	
Survey		
Wissenschaftskommunikation in Deutschland – Befragung:	https://www.nawik.de/blog/wissenschaftskommunikation-in-deutschland-ergebnisse-einer-befragung-unter-wissenschaftlerinnen	
Schule und Wissenschaft		
Skype a Scientist:	https://www.skypeascientist.com	
Forschungsbörse:	https://forschungsboerse.de	
Politik		
Grundsatzpapier des BMBF zur Wissenschaftskommunikation:	https://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/pdf/grundsatzpapier-des-bundesministeriums-fuer-bildung-und-forschung-zur-wissenschaftskommunikation.pdf?__blob=publicationFile&v=2	
Initiative, die aus dem Grundsatzpapier Wissenschaftskommunikation des Bundesministeriums für Bildung und Forschung hervorgegangen ist: #FactoryWissKomm:	https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/pressemitteilungen/de/karliczek-mit-den-handlungsemp-wissenschaft-und-gesellschaft.html	
#FactoryWissKomm: Handlungsperspektiven für die Wissenschaftskommunikation;	https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/factory_wisskomm_publication.pdf;jsessionid=9270848A852299C20F26A2BBD9A77CC0.live381?	
	https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/factory_wisskomm_publication.pdf?__blob=publicationFile&v=2	
Entscheid des Bundestages zur Stärkung der Wissenschaftskommunikation:	https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2020/kw38-de-ab-schliessende-beratung-791758	

Warum denn Wissenschaftskommunikation?

von Jürgen Graf

Das jüngste Forschungsprojekt drängt, die Lehre lässt kaum Spielraum, der nächste Förderantrag muss dringend geschrieben werden – und als wäre das nicht genug, steht da an allen Ecken auch noch die Forderung nach mehr Wissenschaftskommunikation. Forschende sollen der Presse Interviews geben, Blogs schreiben, an Podcasts teilnehmen, Projekte mit der Öffentlichkeit anschieben. Lohnt sich das überhaupt?

Sieben Gründe, warum es für Wissenschaftler*innen sehr wertvoll sein kann, ein wenig Zeit in die öffentliche Kommunikation ihrer Forschung zu investieren – besonders auch in den frühen Phasen der wissenschaftlichen Karriere:

Erstens: Sich einen Namen machen

Der Schritt in die Öffentlichkeit ist eine gute Gelegenheit, sich als Wissenschaftler*in einen Namen zu machen. Auftritte in Presse und Öffentlichkeit sind ein probates Mittel, um sich ein Profil aufzubauen und um die Wahrnehmung der eigenen Forschung zu steigern. Das hat auch einen Mehrwert für den wissenschaftlichen Ruf: Mit erfolgreicher Wissenschaftskommunikation wird der Name der jeweiligen Forscher*innen auch in der wissenschaftlichen Fach-Community mehr Bekanntheit erlangen – solange bei den öffentlichen Auftritten die wissenschaftlichen Standards des Faches beherzigt werden. Es ist keine Seltenheit, dass auf öffentliche Auftritte auch Einladungen zu wissenschaftlichen Konferenzen und Keynotes folgen. Nicht zuletzt werden auch die jeweiligen Universitäten durch die Auftritte ihrer Wissenschaftler*innen sichtbar – und die Universitäten werden sie nach Kräften dabei un-

terstützen, ihre Forschung nach außen zu tragen.

Zweitens: Aktuelle Debatten mitgestalten

Durch ihr öffentliches Engagement haben Wissenschaftler*innen die Möglichkeit, aktuelle politische und gesellschaftliche Debatten mitzugestalten, sich in die Lösung von gesellschaftlichen Problemen einzubringen, kurzum: etwas zu bewegen. Die gute Nachricht: Es herrschen gewissermaßen goldene Zeiten für die Wissenschaftskommunikation. Die Öffentlichkeit ist sehr interessiert an Wissenschaft. Forschende werden aktiv aufgefordert, Stellung zu aktuellen gesellschaftlichen Fragen zu beziehen, Antworten zu geben, Zusammenhänge zu erklären. Nur Mut: Wer seine Forschungsergebnisse mit einem guten Schuss Selbstbewusstsein öffentlich positioniert, wird auch gehört werden.

Drittens: Vertrauen in die Wissenschaft stärken

In Teilen der Gesellschaft hat sich seit Jahren eine gewisse Wissenschaftsskepsis breitgemacht. Die Aufgabe der Stunde ist es daher, das Vertrauen in die Wissenschaft zu stärken und dort, wo es verloren ist, wiederzugewinnen. Die wichtigsten Botschafter*innen für die Wissenschaft sind die Wissenschaftler*innen selbst. Das Beste, was es für den Vertrauensgewinn in die Wissenschaft gibt, sind Wissenschaftler*innen, die ihre Forschung öffentlich aufzeigen, ihre Methoden erklären und Antworten geben.

Viertens: Der Öffentlichkeit „etwas zurückgeben“

Viele Wissenschaftler*innen möchten „der Öffentlichkeit etwas zu-

rückgeben“. Forschung ist schließlich zu einem guten Teil öffentlich finanziert. Da ist es nicht verkehrt, der Politik und Öffentlichkeit zu zeigen, was in der Forschung aus den Steuergeldern geschaffen wurde – und warum es sich lohnt, die Wissenschaft zu fördern.

Fünftens: Impulse für die eigene Forschung

Wissenschaftskommunikation ist keine Einbahnstraße: Der wechselseitige Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft lohnt sich, für beide Seiten. Durch den Austausch mit der Öffentlichkeit entstehen neue Impulse für die eigene Forschung. Viele neue Forschungsideen hatten ihre Geburtsstunde, als Wissenschaftler*innen mit Personen aus Politik, Wirtschaft und der Öffentlichkeit diskutierten.

Sechstens: Mit neuen Formaten experimentieren

Die Kommunikation von Forschung muss nicht zwangsläufig über die klassische Pressemitteilung erfolgen. Genauso gut und häufig sogar effektiver sind neue Formate abseits des Schemas X. Das können Projekte mit öffentlichen Partnern sein, zum Beispiel Citizen Science-Formate (Forschungsprojekte unter Einbezug von Bürger*innen), Schülerlabore und Schulprojekte, Ausstellungen, Apps, öffentliche Diskussionen und vieles mehr. Es lohnt sich, ungewohnte Wege zu gehen und einzigartige Öffentlichkeitsprojekte ins Leben zu rufen, die auf die eigene Forschung maßgeschneidert sind.

Siebtens: Sie sind nicht allein

Zuletzt die vielleicht wichtigste Nachricht: Niemand ist in der Wissenschaftskommunikation

auf sich allein gestellt, es gibt viele helfende Hände. Keine Frage, viele Forschende errichten sich aus eigener Kraft ihren öffentlichen Auftritt, betreuen eigene Kanäle und stecken viel persönliche Energie in ihre Wissenschaftskommunikation. Das ist eine gute Sache, doch ein so großer persönlicher Aufwand ist nicht zwingend erforderlich. Man muss kein Profi in Sachen Pres-

se und Marketing sein, um gute Wissenschaftskommunikation zu betreiben. Denn dafür haben die Universitäten häufig bereits die Profis angeheuert – in ihren Presse-, Kommunikations- und Öffentlichkeitsabteilungen. Es lohnt sich, diese Services der eigenen Universität zu nutzen. Die Wissenschaftler*innen profitieren dabei nicht nur von der Erfahrung und praktischen Unterstützung

der Öffentlichkeitsabteilungen, sondern auch von deren Pressekontakten, deren aufgebauten Presseverteilern und etablierten (Social Media-)Kanälen.

Kontakt

» Dr. Jürgen Graf, Universität Konstanz, Stabsstelle Kommunikation und Marketing
E-Mail: juergen.graf@uni-konstanz.de

One and a half sportsmen – Erfahrungsbericht eines sportpädagogischen Podcast-Erfolgs

von Christian Theis & Tim Bindel

Der Podcast – Ein Überblick

Seit knapp zwei Jahren produzieren Christian Theis und Tim Bindel in zwei- bis vierwöchentlichen Abständen rund einstündige Podcast-Episoden. Dabei besprechen, skizzieren, diskutieren und erklären sie einschlägige sportwissenschaftliche und sportbezogene Themen aus der Sicht zweier Sportpädagogen. Der Podcasttitel *One and a half sportsmen* (engl. für: eineinhalb Sportsmänner) ist an die Zusammensetzung des Duos Theis/Bindel angelehnt, wobei die Zuordnung vage bleibt und Raum für verschiedene Assoziationen lässt, wer den ganzen und wer den halben Sportsmann darstellt. Immer wieder bereichern eingeladene Expert*innen die Vielfalt der Thematiken und den wissenschaftlichen sowie auch interdisziplinären Diskurs. Jede Episode trägt einen konkreten inhaltsbezogenen Titel und fordert sportpädagogische sowie angrenzende sportwissenschaftliche Diskussionen heraus (z. B. #3 Sportunterricht – Wer braucht Sportlehrer*innen?, #26 Let's get physical – Körper und Sport – mit Sebastian Ruin oder #29 ActiveOncoKids – Sport in der Kinderonkologie – mit Miriam Götte). Der Podcast wird kostenlos auf allen gängigen Podcatchern zur Verfügung gestellt (z. B. Spotify, Apple Podcasts, Deezer etc.) und wird mittlerweile regelmäßig von einer fünfstelligen Zuhörer*innenzahl verfolgt.

Theis und Bindel stellen mit ihrem Projekt einen Teil der sportwissenschaftlichen Wissenschaftskommunikation dar, die sowohl wissenschaftsinterne als auch breitere gesellschaftliche Kommunikationsansprüche stellt. Dahingehend ist die Aufbereitung der Inhalte von Episode zu Episode, sowohl hinsicht-

lich angebrachter Komplexität als auch notwendiger Niedrigschwelligkeit, mit Blick auf Form, Effektivität und Effizienz der Kommunikation immer wieder eine neue Herausforderung (Dernbach, Kleinert & Münder, 2012). Die Bewerbung, Skalierung und Kommunikation des Podcasts schließt explizit Social Media mit ein, um auch Jugendliche und junge Erwachsene vermehrt zu erreichen (Müller, 2019). Das Format Podcast ist zwar per se ein von jungen Menschen zunehmend frequentiertes Medium, um aber auch diese Altersgruppen in Austausch- und Feedbackprozesse mit einzuschließen, dient der Instagram-Kanal @oneandahalfsportsmen als sozial-mediale Plattform.

Idee, Produktion und Feedback

Die erste Idee, einen Podcast anzubieten, entwickelte Christian Theis

während der Home-Office-Zeiten zu Beginn der Corona-Pandemie in Deutschland im April 2020. Bei der Suche nach digitalen Inhalten der eigenen sportpädagogischen Disziplin fiel beim Durchstöbern von Podcast-Bibliotheken auf, dass ein Vakuum hinsichtlich pädagogischer und sozialwissenschaftlicher Hinwendung zum Sport existierte und im Vergleich dazu trainingswissenschaftliche und sportartbezogene Podcast-Angebote in durchaus großer Anzahl zu finden waren. Zeitnah wurde Christians Doktorvater und Abteilungsleiter der Mainzer Sportpädagogik Tim Bindel über diesen Sachverhalt informiert und für die Idee eines eigenen Podcasts gewonnen. Die folgenden Tage und Wochen waren geprägt von Brainstormings und konzeptionellen Entwürfen. Zur Debatte standen der Podcastname, Designvorschläge, inhaltliche Strukturen, potenzielle



Abb. 1. Cover des Podcasts One and a half sportsmen.

Adressat*innen, Promotion, Social Media und die audiotecnische Produktion. Hier profitierte der Podcast sicherlich von Christians früherem Engagement in Veranstaltungs-, Ton- und Recording-Technik sowie von seinen Fähigkeiten in Foto- und Videodesign. Dementsprechend konnten alle audiotecnischen Produktionsschritte und grafischen Designarbeiten innerhalb des Podcastteams bewältigt werden, was einerseits unkomplizierte und kurzfristige Ideenumsetzungen ermöglichte und andererseits den verfügbaren Etat erheblich entlastete. Im Zuge von Anschaffungen zur Verbesserung der digitalen Infrastruktur während der Corona-Pandemie konnte mit schmalen Budget aber fortgeschrittener Expertise ein Recording-Setup erworben werden, welches Grundlage für die von Anfang an qualitativ hochwertige Audioqualität des Podcasts darstellte (Edstrom, 2011). Ab Episode 28 erfuhr die Produktion eine weitere Professionalisierung, da ab diesem Zeitpunkt in einem eigenen, renovierten und akustisch optimierten Studio aufgenommen werden konnte, was hochqualitative Aufnahmen im Radiostandard ermöglichte (Abb. 2). Von Beginn an wurde erheblicher Wert auf inhaltliche Relevanz und Fokussierung, audiotecnische Produktion sowie professionelle Präsentation von Designs und Grafiken gelegt. Zudem wurde prozessbegleitend immer wieder proaktiv Feedback von der Hörer*innenschaft eingefordert, was sich in den folgenden Umsetzungsempfehlungen für Wissenschaftspodcasts fixieren ließ. Insbesondere bei Audiopodcasts, die auf keine Video- und Bildunterstützung zurückgreifen können, legen Nutzer*innen besonderen Wert auf bestimmte Qualitäten des Podcasts, da ansonsten mit wesentlich höherer Wahrscheinlichkeit um- bzw. abgeschaltet wird. Diese Rückmeldungen können Hilfe für alle (zukünftigen) Produzent*innen von (Wissenschafts-)Podcasts sein:

1. Podcasts werden selten am heimischen Schreibtisch oder im Ohrensessel bei einer Tasse Tee gehört. Vielmehr dienen sie häufig als Musikersatz z. B. beim Autofahren, Sporttreiben oder Wohnungsputz. Das sind Tätigkeiten, die nicht zwangsläufig von Ruhe und entspannter Atmosphäre geprägt sind. Umso wichtiger erscheint in diesem Zusammenhang, dass der Podcast so störungsfrei und so deutlich wie möglich aufgenommen und letztendlich übertragen wird. Nur in klarem und deutlichem Klang kann sich das gesprochene Wort aus Lautsprechern oder Kopfhörern gegen Umweltgeräusche durchsetzen. Andernfalls empfindet der*die Hörer*in das Zuhören als zu anstrengend und spätestens, wenn die Verwirrung zu groß wird, folgt das Ab- bzw. Umschalten (Preger, 2019).

2. Auch Wissenschaftspodcasts gibt es in unterschiedlichen personellen Arrangements. Die Aufzeichnung einer einzigen Person ähnelt dem klassischen Vortrag oder der Vorlesung, zwei Personen stellen den Dialog oder ein Interview dar und ab drei Personen wird der Podcast zum (Klein-)Gruppengespräch. Die Hörer*innen empfinden die Aufnahme von zwei bis drei Personen als ideal. Bei nur einer Person bzw. einer Stimme stellt sich leichter eine vermeintliche Monotonie ein und ab vier Personen wird es offenbar schwierig nachzuvollziehen, zu wem die aktuelle Stimme denn gehört, was dem Folgen des Gesprächsverlaufs im Wege stehe. Aus diesen Gründen wurde für One and a half sportsmen entschieden, immer zu zweit und maximal mit einem zusätzlichen Gast – dann also zu dritt – aufzunehmen.

3. Struktur – informelle Gespräche – Hörer*innenbindung: Wahrscheinlich gibt es für die drei genannten Schlagworte keine Mustervorgehensweise, die ein Wissenschaftspodcast befolgen soll-

te. Es mag allerdings relevant sein, dass Podcastproduzent*innen sich zumindest bzgl. ihres eigenen Projekts damit beschäftigen. Eine rund 60 Minuten lange One and a half sportsmen-Episode ist in unterschiedliche Blöcke strukturiert, die jeweils mit blockspezifischen Musikjingles gerahmt werden. Das schafft Struktur in Form von sinngebenden Kontexten (Pietraß, 2020) und ermöglicht auch kurz abgelenkten Hörer*innen eine erneute Orientierung im Podcastverlauf. Der wissenschaftliche Block ist der mittlere rund 35 Minuten lange Teil, in dem das eigentliche Episodenthema diskutiert wird. Davor und danach befinden sich sportwissenschaftliche und sportbezogene Themenblöcke, die in unstrukturierten Gesprächen die Protagonist*innen nahbar und authentisch werden lassen (z. B. „The news: Neuigkeiten aus dem (Berufs-)Leben eines Sportpädagogen“ oder „So fies kann Sport sein: Persönliche Negativerlebnisse mit Sportbezug“). Diese disziplinunabhängigen Sportthemen, verpackt in informelle Gespräche, sorgen für Hörer*innenbindung und eine spürbar verstärkte Auseinandersetzung mit den thematisch kommunizierten Inhalten.

Letztendlich muss jedes Podcastprojekt für sich selbst entscheiden, welche individuellen Merkmale für Wiedererkennungswert sorgen. Vielleicht ist es dahingehend auch eine gute Empfehlung, die Orientierung an anderen Podcasts so gering wie möglich zu halten und das eigene Ding zu machen. Aus der Retrospektive betrachtet, ist für One and a half sportsmen diese Strategie aufgegangen.

Erfahrungsbericht des Nachwuchswissenschaftlers

Mein Name ist Christian Theis und ich bin wissenschaftlicher Mitarbei-

ter in der Abteilung Sportpädagogik/ Sportdidaktik an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz. Mein Promotionsprojekt thematisiert Wissenskulturen von Jugendlichen im Kontext Fitness. Also ein Diskurs, in dem die Handhabung und die Kommunikation von Wissensinhalten für junge Menschen sehr relevant erscheint. Ob das nun unbewusster Ausgangspunkt war, sich um ein eigenes Projekt in der Wissenschaftskommunikation zu bemühen? – Ich glaube nicht. Vielmehr machte mich die bereits zu Beginn beschriebene fehlende Verfügbarkeit von sportpädagogischen Podcasts nachdenklich. Und zwar ausdrücklich nicht deshalb, weil ich den unzähligen trainingswissenschaftlichen Podcasts, die den zielorientierten Sportliebhaber*innen Handlungsempfehlungen präsentieren, die Legitimation absprechen möchte. Ich fragte mich stattdessen insbesondere, warum nicht auch sportpädagogische Themenfelder im Podcastformat abgebildet würden. „Das interessiert nun mal niemanden außerhalb der Sportpädagogik-Community“, so könnte man zweifeln. Diese These konnten Erfahrungen aus meinem eigenen Freundes- und Bekanntenkreis nicht unterstützen. Zwar bestehen meine Privatkontakte auch aus vielen sportbegeisterten Personen, allerdings sind Sportwissenschaftler*innen eher weniger repräsentiert. Ich erinnerte mich an eine Vielzahl von lebendigen Diskussionen im privaten nichtwissenschaftlichen Umfeld, deren Diskurse sich wissenschaftlich und explizit auch sportpädagogisch einordnen hätten lassen. Wissenschaftlich gesprochen ging es z. B. um Bewegung im Kindes- und Jugendalter, Bildung und Persönlichkeitsentwicklung durch Sport oder die Legitimation und die Aufgabe des Sportunterrichts. Das sind Bezugspunkte, zu denen fast jede*r eine Meinung, basierend auf individuellen Erfahrungen, präsentieren kann, weil z. B. Sportunterricht Teil eines jeden Lebens war. Genau dann wird

(Wissenschafts-)Kommunikation nämlich interessant, wenn jede*r mitreden kann. Meine konkreten Inputs aus der Sportpädagogik – heruntergebrochen in einfachere Worte – sorgten mitten in meinem nicht-sportwissenschaftlichen Freundeskreis für einen bunten Austausch über sportwissenschaftliche Thematiken. Das bestätigte mich, die Podcastidee weiterzuverfolgen, denn Wissenschaftskommunikation bedeutet für mich, dass auch Menschen außerhalb von akademischen Arbeitsfeldern, einfachen Zugang zu wertvollen Forschungs- und Diskursbereichen der Wissenschaft erhalten und die Inhalte empfänger*innenadäquat aufbereitet werden. Das soll jedoch keinesfalls Wissenschaftler*innen als potenzielle Konsument*innen des Produkts ausschließen, vielmehr soll eine gemeinsame Diskussionsgrundlage geschaffen werden, die sich durch ein niedrigschwelliges Vokabular und eine systematische inhaltliche Aufbereitung auszeichnet. Mein persönliches Ziel einer gelungenen Wissenschaftskommunikation ist, dass Wissenschaft mit Gesellschaft – und auch Gesellschaft mit Wissenschaft – in den Diskurs treten kann (Hagen et al., 2018). Dahingehend ist die Frage legitim, ob die Gesellschaft als mögliche Kommunikationspartnerin für ein Podcastformat nicht etwas zu vage und unscharf formuliert ist. Würde eine konkretere Zielgruppenfokussierung nicht sowohl die inhaltliche Aufbereitung als auch die strukturelle Vermarktung erleichtern? Klare Antwort: Ja, bestimmt! Aber mit verstärkter Adressat*innenbeschränkung werden erneut bestimmte Personengruppen exkludiert und das steht dem Ziel eines gesamtgesellschaftlichen Wissenschaftspodcasts vehement entgegen. Denn auch wenn sich das Sporttreiben vor allem junger Menschen immer mehr ausdifferenziert, Kulturen, Szenen und Lifestyles zu erkennen sind (Bindel & Theis, 2020), bleibt eines jedoch



Foto: privat/frei

Mainstream: der Sport als Teil der Gesellschaft. Diese Tatsache war und ist Anknüpfungspunkt für unser Podcastprojekt, welches die Breite des Sports auf die Breite der Gesellschaft projizieren möchte – und zwar aus der Sicht zweier Sportpädagogen bzw. eineinhalb Sportsmännern.

Ich werde oft gefragt: „Was muss man mitbringen, um als Nachwuchswissenschaftler*in in der Wissenschaftskommunikation aktiv zu werden?“ Das hängt sicherlich zu einem großen Teil mit dem beabsichtigten Endprodukt zusammen, jedoch ist neben Motivation und Geduld eine Sache besonders von Nöten: Zeit! Ohne kleinschrittig ins Detail zu gehen, benötige ich als Produzent einer einzigen 60-minütigen One and a half sportsmen-Episode für diese nacheinander folgenden Arbeitsschritte mindestens 40 Zeitstunden: Idee und wissenschaftlicher Diskurs, Episoden-Drehbuch, Abstimmung mit Tim, Titel und inhaltliche Vorproduktion, individuelle Vorbereitung und Recherche, Aufnahme, Postproduktion und Mastering, grafische Designumsetzung, Promotion auf Social Media und im Web, Feedback beantworten und einarbeiten. Bei Episoden mit Gästen kommen für generelle Absprachen, Fotoaufnahmen und Vorgespräche nochmal mindestens 10 Zeitstunden an

Workload hinzu. Das ist für eine*n Nachwuchswissenschaftler*in ein enormer Zeitaufwand und schreckt wahrscheinlich davon ab, ein eigenes wissenschaftskommunikatives Projekt zu starten, da diese Zeit zumindest nicht in etwaige Lehrverpflichtung, Selbstverwaltung oder das Vorhaben der Dissertation gesteckt werden kann. Hier folgt mein persönlicher Beweggrund, warum ich es trotzdem immer wieder machen würde: Das individuelle Feedback, was unser Podcastteam z. B. über Instagram oder via E-Mail erreicht, ist unglaublich motivierend. Dadurch stellen wir u. a. fest, dass uns eine Vielzahl von Hörer*innen zuhört, die explizit nicht in der Sportwissenschaft zu Hause sind. Dabei geht es mir gar nicht ausschließlich um das Erhalten von Lob oder Anerkennung – auch wenn das natürlich immer sehr schön ist – sondern einfach um die Tatsache, dass fleißig an den von uns präsentierten Episodenthematiken mitdiskutiert wird. Dem gelegentlichen Eindruck einer kommunikativen Einbahnstraße aus Wissenschaft in Richtung Gesellschaft wird so entgegengewirkt. Innerhalb dieses Austauschs ist es selbstverständlich für beide Seiten total in Ordnung, auch mal anderer Meinung zu sein. Regelmäßig arbeiten wir das erhaltene Feedback in themenunabhängigen Q&A-Episoden (question & answer; engl.: Frage & Antwort) auf und stellen verschiedene Positionen zur Diskussion. Dieser direkte Austausch und die spürbare Relevanz der Hörer*innenmeinung macht für mich diese Art der Wissenschaftskommunikation besonders wertvoll.

Inwieweit das Ganze förderlich für die eigene Karriere ist, kann ich zum aktuellen Zeitpunkt schwer beurteilen. An zwei Dingen wächst ein*e Nachwuchswissenschaftler*in während eines solchen Podcasts allerdings zweifellos. Erstens: One and a half-sportsmen lebt u. a. von

Situationskomik, von nahbaren Protagonist*innen, die sich einerseits nicht ausschließlich über Wissenschaft unterhalten und andererseits auch mal authentisch Mensch sind. Und Menschen sind auch manchmal unwissend, stottern, verklausulieren Sätze und bringen Sachen durcheinander – bei uns bleibt alles drin. Wir schneiden nicht. Mehr Authentizität geht kaum. Das spiegeln unsere Hörer*innen uns als durchweg positiv zurück – und ja, sie verbessern uns auch teilweise. Gut so! Was lernt ein*e Nachwuchswissenschaftler*in nun daraus? Fehlermanagement! Es ist nicht schlimm und vielleicht sogar gut, als Wissenschaftler*in außerhalb der Kernkompetenz auch einmal unwissend zu sein. Man lernt geschickte Nachfragen zu stellen und übt sich in Moderation, besonders in Episoden mit externen Expert*innen. Das leitet zum zweiten Punkt über, an dem ich als Nachwuchswissenschaftler als Teil einer Wissenschaftskommunikation gewachsen bin: Networking. Dadurch, dass wir immer wieder auf die Expertise von eingeladenen Gästen zurückgreifen konnten, lernte ich in kurzer Zeit viele tolle Persönlichkeiten der sportwissenschaftlichen Community kennen. Auch universitär kommt man mit Institutionen in den Austausch, die die Wege des wissenschaftlichen Nachwuchses nicht zwangsläufig kreuzen: Referat für Öffentlichkeitsarbeit, Rechtsabteilung, Dekanat, Datenverarbeitung u. a. Den diesbezüglichen inter- und intradisziplinären Austausch nahm ich als sehr bereichernd wahr.

Aktuell ist es schön, dass es unserem Podcast an Ideen und Weiterentwicklungsmöglichkeiten nicht mangelt. Deshalb bin ich guter Dinge, das wissenschaftskommunikative Projekt weiter voranzutreiben. An dieser Stelle möchte ich ganz traditionell noch zwei Danksagungen loswerden: Liebe Hörer*innen, ihr seid wirklich klasse. Auch wenn die Rückantworten auf eure Schreiben

natürlich viel Zeit in Anspruch nehmen, wir antworten auf jedes einzelne Feedback – und das sehr gerne. Macht weiter so! Letztendlich darf aber einer nicht ungenannt bleiben: Tim Bindel! Lieber Tim, ohne deine Unterstützung und den anfänglichen Glauben an die Idee, wäre das Projekt in dieser Form keinesfalls realisierbar gewesen. Tausend Dank! Ich freue mich auf all das, was da noch kommt!

Erfahrungsbericht des Professors

Mein Name ist Prof. Dr. Tim Bindel und ich bin Leiter der Abteilung Sportpädagogik/Sportdidaktik an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz. Ohne Christian Theis wäre ich sicher nicht auf das Erstellen eines Podcasts gekommen und das markiert schonmal eine ganz wesentliche Voraussetzung für Wissenschaftskommunikation: Hört auf die jüngeren Menschen, denn sie haben recht! Wissenschaftskommunikation ist nämlich dann erfolgreich, wenn sie relevante Kanäle und Medien bedient. Man verliert sich schnell in den Standards der eigenen wissenschaftlichen Ausbildungszeit. Bei mir war die Verbreitung der eigenen Expertise vor allem über einschlägige Journale und Buchprojekte organisiert. Das ist auch immer noch wesentlich für mich. Probleme sind hierbei Reichweite, Zielgruppe und Geschwindigkeit der Bereitstellung. Während meine Habilitationsschrift eher selten und wahrscheinlich nur von spezialisierten Wissenschaftler*innen gelesen wurde (höchstens auszugsweise), schalten bei dem Podcast viel mehr und völlig neue Interessent*innen zu. Außerdem habe ich eine Kolumne auf einem Internetportal für Sportlehrkräfte – auch das läuft sehr gut an. Es ist nur möglich, viele Menschen zu bedienen, wenn man die eigene Expertise so übersetzt, dass sie verständlich wird. Das ist m. E. das wesentliche Merkmal der Wissenschaftskommunikation: Erklär' es möglichst einfach! Oder: Mach' aus der Sterne Küche ein

Restaurant für alle. Natürlich gibt man damit fachlichen Tiefgang her, aber nichts ist abschreckender und quälender als akademisierte Sprachhülsen – „Oh, da gehe ich d'accord...“. Furchtbar, was da auf manchen Fachtagungen schwadroniert wird. Ich finde daher auch das Konzept der Kinder-Uni sehr heilsam und ich arbeite mit Studierenden stets mit dem Anspruch, ein wissenschaftliches Vorhaben, auch Laien in wenigen Sätzen schmackhaft zu machen. Wenn man das tut, merkt man nämlich erst, was einem selbst vielleicht nicht klar erscheint oder was außerhalb des Elfenbeinturms keinen mehr interessiert. Auch der Podcast zwingt zur Vereinfachung und macht deutlich, was vage und unklar ist. Diese Unklarheiten können dann im Dialog als genau solche stehen bleiben. Und das wäre die nächste Message: In der Wissenschaftskommunikation darf man Fragen stellen und muss nicht immer die Antworten kennen! Im Podcast kann man das sehr gut hören: Wir wissen nicht alles, sonst könnten wir wohl kaum immer wieder neue Episoden aufnehmen. Manchmal sind wir sogar richtig dumm, würde ich sagen. Deshalb fragen wir andere oder wir diskutieren mit unserem sportpädagogischen Handwerkszeug über das Problem. Manchmal sind wir uns nicht einig, manchmal ist das auch Mist, was da entsteht. Das kürzen wir auch gar nicht raus. Genau das ist Wissenschaftskommunikation, weil es die Hörer*innen einbezieht und diese dann auch mal sagen können: „Also, das sehe ich eigentlich anders.“ Es erleichtert auch den Zugang zur Wissenschaft und baut Barrieren ab. Man muss wirklich nicht jeden Morgen Deutschlandfunk hören, im Urlaub Proust lesen, in die Oper gehen und zu allem etwas Erhellendes zu sagen haben, um zum Kreise von Geisteswissenschaftler*innen zu gehören. Am Anfang reicht es, sich zu interessieren, den Geist in Gang zu bekommen und Fragen zu stellen. Vielleicht bekommen einige ja Lust auf eine wissenschaftliche Karriere im Sport, die das vorher ausgeschlos-

sen hätten, weil sie sehen, dass ein Professor und ein Doktorand ja gar nicht so kompliziert daherreden oder die Weisheit mit Löffeln gefressen haben. Einzige Grundvoraussetzung um bei mir anzuklingeln und sich nach einer Forschungsbeteiligung zu erkundigen ist die Freude am Fragen und am Suchen nach Antworten. Ein weiterer Punkt ist mir besonders wichtig: Wissenschaft wird von lebendigen Menschen gemacht! Vielleicht hat da nicht jeder Lust drauf, aber ich würde sagen, dass es hilfreich ist, wenn man den Menschen hinter der These versteht, deshalb trenne ich nicht zwischen meinen Erfahrungen und den wissenschaftlichen Produkten. Wer im Podcast mitverfolgen kann, was Theis und Bindel da eigentlich so in ihrem Leben antreibt, welche Erlebnisse sie im Sport und darüber hinaus gemacht haben, was ihre Träume sind und wie sie auf das Leben anderer Menschen blicken, der kann gerade die pädagogischen Themen und Thesen besser einordnen. Das ist auch etwas, das mir beim wissenschaftlichen Nachwuchs und auch bei angehenden Sportlehrkräften auffällt: Erst wenn das eigene Leben soweit ausgesprochen wird, dass es mit Distanz, Kritik und Humor betrachtet werden kann, kann die Beschäftigung mit einem anderen Leben beginnen. Wie soll man Kinder und Jugendliche beforschen oder beschulen, wenn man nicht erkennt, welche Haltung man zum Neuen und zum Jungen hat und wo diese herkommt? Ein letzter wesentlicher Punkt der Wissenschaftskommunikation ist die Unterhaltung. Wissenschaftliche Fakten können natürlich an sich schon spannend sein, aber das trifft nicht für alles und jeden zu, also kann es nicht schaden, das Potenzial noch weiter auszuschöpfen. In der Sachbuchliteratur ist das ja spätestens seit Darm mit Charme (Enders, 2017) klar. Man kann Menschen für Wissenschaft begeistern, die nicht zwingend Fachbücher in die Hand nehmen. Wissenschaft kann unterhaltsam sein! Wir setzen eher auf Situationskomik und auf das Zusammenspiel zweier

vielleicht doch etwas unterschiedlicher Charaktere mit je eigenen Erfahrungshorizonten aus eineinhalb Sports männerleben. Wir schreiben keine Witze, aber wir gestehen uns Schwächen ein und wir versuchen zu erkennen, wie verrückt und fragil die Welt des Sports ist, wenn man sie hinterfragt. Und das ist eigentlich die allerwichtigste Message für die Studierenden, die Referendar*innen, die Doktorand*innen, die Lehrkräfte: Hinterfragt mal, was ihr da macht, zerlegt mal alles und setzt es neu zusammen. Schaut mal, was es mit euch ganz persönlich zu tun hat und beschäftigt euch mit den Geschichten, die der Sport erzählt und die in ihrer Summe die Wirklichkeit darstellen – ein buntes Treiben. Dann beginnt mal neue Geschichten zu schreiben, z. B. die vom gerechten oder vom zukünftigen Sport. Genau das wollen wir möglichst vielen Menschen zeigen.

Ich selbst lese ja eher, lasse mich aber sehr gerne von Instagram in den Bann ziehen und fühle mich auch hier herausgefordert, ad hoc etwas zu kommentieren und zur Diskussion zu stellen. Über Instagram habe ich einen direkten Draht zu Interessierten und man kann das Medium gut nutzen, um Diskurs anzuregen, etwa über die Sinnhaftigkeit von Bier-Pong, die Monotonie des Fitnesssports oder die Erziehung von Kindern. Man gibt da auch etwas von sich preis und wenn man das geschickt macht, dann sorgt das auch dafür, dass Wissenschaft nahbar wird. Viele sind überrascht, wie normal so ein Professor sein kann, oder wie unterhaltsam ein Forschungsgegenstand ist. Ich versuche ja immer das Gestalterische und Spielerische im Sport zu zeigen. Das ist meine Message: Alles kann zum Sport werden und du kannst selbst bestimmen, was und wie dein Sport sein soll. Internet und Social Media haben einen sehr großen Vorteil, den ich eingangs bereits angedeutet hatte – Geschwindigkeit der Bereitstellung. Als zum Beispiel klar wurde, dass die gewaltvolle

Serie Squid Game zum pädagogischen Problem wird, konnte ich binnen weniger Tage eine Kolumne schreiben, die nach kurzen Absprachen auf einer Internetplattform für Sportlehrkräfte zu lesen war. Via Instagram wurde dann dafür geworben und innerhalb von nur 7 Tagen konnten 15.000 Menschen auf den Beitrag zugreifen. Den Podcast gab es dann auch noch in direktem Anschluss – weitere tausende Menschen. In den Standardstrukturen meiner Ausbildung würde ich gerade auf das Feedback einer Redaktion warten und könnte dann vielleicht in der Ausgabe 5/22 davon lesen. Squid Game – was war das nochmal? Auch so muss Wissenschaftskommunikation sein: Aktuell!

Ob Podcasts, Internet-Kolumnen oder Insta-Posts für meine Karriere sinnvoll sind, weiß ich nicht. Ich kann nur abschließend sagen, dass ich jedes Mal lachen muss, wenn ich die jährlichen Verkaufszahlen meiner Bücher sehe – da bin ich froh, wenn es zweistellig geworden ist. Natürlich muss tiefeschürfender Wissenserwerb sein, aber man darf nie vergessen, dass es einsam werden kann im Elfenbeinturm, wenn es dabei bleibt. Da hilft es ein bisschen, wenn man in den Podcast-Charts ist oder man Mails von Lehrkräften erhält, die eine Kolumne gelesen haben, die man nicht nur innerhalb eines Zeitschriften-Abos erhält. Also am besten ergänzt man die beiden Arbeitsweisen – tiefgründige Diskurse und weitgreifende Diskussionen – ein bisschen einigeln im Elfenbeinturm, ein bisschen mit schlaunen Leuten diskutieren, dann aber ab damit in die wirkliche Welt. Für den Nachwuchs spielen moderne Formen der Wissenschaftskommunikation gewiss eine Rolle; vor allem Promovierende entwickeln ja bedeutende Wissensbestände, die auf jeden Fall auch außerhalb der Sportwissenschaft interessant sind. Die Aufarbeitung für die Masse ist ein wichtiger Schritt, um die Relevanz des eigenen Tuns zu prüfen. Auch in Berufungsverfahren

spielen mediale Aktivitäten eine Rolle, denn sie verdeutlichen das Engagement, das eigene Wissen wirksam zu verbreiten. Das ist für jede Hochschule interessant.

Perspektive und Ausblick

Am Ende muss man bei aller Euphorie vielleicht auch mal ein bisschen skeptisch auf das ganze Treiben gucken und sich fragen, ob man jede technische Entwicklung mitmachen muss und was am Ende eigentlich noch bleibt, wenn man durch alle medialen Welten gesprungen ist. Das Buch ist dann vielleicht so etwas wie die Vinylplatte – das ehrlichste Format, das jeden Umzug mitmacht. Hier wird monologische Sprache zur Bedeutungskonstruktion genutzt und das ist kulturell sehr resistent. Auch der Podcast wird irgendwann wahrscheinlich ein Ende haben. Ob das noch jemand in 10 oder 15 Jahren hört? Vielleicht strahlen wir bald aus dem eigenen Studio Filmsequenzen aus. Vielleicht motivieren wir über andere Kanäle zum wissenschaftlichen Diskurs. Wir müssen dann aufpassen, dass hinter den modernen Etiketten nach wie vor die guten Inhaltsstoffe zu finden sind. Wir müssen darauf achten, dass der Markt nicht über die Inhalte bestimmt, die Werbung nicht über den Erfolg, die Nachfrage nicht über das Angebot, die Klicks nicht mit echtem Interesse verwechselt werden. Man verliert schnell die Bodenhaftung im virtuellen Raum. Es ist sicher angebracht, mit Studierenden in Medienlaboren über neue Wege der Wissenschaftskommunikation nachzudenken, dabei muss es aber stets um die Frage gehen, wie man Medien nutzt, um wissenschaftliche Inhalte zu vermitteln und nicht umgekehrt, wie man Inhalte für bestimmte Medien generiert. Erst die Sache, dann das Medium.

Was den Podcast angeht, so planen wir z. B. gerade etwas – wie wir finden – sehr Nachhaltiges. Wir wollen zusätzlich zum Standard-Angebot eine „Academics-Schiene“ anbieten, wo

wir etwas strukturierter und mit Blick auf Prüfungen im Sportstudium, wesentliche Inhalte zum Thema machen. Wir sind selbst gespannt, wie das die Gestalt unseres Angebots verändern wird. Bis dahin: Schickt uns doch gerne die Themen, die ihr für wichtig haltet – gerne auch via Instagram.

Literatur

- Bindel, T., & Theis, C. (2020). Fitness als Trend des Jugendsports – Eine Wissenskultur. *Forum Kinder- und Jugendsport (FKJ)*, 1, 6–14.
- Dernbach, B., Kleinert, C., & Münder, H. (Hrsg.). (2012). *Handbuch Wissenschaftskommunikation*. VS.
- Edstrom, B. (2011). *Recording on a budget: How to make great audio recordings without breaking the bank*. Oxford University Press.
- Enders, J. (2017). *Darm mit Charme*. Ullstein.
- Hagen, L., Lühje, C., Ohser, F., & Seifert, C. (Hrsg.). (2018). *Wissenschaftskommunikation: Die Rolle der Disziplinen* (1. Auflage). Nomos.
- Müller, P. (2019). *Social Media und Wissensklüfte: Nachrichtennutzung und politische Informiertheit junger Menschen*. VS.
- Pietraß, M. (2020). Bildung in Bewegung. Das neue Lernpotenzial digitaler Medien. In I. van Ackeren, H. Bremer, F. Kessl, H.-C. Koller, N. Pfaff, C. Rotter, E. D. Klein, & U. Salaschek (Hrsg.), *Bewegungen: Beiträge zum 26. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft* (S. 325–336). Verlag Barbara Budrich.
- Preger, S. (2019). *Geschichten erzählen: Storytelling für Radio und Podcast*. VS.

Kontakt:

- » Prof. Dr. Tim Bindel, Johannes Gutenberg-Universität Mainz
E-Mail: tbindel@uni-mainz.de
IG: bindel_sportprof
- » Christian Theis, Johannes Gutenberg-Universität Mainz
E-Mail: ctheis@uni-mainz.de
IG: @chris.theis

One and a
half sports-
men



Wissenschaftlerin und Science Slammerin – Lässt sich das vereinbaren?

von Vanessa Wergin

Spätestens seit Giulia Enders „Darm mit Charme“ zählt der Science Slam – im Übrigen eine an das Format des Poetry Slams angelehnte, deutsche Erfindung – in verschiedensten Eventlocations im In- und Ausland zum festen kulturellen Programm. Im Rahmen von 10-minütigen Vorträgen stellen vier bis sechs Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ihre Forschung möglichst unterhaltsam vor und buhlen um die Gunst des Publikums, welches, meist durch Applaus, einen Sieger oder eine Siegerin des Abends kürt. Die Zuschauer*innen haben die Möglichkeit, einen Abend lang vielfältige und durchaus lustige Einblicke in verschiedene wissenschaftliche Disziplinen zu erlangen und ihren Horizont zu erweitern. Es geht mehr

oder weniger um eine Begegnung von Wissenschaftler*innen und Publikum auf Augenhöhe. So weit so gut...

...Aber wie wird man eigentlich Science Slammer*in?

In die Science-Slam-Szene bin ich selbst, wie die meisten anderen Slammerinnen und Slammer auch, sozusagen hineingestolpert. Im Rahmen einer Schreibwoche für Promovierende meines Stipendiengebers lernte ich eine Mitstipendiatin kennen, die, ihres Zeichens selbst Science Slammerin, bereits ein Buch geschrieben und an diversen Talk-Shows teilgenommen hatte. Viel zu wenig Frauen seien unter den deutschen Science

Slammer*innen und zudem auch noch zu Wenige mit sport- oder humanwissenschaftlichem Hintergrund. Ein paar Stunden später hatte ich dann auch schon mein Wort gegeben, mich zumindest einmal als Science Slammerin zu versuchen.

Gesagt, getan. In der darauffolgenden Woche meldete ich mich bei der ersten Science Slam Agentur, die ich im Internet finden konnte und bekundete mein Interesse, selbst Slammerin zu werden. Zu meiner Überraschung wurde mir direkt ein Termin für einen ersten Auftritt angeboten, für welchen ich lediglich ein paar Fragen zu meinem Hintergrund beantwortete. Circa zwei Monate Vorbereitungszeit, eine Bühne



Foto: privat/frei

mit etwa 300 Zuschauer*innen und nicht so wirklich eine Ahnung was einen eigentlich erwartet. Die einzige Voraussetzung, die es zu erfüllen gilt, ist, dass ausschließlich über eigene Forschung geslammt werden darf. Also begann ich, nach dem Blick in die ein oder andere Slam-Aufzeichnung, aus meiner Forschung meinen eigenen ersten Slam zu basteln. Ein Promotionsprojekt in 10 Minuten erklären, informativ und verständlich aber zugleich eben auch unterhaltsam, um möglichst viele fachfremde Zuschauer*innen zu überzeugen – nicht unbedingt die leichteste Aufgabe. Mein persönliches Ziel bestand in erster Linie darin, das Publikum mit der Sportpsychologie vertraut zu machen und zum anderen, meine doch sehr anwendungsbezogene Forschung auch an diejenigen zu vermitteln, die vielleicht selbst eine Sportart ausüben oder ein Team trainieren, jedoch nicht auf der sportlichen Ebene angesiedelt sind, die ihnen einen professionellen Zugang zu Sportpsychologie ermöglichen würden.

Die ersten Slams

Und dann war es auch schon so weit, der erste Slam in Mainz stand vor der Tür. Schnell stellte ich fest, dass ich nicht nur eine von insgesamt zwei Frauen war, die am Slam teilnahmen, sondern tatsächlich mit sportpsychologischem Hintergrund zu den absoluten Exot*innen des Slams gehörte, welcher von den Naturwissenschaften dominiert wurde. Auch wenn ich stärker als erwartet mit meiner eigenen Nervosität beschäftigt war, merkte ich schnell, wie viel Spaß ich selbst daran hatte, den anderen Slammerinnen und Slammern bei ihren Vorträgen zuzuschauen und einen bunten Mix an verschiedenste Forschungsthemen präsentiert zu bekommen. Als ich dann selbst auf die Bühne durfte, war mir doch etwas mulmig. Ob das Publikum so reagiert, wie man es erwartet und an den ent-

sprechenden Stellen fleißig klatscht oder lacht?

Wie jede Gruppe, hat auch jedes Publikum seine eigene Dynamik und von Stadt zu Stadt fielen die Reaktionen ganz unterschiedlich aus. Während einige Lacher vorprogrammiert waren, waren andere stark von der Stimmung und Gruppendynamik vor Ort abhängig. Unabhängig davon, wie laut das Publikum applaudierte oder lachte, kamen aber nach jedem meiner Auftritte mindestens fünf Personen zu mir, um mir von ihren eigenen Erfahrungen im Bereich meiner Forschung zu berichten oder nach weiteren Erkenntnissen und Informationsmöglichkeiten zu fragen. Das Interesse am Sport ist in unserer Gesellschaft tief verankert und durch meine Slams habe ich nicht nur Kolleg*innen aus der Wissenschaft oder Bundestrainer*innen in einer spezifischen Sportart erreicht, sondern eben auch Hobbysportler*innen und Trainer*innen der Kreisligen. Eben jene, die über keine Unilizenz für Scopus oder PubMed verfügen und in ihrer Freizeit nicht in wissenschaftlichen Publikationen schmökern, jedoch auch zu den „Endverbraucher*innen“ gehören. Vergessen sollte man an dieser Stelle nicht, dass viele wissenschaftliche Publikationen neben Unzugänglichkeit auch von Unverständlichkeit geprägt sind und nie für die breite Masse geschrieben wurden. Und wenn man dann die Gelegenheit hat, diese breite Masse zu erreichen und sie einem mit Interesse und Dankbarkeit begegnet, ist das doch ein sehr belohnendes Gefühl – insbesondere im Vergleich zu Vorträgen auf wissenschaftlichen Fachtagungen.

Rezeption

Während meiner ersten „Saison“ unter den Science Slammer*innen war ich mir noch sehr unsicher, ob ich meinen Kolleginnen und Kolle-

gen von meinem neuen Hobby erzählen sollte. Die Angst, dass das populärwissenschaftliche Science Slammen meinem Ansehen als Wissenschaftlerin und meiner wissenschaftlichen Karriere Schaden könnte, war definitiv vorhanden und „Wissenschaftskommunikation“ für mich noch nicht wirklich ein Begriff. Als die Anzahl der Slams zunahm und spätestens als ich an einem Slam auf einer wissenschaftlichen Tagung teilnahm, wussten dann doch alle Bescheid und die Reaktionen waren durchweg positiv.

Das kann man über die Rezeption in der allgemeinen Bevölkerung nicht unbedingt sagen. Sobald aufgezeichnete Auftritte durch die Agenturen auf sozialen Medien veröffentlicht werden, gibt es doch auch immer einen nicht unbeachtlichen großen Teil an Personen, die diese Auftritte dann kommentieren oder sich über verschiedene Inhalte entrichten – der sogenannte Shitstorm. Etwas worauf man nicht unbedingt vorbereitet wird. Zumindest war mir nicht klar, dass ich mit ein paar lustig gemeinten Anspielungen auf die verquerten Ansichten von Donald Trump im Netz abwertende Kommentare ernten würde. Natürlich ist auch das nur ein kleiner Teil des öffentlichen Publikums, der die Anonymität des Internets unter anderem nutzt, um dem eigenen Frust Luft zu machen aber letztendlich verunsichert es einen gerade zu Beginn der öffentlichen Auftritte doch auch ein wenig. Wichtig ist deshalb, dass man einen eigenen Weg findet, mit öffentlicher Kritik umzugehen. Für mich sieht dieser so aus, dass ich zum einen „keine Trefferwirkung zeige“, also keine Diskussion mit den anonymen oder nicht-anonymen Kommentator*innen anfangen und mich für keine meiner Aussagen rechtfertigen. Auf der anderen Seite lese ich mir die Kommentare zu meinen Videos, seitdem das erste hochgeladen wurde, nicht mehr durch. Insgesamt muss man sich klarmachen, dass der Weg der schriftlichen Kommunikation

über Internetkanäle mit viel weniger Hemmungen für die kommentierenden Personen einhergeht und somit automatisch Dinge gesagt bzw. geschrieben werden, mit denen man bei einem Slam im live-Format niemals konfrontiert werden würde (was auch daran liegen kann, dass besagte Personen ihr Geld vermutlich nicht für wissenschaftliche Unterhaltung ausgeben würden).

Türöffner und Zeitfresser zugleich

Nach dem ersten Slam lassen weitere Einladungen in der Regel nicht lange auf sich warten. Hat man einmal ein paar Slams gewonnen, besteht außerdem die Möglichkeit, sich für regionale und nationale Meisterschaften zu qualifizieren. Darüber hinaus kann man sich mit Slams für Unternehmen, Vereine oder andere Veranstalter durchaus auch etwas dazu verdienen. Zudem habe ich festgestellt, dass, sobald erst einmal ein Video auf YouTube zu sehen ist, auch die Einladungen zu anderen Vorträgen, Podcasts und Diskussionsrunden zunehmen. Seien es Vorträge zum Thema Motivation, Frauen in der Wissenschaft oder Leistungsabwurf unter Druck oder sogar die Moderation anderer Veranstaltungen, es gibt definitiv ausreichend Möglichkeiten sich zu verwirklichen, wenn man erst einmal Sichtbarkeit erlangt und „einen Fuß in der Tür“ hat.

Dem gegenüber stehen natürlich auch Kosten, die sich vor allem in der benötigten Zeit, insbesondere für Vorbereitung von Science Slams und die Reise zu den entsprechenden Veranstaltungsorten niederschlagen. Einen Tag An- und Abreise und ein bis zwei Tage Vorbereitungszeit sollte man pro Slam einrechnen, wobei das Schreiben des Slams sowie das Üben im Vorfeld noch nicht eingerechnet sind. Hier kommen noch einmal ein paar Wochen hinzu. In Abhängigkeit von der Anzahl der Auftritte geht dann

doch einiges an Zeit ab, die man anderweitig auch für die eigene Forschung nutzen könnte.

Warum also der ganze Aufwand?

Nichtsdestotrotz habe ich persönlich keine einzige Teilnahme an Science Slams bereut. In meinen Augen, bedeutet Wissenschaftlerin sein, Erkenntnisse über unsere Welt zu sammeln und diese mit anderen Menschen zu teilen und zwar nicht nur mit dem eigenen Fachkollegium. Gerade in der Anwendungsforschung gibt es so viele Erkenntnisse, die nie den Weg in die Praxis finden, auch wenn ihre Anwendung noch so simpel ist. Wissenschaftskommunikation ist für mich selbst ein Weg, der Gesellschaft etwas zurückzugeben und auch die Ottonormalverbraucher*innen teilhaben zu lassen. Das Science Slam Format schlägt in meinen Augen eine sehr gute Brücke zwischen Wissenschaft und Gesellschaft und ermöglicht einen Austausch von dem beide Seiten profitieren können.

Als Wissenschaftlerin oder Wissenschaftler profitiert man durchaus auch selbst vom Slammen. Man wird deutlich sicherer was Vortragsweisen angeht und kann die ein oder andere Idee für die eigene Lehre, den nächsten Konferenzvortrag oder den nächsten Pitch vor Drittmittelgebern mitnehmen, wenn man sein Thema mal etwas anders denkt und vielleicht auch etwas verständlicher und unterhaltsamer aufbereitet.

Ein anderer, nicht zu unterschätzender, Punkt ist die Wichtigkeit von Wissenschaftskommunikation und hier auch von Science Slams für die Wissenschaft selbst, etwa was den wissenschaftlichen Nachwuchs angeht. So bekommen beispielsweise Schülerinnen und Schüler sowie auch Studierende im Rahmen von Science Slams einen Eindruck davon, was Wissenschaft eigentlich

ist und wie sich verschiedene Disziplinen unterscheiden. Meiner Meinung nach stellt sich schon allein deshalb gar nicht mehr die Frage, ob man sich in der Wissenschaftskommunikation engagierten sollte, sondern vielmehr wie und ob der Science Slam für einen persönlich in Frage kommt. Eigentlich braucht es nur ein bisschen Mut mal etwas Neues auszuprobieren, präsentieren und lehren müssen wir als Wissenschaftler*innen ja ohnehin, warum also nicht einmal vor einem anderen Publikum.

Informationen zu Science Slams:

<https://www.science-slam.com>



<https://www.scienceslam.de>



Zwei Auftritte von Vanessa Wergin beim Slammen:

<https://youtu.be/TPgewhsWvNs>



<https://youtu.be/pkXM9a-5Fc>



Kontakt

» Dr.in Vanessa Wergin, Technische Universität München & University of Queensland
E-Mail: vanessa.wergin@tum.de
Twitter: @WerginVanessa

Zwitschernder Elfenbeinturm – Eine Laienperspektive zum Gebrauch sozialer Medien in der Wissenschaft

von Wanja Wolf & Philipp Barzyk

Die steigende Digitalisierung aller Lebensbereiche und der ungebrochene Aufstieg spezialisierter (z. B. ResearchGate) und domänenübergreifender (z. B. Twitter) sozialer Netzwerke macht auch vor der Sportwissenschaft nicht Halt. Dieser Aufstieg und die hiermit verbundenen Chancen und Risiken für die Sportwissenschaft werden bereits im Ze-phir mit dem Titel „Digitale Sportwissenschaft – Schöne Neue Welt“ (Niessner et al, 2020) umfassend beleuchtet und diskutiert. Allein seit Erscheinen des Ze-phir konnte Twitter 20 Millionen neue täglich aktive Nutzer*innen gewinnen (Stand: Q2 2021) und ResearchGate wuchs von 17 Millionen auf 20 Millionen Nutzer*innen (Pöppel, 2020; ResearchGate, 2021). Unmittelbar betroffen von dieser Entwicklung ist die Art und Weise wie Wissenschaft kommuniziert werden kann und wird. Insbesondere der Kurznachrichtendienst Twitter erscheint hierbei besonders relevant. Daher thematisieren wir in diesem Beitrag unsere subjektiven Erfahrungen und Eindrücke zur Nutzung von Twitter als Wissenschaftskommunikationswerkzeug.

Wissenschaftskommunikation: Inward- und Outward-Facing

Traditionell findet Wissenschaftskommunikation in Form von Zeitschriftenbeiträgen, Büchern oder Konferenzbeiträgen statt. Diese Kommunikationsform kann auch als inward-facing bezeichnet werden, da sie den Austausch zwischen Wissenschaftler*innen zum Ziel hat (Illingworth & Allen, 2020). Diese Kommunikationsform ist fast notwendigerweise verhältnismäßig langsam, exklusiv, beschränkt in ihrer Reichweite und wenig interaktiv: Langsam, weil sich zum Beispiel

die Publikation eines Herausgeberbandes mehrere Jahre ziehen kann, da Korrekturschleifen und die Abhängigkeit des Gesamtwerks vom Einhalten der Deadlines durch alle beteiligten Autor*innen den Prozess in die Länge ziehen. Wenig inklusiv, da durch den Gebrauch von Fachjargon und dem Befolgen fachspezifischer Standards, die Fachfremden womöglich weniger zugänglich sind, hohe Zugangshürden gesetzt werden. Die Reichweite ist begrenzt dadurch, dass die Kommunikation von Wissenschaft meist in hochspezialisierten Nischen stattfindet (z. B. Golfsport relevante Inhalte im International Journal of Golf Science (IJGS)), die einem breiteren Publikum schwer zugänglich sind. Wenig interaktiv, da starre Publikationsformen die Möglichkeit zu einem dynamischen Austausch einschränken (auch Leserbriefe und Diskussionen im Rahmen von Konferenzen sind verschiedentlich durch die vorangegangenen Punkte beschränkt).

Diese Aspekte traditioneller inward-facing Wissenschaftskommunikation sind nicht nur Bug, sondern auch Feature (z. B. Qualitätssicherung, gezielte Verfügbarmachung von Wissen für Fachexpert*innen, Präzision der Sprache und die paradoxerweise oftmals einfachere Lesbarkeit durch den Gebrauch von Fachjargon für Expert*innen). Die Digitalisierung hat überdies dazu beigetragen, dass einige der Bugs weniger Gewicht haben. Ein Beispiel hierfür sind etwa asynchron erscheinende Open Access Online Lehrbücher oder auch die steigende Popularität von Preprints. Eine vertiefte Diskussion der Vor- und Nachteile traditioneller Wissenschaftskommunikationsformen ist allerdings nicht Ziel unseres Beitrags. Vielmehr dient dieser kurze Abriss lediglich der breiteren Kon-

textualisierung von Wissenschaftskommunikation im Spannungsfeld sich verändernder Kommunikationsmöglichkeiten.

Hierauf aufbauend hat der vorliegende Beitrag das Ziel unsere subjektive Perspektive darauf zu geben, wie Wissenschaftskommunikation durch Rückgriff auf Kommunikationsformen der sozialen Medien als Komplement zur traditionellen Wissenschaftskommunikation einen Beitrag dazu leisten kann, dass der Transport wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Gesellschaft optimiert wird und wie dies überdies der persönlichen Profil-, Netzwerk- und Kompetenzbildung dienlich sein kann. Durch soziale Medien kann Wissenschaft nicht nur inward-facing, sondern insbesondere auch outward-facing kommuniziert und kontextualisiert werden (Illingworth & Allen, 2020). Aus dieser Perspektive sind soziale Medien weniger eine Herausforderung, der man sich notgedrungen Weise stellen muss, sondern eine neue Chance, um Wissenschaftskommunikation holistischer zu betreiben. Als notwendiger Disclaimer sei hier noch vorangestellt, dass wir keineswegs Experten auf dem Gebiet der Wissenschaftskommunikation mittels sozialer Medien sind, sondern allenfalls einen reflektierten Erfahrungsbericht darüber vorlegen können, wie zwei enthusiastische Laien versuchen, mit dieser neuen Chance umzugehen. Dieser ist notwendigerweise unvollständig und reflektiert unsere eigenen Präferenzen und Kenntnisse.

Nutzung sozialer Medien in der Wissenschaft am Beispiel Twitter

Daten, die in einem Editorial in Nature Cell Biology präsentiert wurden, legen nahe, dass bis zu 50%

der befragten Wissenschaftler*innen bereits soziale Medien für wissenschaftliche Zwecke nutzen (Social Media for Scientists, 2018). Während es hier disziplinspezifische (Holmberg & Thelwall, 2014) und geografische Unterschiede gibt (Haustein, 2019), ist ein genereller Trend zu einer steigenden Relevanz von sozialen Medien als Mittel zur Wissenschaftskommunikation beobachtbar. Diese Dynamik wird durch die Schwerpunktsetzung des aktuellen Ze-phir auch in Bezug auf das Fach Sportwissenschaft nahegelegt. Als dominierendes soziales Netzwerk hierfür hat sich in den letzten Jahren der Kurznachrichtendienst Twitter herauskristallisiert, dessen intrinsischer Fokus auf knappe Formulierungen einen starken Kontrast zu den oben beschriebenen traditionellen Kommunikationsformen darstellt. Die verschiedenen Funktionalitäten von Twitter – im Kern sind das Follower, Tweets, Threads, Retweets, Quote Tweets, Hashtags, Listen, Likes und Kommentare – ermöglichen und fördern unterschiedliche Formen der Kommunikation und setzen somit schon mal einen ersten Rahmen für die Wissenschaftskommunikation via Twitter. Aufbauend auf der Beobachtung, dass soziale Medien im Allgemeinen – und Twitter im Speziellen – eine immer wichtigere Rolle unter Wissenschaftler*innen einzunehmen scheint, stellen sich natürlich Fragen danach, wie soziale Medien hier genutzt werden, was konkret kommuniziert wird und wer eigentlich die Zielgruppe ist.

Was, wie, wieviel und mit wem kommuniziere ich?

Am Anfang steht oft die Frage, was man eigentlich kommunizieren kann, will oder gar soll. Hierauf gibt es wahrscheinlich keine allgemeingültige Antwort. Vielmehr ist es aus unserer Sicht sinnvoll, sich selbst ein klares Bild davon zu machen, zu welchem Zweck man Twitter (oder ein anderes Netzwerk) einsetzen möchte. So lässt sich Twitter beispielswei-

se sowohl zum passiven Verfolgen persönlich relevanter Themen (etwa mit Listen, Hashtags und durch das Folgen relevanter Accounts), zur aktiven Verbreitung (typischerweise mit Retweets oder Likes) oder zur aktiven Kommunikation und Kontextualisierung (etwa mittels Tweet, Thread, Kommentar und Quote Tweet) einsetzen. Wir beide setzen Twitter mehr oder weniger stark für alle diese Zwecke und mit unterschiedlichen Kommunikationspartner*innen ein. Das hat für uns beispielsweise zum Entdecken spannender Artikel und Themen, arbeitsrelevanter Tipps und Tricks, zur Kontaktaufnahme mit neuen Kollaborationspartner*innen und zu einer verstärkten Rezeption eigener Arbeiten durch Fachkolleg*innen und die wissenschaftsinteressierte Öffentlichkeit geführt.

In Abhängigkeit von Zweck und Kommunikationspartner*in können sich dann unterschiedliche Fragen in Bezug auf die Form stellen: Hier stellt sich zum Beispiel die Frage, ob – und wenn ja, zu welchem Grad – man den professionellen und den privaten Auftritt vermischt (oder aber zwei oder mehrere Profile hat). Hier kann auch überlegt werden, ob man Form und Funktion des eigenen Twitter-Auftritts bereits in der Kurzbiografie des Profils expliziert. Weiterhin kann verdeutlicht werden, inwieweit durch den Auftritt eine Institution repräsentiert wird oder nicht („views are my own“) oder wie Funktionalitäten des Netzwerks genutzt werden („Retweets ≠ Endorsement“). Ebenso könnte man abwägen, inwieweit man sich twitternd an wissenschaftspolitisch (Stichwort #IchBinHanna) oder gesellschaftspolitisch aktuellen Themen beteiligt oder ob der Kanal exklusiv der Dissemination eigener (und fremder) wissenschaftlicher Arbeiten dienen soll.

Ebenfalls die Form betreffend stellt sich die Frage danach, wie umfassend eigene Kommunikationsbeiträge sein werden. So kann man beispielsweise das neu erschienene Paper unkom-

mentiert von der Seite des Verlags via Twitter teilen oder es in einem mühsam ausformulierten und wieder runterkondensierten Thread natürlich sprachlich erklären und in den aktuellen Forschungsstand einbetten. In der Kürze des Mediums liegt hierbei eine besondere Herausforderung: Wie erkläre ich die Essenz dessen, was ich gerade in einem Manuskript mit 7.000 Wörtern beschrieben habe in 280 Zeichen? Mit welchen Bildern oder Abbildungen mache ich das möglichst lebendig und lade zur Interaktion ein? Für uns hat es sich hier als praktisch erwiesen den Tweet/Thread als Teil des Schreibprozesses zu sehen, der auch mit Ko-Autor*innen diskutiert wird und der nicht erst am Tag der Publikation noch schnell geschrieben werden muss. Auf den ersten Blick klingt dies nach verhältnismäßig viel Arbeit für ein paar Textschnipsel in einem sozialen Netzwerk, welches nicht einmal auf derartige Inhalte spezialisiert ist. Aber: Angesichts der Menge an Arbeit und Zeit, die von der ersten Idee bis zur fertigen Publikation investiert wurde, fühlt es sich aus unserer Sicht allein schon der eigenen Arbeit gegenüber wertschätzender an, zu versuchen, das Geschaffene inward-facing aber auch outward-facing möglichst gut zu präsentieren. Im Folgenden explizieren wir vier weitere Aspekte, die nach unserem Empfinden den Gebrauch sozialer Medien zur Wissenschaftskommunikation für Nachwuchswissenschaftler*innen sinnvoll machen könnten.

Bündelung an einem öffentlich zugänglichen Ort

Im Gegensatz zu traditionellen Wissenschaftskommunikationsplattformen (Zeitschriften, Konferenzen) finden sich auf sozialen Netzwerken Kommunikationspartner*innen aller Couleur. Tatsächlich berichteten in einer Studie etwa die Hälfte der befragten Twitternutzenden, die wissenschaftliche Fachzeitschriftenartikel auf Twitter geteilt hatten, nicht selbst in der Wissenschaft tätig zu

sein (Mohammadi et al., 2018). Diese Bündelung verschiedenster Kommunikationspartner*innen erlaubt es zum Beispiel, Arbeit die wir zu einem Thema sowohl grundlagenwissenschaftlich (Wolff & Martarelli, 2020), sportbezogen (Wolff et al., 2021), in populärwissenschaftlichen Zeitschriftenbeiträgen (Bieleke & Wolff, 2021), Podcasts (Deutsche Welle, 2021) oder Featureartikeln (Gupta, 2021) an den unterschiedlichsten Orten betreiben, gebündelt und auf einer Plattform als (hoffentlich) kohärentes Ganzes zu präsentieren. Diese gebündelte Kommunikation der eigenen Arbeit an einem Ort führt idealerweise dazu, dass Hürden zwischen Kommunikationssilos abgebaut werden. So wird möglicherweise nach dem Hören eines Podcast auch das im Thread angegebene Paper angeklickt, welches in einer Fachzeitschrift publiziert wurde.

Twitter und bibliometrische Leistungskennzahlen?

Über den (hoffentlich) Abbau von Grenzen zwischen „Elfenbeinturm“ und Öffentlichkeit, bietet Wissenschaftskommunikation via soziale Medien (Mohammadi et al., 2018) wahrscheinlich auch einen potenziell karriererelevanten persönlichen Nutzen: Taneja et al. (2021) fanden zum Beispiel starke Korrelationen zwischen Twitter-Trends bzw. Twitter Nutzung und thematisch passender Preprint- bzw. Publikationsaktivität. Weitere Studien konnten überdies einen Zusammenhang zwischen vermehrter Twitter Aktivität bezüglich eines Artikels und dessen Zitationszahl aufzeigen, ein Transmissionseffekt der unabhängig vom Geschlecht der Autorin bzw. des Autors beobachtet wurde (Klar et al., 2020). Hierbei wurden häufig getweetete Artikel teils bis zu 11-mal wahrscheinlicher zitiert (Eysenbach, 2011; Vaghjani et al., 2021). Über Zitationen hinaus gewinnen in den vergangenen Jahren überdies die sogenannten Altmetrics verstärkt an Relevanz für die wissenschaftli-

che Leistungsbewertung (Piwowar & Priem, 2013; Warren et al., 2017) und somit auch für Karrierepotentiale von Nachwuchswissenschaftler*innen. Im Kern versuchen Altmetrics den gesellschaftlichen Einfluss wissenschaftlicher Ergebnisse zu quantifizieren (Bornmann et al., 2019), indem sie zum Beispiel Erwähnungen in sozialen Netzwerken auszählen (Haustein, 2019; Thelwall, 2018). Unabhängig davon, wie man die Vor- und Nachteile von Altmetrics als zusätzlichem bibliografischen Index nun bewerten mag, so ist es aus nachwachswissenschaftlicher Perspektive wahrscheinlich pragmatisch diese Indizes und ihre partielle Abhängigkeit von der eigenen Aktivität in den sozialen Medien im Bewusstsein zu haben.

Habe ich eine gesellschaftliche Verantwortung?

Unabhängig von persönlicher Karriererelevanz kann – und sollte – verantwortungsbewusst betriebene Wissenschaftskommunikation mittels sozialer Medien auch ein wichtiges Gegengewicht zu den in solchen Netzwerken vielfach perpetuierten Fehlinformationen bilden: Informationen über Weltgeschehen, Politik und Wissenschaft werden vermehrt durch Interaktion mit sozialen Netzwerken konsumiert. Entsprechend bestimmen Inhalte sozialer Netzwerke maßgeblich darüber mit, „wie die Öffentlichkeit über Wissenschaft denkt“ (Allgaier et al., 2013, S. 286). Aus dem Spannungsfeld von steigendem Misstrauen gegenüber öffentlich verfügbaren Informationen (Stichwort „Fake News“) einerseits und der eigenen Kompetenz als Expert*in zu spezifischen Themen andererseits, werden Wissenschaftler*innen dezidiert in die Pflicht genommen sich hier aktiv am Diskurs zu beteiligen (Vraga & Bode, 2017). Konkret empfehlen Vraga und Bode (2017) beispielsweise, dass Expert*innen sowohl auf individueller als auch auf organisationaler Ebene auf Fehlinformationen

aufmerksam machen und Anstrengungen unternehmen, diese aktiv zu widerlegen. Vor dem Hintergrund, dass universitäre Wissenschaft primär steuerfinanziert stattfindet, ist dieser Aufruf, dass Wissen Schaffende sich derart am öffentlichen Diskurs beteiligen sollen, durchaus nachvollziehbar. Hier kann also zusätzlich zum persönlichen Nutzen noch ein gesellschaftlicher Auftrag gleichsam miterfüllt werden.

Twitter als Ressource

Es ist überdies wichtig zu betonen, dass einem selbst mit einem eher kleinen Netzwerk eine große Community zur Verfügung steht, wenn man Beiträge und Inhalte passend wählt. So haben z. B. bei einem der Autoren (@BarzykPhilipp; Follower: 77) innerhalb von vier Stunden 474 Personen mit einem seiner Tweets interagiert und etwas mehr als 9.300 Personen haben ihn in ihrer Timeline angezeigt bekommen. Wie kann man also mit einer sehr geringen Anzahl an Followern ein vergleichbar großes Publikum erreichen und was war der tatsächliche Nutzen? Twitter schlägt Personen Beiträge vor, die an Profile gerichtet sind oder Hashtags enthalten, denen sie selbst folgen. Twitter Profile und Hashtags wie #PhDVoice, #AcademicChatter, #AcademicTwitter #phdchat o.ä. ermöglichen so die Verbreitung eigener Beiträge an viele Menschen in kürzester Zeit. In dem hier angeführten Tweet wurde schlicht die persönlich relevante Frage gestellt, welche Werkzeuge die Scientific Community nutzt, um Abbildungen für Publikationen zu erstellen. Verschiedenste Wissenschaftler*innen aus den unterschiedlichsten Forschungsfeldern meldeten sich zu Wort um ihre Erfahrungen, bevorzugten Tools und sogar ihre eigenen Abbildungstemplates mit uns und allen die diesen Post ansehen zu teilen. Dadurch konnte letztlich nicht nur dem Autor des Tweets geholfen werden, seine Abbildungen und damit das

Gesamtbild seiner Arbeiten zu verbessern. Andere Personen, die mit dem Tweet interagierten, konnten diesen speichern und fortan auf dessen Inhalt zurückgreifen. Diese Erfahrung legt nahe, dass der persönliche Nutzen verhältnismäßig wenig durch die eigene Followerzahl limitiert ist und dass die twitternde Scientific Community sehr freigiebig, offen und unterstützend ihr Wissen teilt.

Risiken und Nebenwirkungen?

Zuallererst ist die Entscheidung als Nachwuchswissenschaftler*in soziale Medien für wissenschaftliche Zwecke zu nutzen natürlich mit Opportunitätskosten verbunden: Überwiegt der antizipierte persönliche und gesellschaftliche Nutzen tatsächlich die Zeit, die ich investieren muss (und die mir anderswo fehlt)? Zumindest unsere eigenen Erfahrungen bezüglich Aufwands und Zeit, die in die Formulierung von Tweets investiert werden, sind nicht notwendigerweise kompatibel mit dem Verständnis von Twitter als „Kurznachrichtendienst“ für schnelle Kommunikation. Für den im vorherigen Absatz erwähnten Tweet benötigte @BarzykPhilipp etwa 15 Minuten an Arbeitsaufwand, um insgesamt 14 Wörter zu tippen, da angesichts des durch Twitter auferlegten Zeichenlimits jedes Wort gleichsam auf die Goldwaage gelegt werden kann. 15 Minuten klingt natürlich nicht unbedingt nach viel, wenn man aber davon ausgeht, dass der/die durchschnittliche Twiternutzer*in 1,6 Tweets am Tag verfasst (500 Millionen Tweets, bei ca. 300 Millionen Nutzern, Stand Q2 2021), würde @BarzykPhilipp mehr als sechs Tage pro Jahr damit verbringen seine Tweets zu formulieren. Dies ist natürlich eine rein hypothetische Zahl, da nicht jede*r Twiternutzer*in tatsächlich täglich 1,6-mal einen Tweet verfasst und @BarzykPhilipp mit steigender Erfahrung wahrscheinlich auch einen besseren Tweet/Zeit Quotienten er-

reichen würde, zeigt aber dennoch auf, dass der zeitliche Aufwand durchaus beträchtlich sein kann.

Wenn nun aber die Frage, ob der antizipierte Nutzen dem damit einhergehenden Aufwand überwiegt, dennoch bejaht werden kann, dann empfiehlt es sich trotzdem auch die Risiken dieser Entscheidung abzuwägen. So sind soziale Medien nach wie vor verhältnismäßig unregulierte Räume und Trolling oder Hate Speech sind reale Probleme auf diesen Plattformen. Ebenso ist die Möglichkeit, dass sich praktisch jede*r mehr oder weniger anonym als Expert*in zu Themen positionieren kann ein zumindest zweischneidiges Schwert (siehe auch Box 1). Zumal Algorithmen hinter Social Media Plattformen Bias und die Verbreitung von Fehlinformationen verstärken können (Rhodes & Orłowski, 2020). Vor durchaus aggressivem oder po-

lemischem Austausch ist auch die Wissenschaftskommunikation via Twitter nicht gefeit und manch eine*r könnte durch die berechtigte Sorge, ungewollt „zwischen die Fronten“ zu geraten, von der aktiven Teilnahme abgeschreckt werden.

„Das Internet vergisst nie“

Bis zu einem gewissen Grad sind alle Beiträge, die man je auf sozialen Medien gepostet, geteilt oder geliked hat, immer auffindbar. Beispiele aus Politik, Sport oder Unterhaltung haben schon vielfach und medienwirksam gezeigt, wie dies sehr problematisch werden kann. Entsprechend erscheint uns die oben beschriebene bewusste Reflexion darüber, wie, mit wem und zu was man sich berufsbezogen in den sozialen Medien äußern will als enorm wichtig: Nutze ich meinen Account als Privatperson (@BarzykPhi-

Box 1: „Scientific Kardashians“?

Traditionelle Metriken der Leistungsbewertung (z. B. Zitationen) und neuere Metriken (z. B. Altmetrics) führen dazu, dass sowohl die inward-facing, als auch die outward-facing Rezeption von Wissenschaftler*innen quantifiziert wird. Zwischen den Rezeptionsformen kann es Diskrepanzen geben. So mag eine Person beispielsweise vielfach zitiert werden, sich aber nicht aktiv an der Diskussion ihrer Arbeiten via Twitter beteiligen. Umgekehrt, könnte man (noch) wenig zitiert werden, sich aber durch sehr aktive Kommunikation und Diskussion via Twitter eine substantielle Followerschaft aufgebaut haben. Um diese Diskrepanz zu quantifizieren hat Neil Hall (2014) hierzu in einem humoristischen Beitrag in *Genome Biology* den „Kardashian-Index“ kreiert (angelehnt an Kim Kardashian, die mit ihren Social-Media-Kanälen Millionen an Menschen erreicht und Informationen verbreiten kann). Dieser setzt Zitationszahl und Twitter-Follower ins Verhältnis: Ein geringer Kardashian-Index kann darauf hindeuten, dass die öffentliche Wahrnehmung (operationalisiert über die Twitter-Follower) dem wissenschaftlichen Gewicht hinterherhinkt. Umgekehrt würde ein hoher Index – als Cut-Off wird ein Kardashian-Index von 5 vorgeschlagen – nahelegen, dass die öffentliche Wahrnehmung den eigenen wissenschaftlichen Beitrag überschreitet.

Es ist wichtig zu wiederholen, dass dieser Index explizit eine humoristische Metrik ist, die einem selbst einen Eindruck davon geben kann, wie die eigene inward-facing und outward-facing Rezeption zueinander im Verhältnis stehen. Wirklich ernst genommen werden sollte diese allerdings nicht, da das Verhältnis von Zitationen zu Followern zum Beispiel systematisch gegen Nachwuchswissenschaftler*innen verzerrt ist: Da es schneller geht, sich einen ersten Stamm an Followern auf Twitter aufzubauen als zitiert zu werden (insbesondere ganz am Anfang der Karriere), werden Nachwuchswissenschaftler*innen somit automatisch schneller als Scientific Kardashians kategorisiert. Wir beide haben übrigens noch einen langen Weg vor uns, bevor wir uns Scientific Kardashians nennen können – unsere Indizes sind unter 1. Wir erwarten aber durch diesen Beitrag, unsere eigene „Kardashianisierung“ etwas voranzutreiben.

lipp), repräsentiere ich eine Gruppe (@SportKonstanz) oder eine Institution (@UniKonstanz)? Zu was äußere ich mich und in welcher Art und Weise? Die Kürze der Ausdrucksform, die verhältnismäßig lockere Umgangsform, sowie die Verfügbarkeit und hohe Geschwindigkeit von Twitter könnten hier durchaus dazu beitragen, dass Zwischentöne überhört (z. B. finden alles das gleiche Smiley „ironisch“ oder gibt es hier auch andere Lesarten?) oder Grenzen schneller und vielfach sichtbar überschritten werden als bei anderen Kommunikationsformen.

Zusammenfassung, oder: Wenn dieser Text ein Tweet wäre

Twitter – praktisch um #WissKomm mit persönlichem und gesellschaftlichem Mehrwert zu betreiben: Lernen, Netzwerk, Aufklärung & schamlose Selbstbeweihräucherung ;-)

(Achtung: nicht ohne Risiken & Nebenwirkungen!)

Literatur

Allgaier, J., Dunwoody, S., Brossard, D., Lo, Y. Y., & Peters, H. P. (2013). Journalism and Social Media as Means of Observing the Contexts of Science. *BioScience*, 63(4), 284–287. <https://doi.org/10.1525/bio.2013.63.4.8>

Bieleke, M., & Wolff, W. (2021). Bug or Feature? Langeweile ist unangenehm und gerade deswegen wichtig. *In-Mind Magazin*. Abgerufen unter <https://de.in-mind.org/article/bug-or-feature-langeweile-ist-unangenehm-und-gerade-deswegen-wichtig>

Bornmann, L., Haunschild, R., & Adams, J. (2019). Do altmetrics assess societal impact in a comparable way to case studies? An empirical test of the convergent validity of altmetrics based on data from the UK research excellence framework (REF). *Journal of Informetrics*, 13(1), 325–340. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2019.01.008>

Deutsche Welle. (2021, November 9). *In a pandemic, boredom leads to rule-breaking* | DW | 26.02.2021. Abgerufen unter <https://www.dw.com/en/in-a-pandemic-boredom-leads-to-rule-breaking/av-56714925?maca=en->

Twitter-sharing

Eysenbach, G. (2011). Can tweets predict citations? Metrics of social impact based on Twitter and correlation with traditional metrics of scientific impact. *Journal of Medical Internet Research*, 13(4), e123. <https://doi.org/10.2196/jmir.2012>

Hall, N. (2014) The Kardashian index: a measure of discrepant social media profile for scientists. *Genome Biology*, 15(424). <https://doi.org/10.1186/s13059-014-0424-0>

Gupta, S. (2021). In the social distancing era, boredom may pose a public health threat. *ScienceNews*. Retrieved from <https://www.sciencenews.org/article/social-distancing-boredom-covid-19-public-health-pandemic>

Haustein, S. (2019). Scholarly Twitter Metrics. In W. Glänzel, H. F. Moed, U. Schmoch, & M. Thelwall (Eds.), *Springer Handbooks. Springer handbook of science and technology indicators* (pp. 729–760). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02511-3_28

Holmberg, K., & Thelwall, M. (2014). Disciplinary differences in Twitter scholarly communication. *Scientometrics*, 101(2), 1027–1042. <https://doi.org/10.1007/s11192-014-1229-3>

Klar, S., Krupnikov, Y., Ryan, J. B., Searles, K., & Shmargad, Y. (2020). Using social media to promote academic research: Identifying the benefits of twitter for sharing academic work. *PloS One*, 15(4), e0229446. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229446>

Mohammadi, E., Thelwall, M., Kwasny, M., & Holmes, K. L. (2018). Academic information on Twitter: A user survey. *PloS One*, 13(5), e0197265. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0197265>

Niessner, C., Schultz, F., Schaffert, N., & Weigel, P. (Hrsg.) (2020). *Digitale Sportwissenschaft – Schöne neue Welt!? Ze-phir*, 27(2).

Piowar, H., & Priem, J. (2013). The power of altmetrics on a CV. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 39(4), 10–13. <https://doi.org/10.1002/bult.2013.1720390405>

Pöppel, K. (2020). Wissenschaft und Selbstdarstellung?! Universitäre Forschung in der Sportwissenschaft in Zeiten sozialer (Wissenschafts-) Medien. *Ze-phir*, 27(2), 4–6.

Rhodes, L. (Producer), & Orłowski, J. (Director). (2020) *The Social Dilemma*. Retrieved from <https://www.thesocialdilemma.com/>

Social Media for Scientists (2018). *Nature Cell Biology*, 20(12), 1329. <https://doi.org/10.1038/s41556-018-0253-6>

Taneja, S. L., Passi, M., Bhattacharya, S., Schueler, S. A., Gurram, S., & Koh, C. (2021). Social Media and Research Publication Activity During Early Stages of the COVID-19 Pandemic: Longitudinal Trend Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 23(6), e26956. <https://doi.org/10.2196/26956>

Thelwall, M. (2018). Altmetric Prevalence in the Social Sciences, Arts and Humanities: Where are the Online Discussions? *Journal of Altmetrics*, 1(1), Article 4. <https://doi.org/10.29024/joa.6>

Vaghjiani, N. G., Lal, V., Vahidi, N., Ebadi, A., Carli, M., Sima, A., & Coelho, D. H. (2021). Social Media and Academic Impact: Do Early Tweets Correlate With Future Citations? *Ear, Nose, & Throat Journal*. <https://doi.org/10.1177/01455613211042113>

Vraga, E. K., & Bode, L. (2017). Using Expert Sources to Correct Health Misinformation in Social Media. *Science Communication*, 39(5), 621–645. <https://doi.org/10.1177/1075547017731776>

Warren, H. R., Raison, N., & Dasgupta, P. (2017). The Rise of Altmetrics. *JAMA*, 317(2), 131–132. <https://doi.org/10.1001/jama.2016.18346>

Wolff, W., Bieleke, M., Martarelli, C. S., & Danckert, J. (2021). A Primer on the Role of Boredom in Self-Controlled Sports and Exercise Behavior. *Frontiers in Psychology*, 12, 637839. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.637839>

Wolff, W., & Martarelli, C. S. (2020). Bored Into Depletion? Toward a Tentative Integration of Perceived Self-Control Exertion and Boredom as Guiding Signals for Goal-Directed Behavior. *Perspectives on Psychological Science: A Journal of the Association for Psychological Science*, 15(5), 1272–1283. <https://doi.org/10.1177/1745691620921394>

Kontakt

» Dr. Wanja Wolff, Universität Konstanz & Universität Basel
E-Mail: wanja.wolff@uni-konstanz.de & wanja.wolff@edu.unibe.ch
Twitter: @WolffWanja

» Phillipp Barzyk, Universität Konstanz
E-Mail: philipp.barzyk@uni-konstanz.de,
Twitter: @BarzykPhilipp

Erfahrungen und Empfehlungen zum Wissenstransfer in der Sportwissenschaft

von Billy Sperlich

Was bedeutet (für Sie) Wissenschaftskommunikation? Was ist für Sie persönlich das Ziel von Wissenschaftskommunikation? Mit welchem Ziel betreiben Sie Wissenschaftskommunikation?

In meiner aktiven Zeit als Mittelstreckenläufer und vor allem als Triathlet hatte ich wenige ausgebildete Trainer*innen, meist wurden meine Trainingsfragen von Ansprechpartner*innen aus den anderen Sportarten beantwortet oder ich habe mir einfach angeschaut was erfolgreiche Sportler*innen machten und habe die Inhalte kopiert. Die für mich noch vielen unbeantworteten Fragen haben mein Interesse an der Trainingswissenschaft geweckt. In dieser Zeit galt z. B. in der Ausdauerszene die Trainingsphilosophie „Viel hilft viel“ und „bloß nicht zu viel zu hart trainieren, da gehen die Mitochondrien kaputt“. Diese Auffassung führte zu einer Dominanz von niedrigintensivem aerobem Training in sehr vielen Sportarten (nicht nur in den Ausdauersportarten). Durch Recherchen während meines Studiums in internationalen Literaturdatenbanken ergaben sich aber für mich zusätzliche Erkenntnisse, die zum Teil konträr zu dem standen was in deutschen Lehrbüchern zu lesen war. Kontrollierte Trainingsexperimente zeigten schon recht früh, dass intensives Intervalltraining u. a. die Mitochondrienkapazität positiv beeinflusst (also konträr zur gängigen Lehrmeinung).

Mein Eindruck war und ist immer noch, dass viele Akteure in der Praxis (Trainer*innen, Lehrer*innen) einfach wenig Zeit für kritische praxisrelevante Literaturrecherche haben, der Zugang zu (kostenpflichtigen) Publikationen verwehrt

ist, oder schlichtweg die englischsprachigen Fachtermini zu unverständlich sind, so dass praxisrelevante Forschung im Sinne einer „Pull-Funktion“ aus der Praxis kaum oder nicht gut genug implementiert wird und wurde. Aus diesem Grund hatte ich vor 15 Jahren mit einer Internetseite (www.sportsandscience.de) mit einer Art „Push-Funktion“ begonnen zu experimentieren, welche Themen und Medien von Trainer*innen genutzt und nachgefragt werden (Sperlich & Wicker, 2020). Anfänglich waren es kurze Zusammenfassungen und Übersetzung von englischen Artikeln in einer Art Blog-Funktion, später spezialisierte Wiki-Artikel, dann online Videos und gegenwärtig Podcasts zu aktuellen Themen. Parallel dazu habe ich angefangen die gängigen Social-Media-Kanäle zu nutzen, um auf entsprechende Inhalte aufmerksam zu machen, aber auch zu erkennen welche Themen in der Praxis diskutiert werden.

Warum sind Sie selbst aktiv im Bereich der Wissenschaftskommunikation?

Als Hochschullehrer bin ich ja ein aktives Mitglied im Wissenstransferprozess. Früher waren Studierende die hauptsächliche Adressatengruppe von Hochschullehrern*innen. Mittlerweile fordern viele Universitäten richtigerweise im Sinne einer Third-Mission auch komplexes Wissen an andere (Laien)gruppen weiterzugeben, was ich insbesondere für mein Fach befürworte. Ich selbst beteilige mich in der Wissenschaftskommunikation weil gerade in der Trainingswissenschaft viele Trainingsmaßnahmen & Trends von eher unerfahrenen Personengruppen teilweise unreflektiert aufgegriffen und mit hoher Effektivität

angepriesen werden, aber häufig eine solide wissenschaftliche wie auch praxisrelevante Evidenz fehlt. In (Trainer-) Fortbildungen spüre ich häufig eine Unsicherheit zu verschiedenen Themen – mein Eindruck: eine kritische Einordnung in verständlicher Sprache hilft oftmals den Akteuren in der unmittelbaren Sportpraxis.

Wie steht ihrer Meinung nach die deutsche Sportwissenschaft bezüglich Wissenschaftskommunikation da? Was ist gut und was ist ausbaufähig?

Die Sportwissenschaft ist als Wissenschaftsdisziplin auf vielen Ebenen heterogen, insbesondere haben die jeweiligen Teildisziplinen unterschiedliche Traditionen Wissen zu transferieren. Im Vergleich zu anderen Organen wie ACSM, NSCA, ECSS, BASES nehme ich vor allen Dingen den unmittelbaren Wissenstransfer unserer Dachorganisation auf der Basis „Wissen zur Verfügung stellen“ im Sinne einer Katalogisierung von Wissen in Schriftenreihen und „Bewerbung“ über mitgliederinterne Newsletter wahr. Zwar trägt die dvs mit zahlreichen Konferenzen und Tagungen im Wissensaustausch bedeutungsvoll bei, aus meiner Perspektive wäre aber ein professioneller nationaler sowie internationaler Wissenstransfer über die Nutzung moderner Medien für die Wissenschaftscommunity als auch die Praxis wünschens- und empfehlenswert.

*Warum ist Wissenschaftskommunikation für die Sportwissenschaft wichtig? Warum sollten Sportwissenschaftler*innen ihre wissenschaftlichen Aktivitäten kommunizieren?*

Die Fülle an Wissen explodiert, die Halbwertszeit des Wissens nimmt ab und traditionelle Publikationswege dauern für die Praxis häufig einfach zu lang. Die nachfolgende Grafik (Abb. 1) verdeutlicht die ungefähre Dauer, bis das Wissen in der Praxis Anwendung findet.

Die Praxis benötigt meiner Erfahrung nach eine Filterfunktion nach dem Motto, „was ist praxisrelevant“ und was wirkt (sicher) im Sinne einer Evidenzabsicherung. Daher macht es für (Nachwuchs)-Wissenschaftler Sinn (komplexe) Erkenntnisse für Laien verständlich zu erklären und über entsprechende Medien die Praxisrelevanz neuer Befunde an die entsprechenden Multiplikatoren sowie Zielgruppen (Wissenschaftsjournalist*innen, Wissenschaftskoordinator*innen in Verbänden, Blogger*innen, Lehrwart*inne, praxisnahe Zeitschriften, Trainer*innen) im Sinne einer Push-Funktion weiterzugeben.

Welche Medien/Kanäle „konsumieren“ Sie selbst, um sich über (sport-) wissenschaftliche Themen zu informieren?

Ich selbst scanne täglich meine abonnierten Seiten/Newsletter sowie Kanäle der Fachzeitschriften auf Facebook, Instagram, Twitter und Research Gate. Zudem nutze ich die „Alert“ oder „Publication-first“ Funktion der für mich wichtigsten Fachzeitschriften, um neuste Informationen zeitnah als Newsletter zu erhalten. Weiterhin freue ich mich über Webinare (sofern sie nicht Stunden dauern) zu neuen Themen aber auch die Präsentation eines Themas aus anderen Blickwinkeln. Als eine schöne Aufgabe empfinde ich die Mitarbeit in der Redaktion der Zeitschrift Leistungssport. Hier werden Anfragen/Kommentare der Leserschaft diskutiert, neue Themen aus der Praxis aufgegriffen und in regelmäßigen Brainstor-

mings überlegt wie Themen inhaltlich an die Praxis weitergegeben werden können.

Welche Medien/Kanäle nutzen Sie selbst, um Ihre Themen zu kommunizieren?

Ich selbst betreibe die Seite www.sportsandscience.de. Aktuell nutze ich vermehrt Podcasts zur Wissensvermittlung. Podcast haben mehrere Vorteile: Man kann auch Wissen „zwischen den Zeilen vermitteln“ und Themen aus anderen Blickwinkeln diskutieren. Ansonsten versuche ich aus meinem Fachgebiet 2-3 Beiträge pro Woche über die Social-Media-Kanäle zu verbreiten und „like“ oder „retweete“ regelmäßig. Gerne fertige ich, wie in diesem Beitrag, Manuskripte für Praxiszeitschriften an.

Welche Zielgruppe(n) möchten Sie ansprechen?

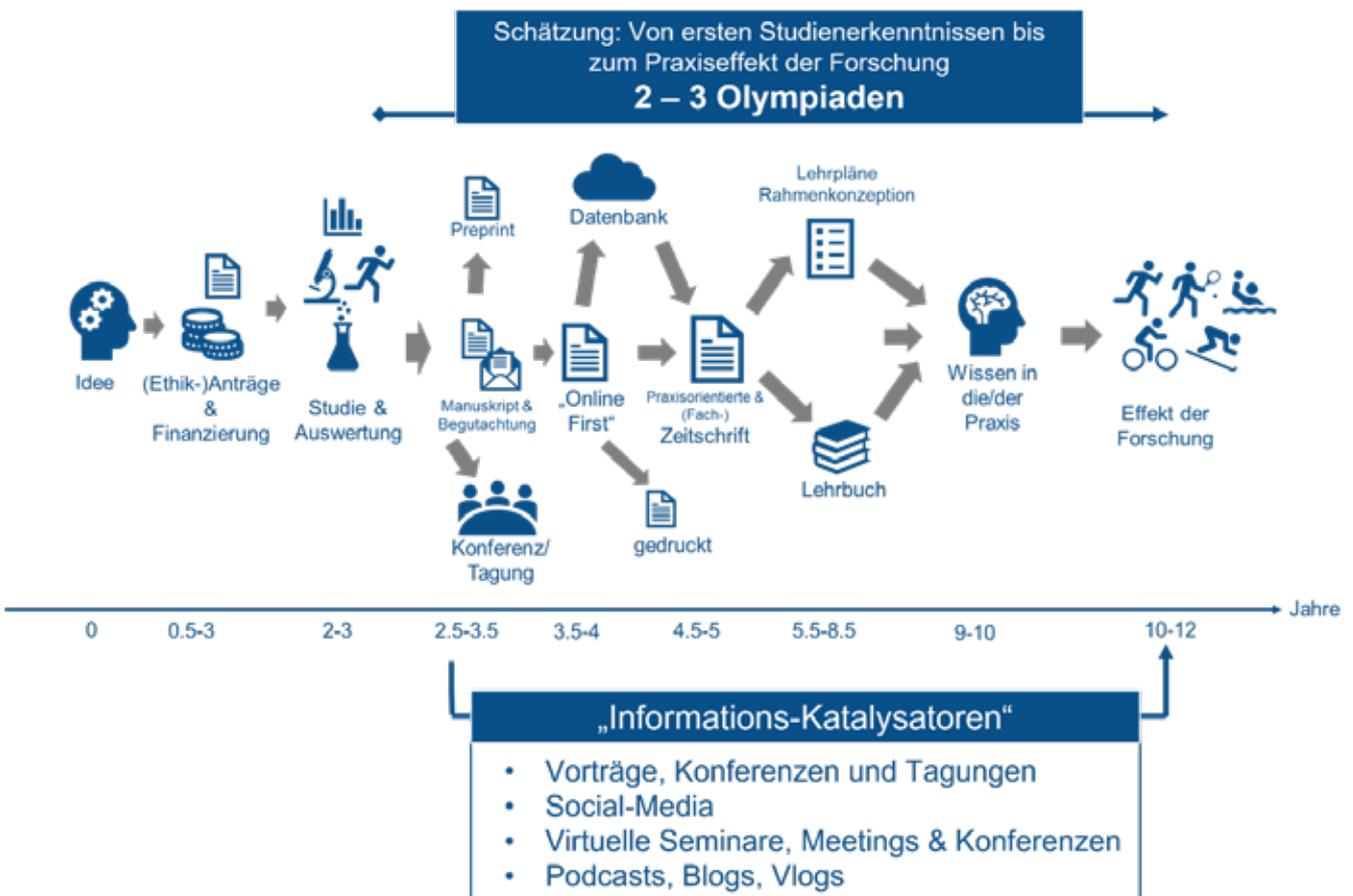


Abb. 1. Ungefähre Zeitachse des „Wissenstransfers“ unterschiedlicher Informationskanäle.

Ursprünglich war meine Zielgruppe auf www.sportsandscience.de Trainer*innen ohne fundierte sportwissenschaftliche Grundausbildung anzusprechen. Da ich an einer Hochschule lehre sind Sportstudierende immer mehr zu meiner Zielgruppe geworden, also eine Personengruppe mit entsprechender Vorerfahrung, aber häufig noch nicht ausreichender Kompetenz aktuelle Studienerkenntnisse kritisch einzuordnen oder die praktische Relevanz zu erkennen.

Welche Personen und Strukturen unterstützen Sie bei Ihren Aktivitäten in der Wissenschaftskommunikation?

In unterschiedlichen Funktionen erfrage ich aktiv welche Themen in der Praxis diskutiert werden. Hierzu gehört der rege Austausch auf Tagungen, Mitarbeit in Kommissionen, Verbänden, Austausch mit unterschiedlichen Redaktionen, vor allem aber das aktive Scannen der Sozialen Netzwerke und Wissenskanäle. Somit bekomme ich ein Gespür dafür mit welchen Organen ich in Kontakt treten sollte, um praxisrelevantes Wissen (z. B. Trainer*innenfortbildungen, praxisnahe Tagungen/Kongresse, Webinare) weiterzugeben. In meiner Aufgabe an der Hochschule versuche ich mit meinen Möglichkeiten meinen eigenen wissenschaftlichen Nachwuchs in der Community vorzustellen.

*Inwiefern ist die Wissenschaftskommunikation förderlich bzw. hinderlich insbesondere für die Karriere von Nachwuchswissenschaftler*innen in der Sportwissenschaft (Kosten/Nutzen-Abwägung; Zeit & Ressourcen vs. Bekanntheit...)?*

Ich denke der wissenschaftliche Nachwuchs sollte sich im Transfer von Wissen auf unterschiedlichen Ebenen engagieren. Zur beruflichen Qualifikation benötigt man zwar wissenschaftliche Publikationen in anerkannten Fachzeitschriften, um aber ein(e) anerkannte(r) Expert*in auf einem Gebiet zu werden muss das Wissen auch in der Praxis Gehör finden. Nur wer mit der Praxis kommuniziert wird letztlich auch die praxisrelevanten Fragen bekommen. Dazu bedarf es einer Komplexitätsreduktion und Simplifizierung von Inhalten und verständlichen Sprache – das muss man üben.

Wie wird das Engagement in der Wissenschaftskommunikation in Berufungsverfahren diskutiert?

Ich selbst habe nun mehrere Verfahren als Gremiumsmitglied sowie als Bewerber miterlebt und habe den Aspekt „Wissenschaftskommunikation“ je nach Fakultät und Fach sehr unterschiedliche wahrgenommen. Ich kann erstmal nur für mein Fach Trainingswissenschaft sprechen und für mich gehört der evidenzbasierte und verständliche Wissenstransfer zu einer Kernaufgabe.

*Was sind Ihre Empfehlungen für andere Nachwuchswissenschaftler*innen? Welche Fallstricke sollten sie vermeiden?*

Ich denke nach wie vor die Publikation in Fachzeitschriften sollte die oberste Priorität für den wissenschaftlichen Nachwuchs haben. Allerdings ist es so, dass man mit den üblichen 3-5 Publikationen für eine Promotionsarbeit evtl. noch

kein(e) ausgewiesene(r) Experte*in ist. Vor 30 oder vierzig Jahren war man wahrscheinlich mit 2-5 Publikationen ein(e) Expert*in in einem Themengebiet, heute bedarf es zusätzliches Engagement auf unterschiedlichen Wissenstransferkanälen. Ein Fallstrick ist sicherlich das „Ausruhen“ auf der Publikationsliste, nach dem Motto „es kann ja jeder meine Daten lesen, wenn er/sie das mag“. Ich denke heutzutage müssen Nachwuchswissenschaftler*innen eher „trommeln“ und neben dem reinen Publizieren sollte man zeitgleich aktiv sein Themenfeld über unterschiedliche Formate und Kanäle wie Blogs, Podcast, Tagungen, Konferenzen, Webinare etc. aktiv kommunizieren, bewerben und damit das eigene Gebiet vertreten. Allerdings sollten diese „ad-hoc“ Publikationsmaßnahmen die Eisbergspitze der Wissensvermittlung darstellen, die Basis für den Wissenstransfer sollte der vorherige intensive wissenschaftliche Diskurs sein.

Literatur

Sperlich, B., & Wicker P. (2019). Knowledge transfer into sport practice: An empirical user analysis of a sport science website. *European journal of sport science*. 20(3), 1–9. <https://doi.org/10.1080/17461391.2020.1775896>

Kontakt

» Prof. Dr. Billy Sperlich, Julius-Maximilians-Universität Würzburg
E-Mail: billy.sperlich@uni-wuerzburg.de
Twitter: @BillySperlich



Informationen für den wissenschaftlichen Nachwuchs:
www.facebook.com/SportwissenschaftlicherNachwuchs



Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf. Ein Wissenschafts-Podcast über die Menschen hinter den Papern

von Marilena Werth, Julia Neuburg & Jan-Hendrik Raffler



Was kommt Ihnen in den Sinn, wenn Sie den Slogan „Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf“ lesen? Genau! Radiowerbung. Fast jeder Radiohörer und jede Radiohörerin haben diesen Spruch schon gehört. Und er hält, was er verspricht: Wiedererkennung. Das Problem ist nur, dass immer weniger und vor allem immer weniger junge Menschen Radio hören. Statt eines vorgeplanten und vorselektierten Programms möchten sie selbst aussuchen können und nur das hören, was sie wirklich interessiert. Podcasts bieten die Chance, beides miteinander zu verbinden: Das zu finden, was interessiert und es dann zu hören, wenn es passt.

Medienmacher*innen haben sich auf diese Entwicklung eingestellt. Sie bieten Sendungen und Filme auf Abruf und produzieren zusätzlich zum linearen Programm weitere Formate für Hintergrundinformationen oder Kurzüpdates. Dieses Angebot macht es den Hörer*innen und Zuschauer*innen leicht, Inhalte zu finden und zu konsumieren.

Auch für die Wissenschaftskommunikation kann diese Idee interessant sein: Zusätzlich zu den wissenschaftlichen Veröffentlichungen weitere Angebote schaffen, die Menschen dort erreichen,

wo sie nach Informationen suchen. Gerade Podcasts scheinen vielversprechend für den Austausch über wissenschaftliche Themen. Sie bieten Raum für Nischen-Themen und den zeitlichen Rahmen, um Informationen und Hintergründe so erklären zu können, dass man sie verstehen und einordnen kann. Dass Wissenschaftspodcasts funktionieren, hat die Corona-Pandemie gezeigt. Fast jeder und jede konnte zumindest Ausschnitte aus dem NDR Info Coronavirus-Update mit dem Virologen Christian Drosten. Wer sich die Zeit nahm, die Folgen ganz zu hören und auf verlinkte Paper zu klicken, war so umfangreich informiert, dass eine eigenständige Meinungsbildung leichtfiel. Unter anderem für seine Podcast-Kommunikation wurde Drosten mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet.

Wussten Sie, dass sich auch an der Deutschen Sporthochschule Köln Wissenschaftler*innen mit den Folgen des Coronavirus beschäftigen? Fast täglich liefern sie

neue Forschungserkenntnisse, die bei Corona, aber auch darüber hinaus, eine direkte Relevanz für viele Menschen haben: Wie kann Bewegung das Fortschreiten von Demenz beeinflussen? Wie hilft Sport dabei, Entzündungsprozesse im Körper zu verhindern? Wie können die Paralympischen Spiele zu mehr Inklusion im Alltag beitragen? Alles Fragen, die unsere Gesundheit, unser gesellschaftliches Zusammenleben und politische Entscheidungen beeinflussen können.

Um Antworten auf diese Fragen zu geben und die Antworten möglichst leicht zugänglich zu machen, haben wir Anfang 2020 den Wissenschaftspodcast „Eine Runde mit...“ ins Leben gerufen. Wir sprechen einmal im Monat, immer ungefähr eine Stunde lang, mit den Menschen, die hinter den Papern stehen und aus erster Hand von wissenschaftlicher Arbeit und ihrer Entwicklung berichten können. Wir sprechen mit ihnen über ihre Projekte und wissenschaftliche Erkenntnisse, über die Faszination für ihr Thema, ihren



Foto: privat/frei

Weg in die Forschung und ihre Wünsche an die Politik.

Das Besondere: Die Fragen an unseren jeweiligen Gast kommen nicht nur aus unserer Redaktion, sondern auch von Kolleg*innen, Weggefährter*innen oder Externen, die einen Bezug zum Podcast-Thema haben. Sie erzählen Anekdoten und bringen Themen aus ihren Fachgebieten ein. So weiten wir die Inhalte in jeder Folge auch auf Fragestellungen von außerhalb unserer sportwissenschaftlich geprägten „Blase“ aus. Unser Ziel ist es, fundiert, persönlich, nahbar und auf Augenhöhe einen Dialog mit den Menschen zu schaffen, die unsere Forschung direkt betrifft, neue Denkanstöße zu liefern und darüber Anschlusskommunikation zu fördern. Das ist für uns gute Wissenschaftskommunikation. Und das Tolle am Podcast – gerade aus dem Blickwinkel der Sportwissenschaft: Es ist ein Medium, das Bewegung zulässt. „Eine Runde mit...“ kann man mitnehmen zum Spazieren, Joggen oder Radfahren.

Hinter „Eine Runde mit...“ steckt ein dreiköpfiges Team. Marilena Werth und Julia Neuburg, Redakteurinnen der Kommunikationsabteilung, bereiten den Podcast inhaltlich vor. Jan-Hendrik Raffler, freier Mitarbeiter des Deutschlandfunks und des WDR, führt durch das Gespräch. Inhaltlich orientieren wir uns an Themen, die gerade gesellschaftlich relevant sind und über die diskutiert wird. So ging es während des Lockdowns um die Folgen der Corona-Pandemie für Vereine, an-



lässlich des Starts der Paralympischen Spiele um Inklusion oder im Monat November, in dem traditionell auf Prostatakrebs aufmerksam gemacht wird, um eine großangelegte Studie zu Sport in der Therapie von Krebserkrankungen. Bei der Auswahl der Gäste ist es uns wichtig, die Vielfalt der sportwissenschaftlichen Forschungsgebiete abzubilden und genauso mit jungen Wissenschaftler*innen am Anfang ihrer akademischen Laufbahn wie mit etablierten Wissenschaftler*innen zu sprechen. Beide bringen ganz unterschiedliche Blickwinkel ein, die zusammen ein aussagekräftiges Bild vermitteln, wie wissenschaftliches Arbeiten funktioniert und wie Wissen generiert, aufbereitet und diskutiert wird. So erhoffen wir uns, dass unsere Forschung ins Ohr geht und

im Kopf bleibt. Garantiert werbefrei!

Eine Runde mit, der Wissenschaftspodcast der Deutschen Sporthochschule Köln, ist auf allen gängigen Podcast-Plattformen zu finden. Hören Sie direkt rein! www.dshs-koeln.de/einerundemit

Kontakt

- » Marilena Werth, Deutsche Sporthochschule Köln
E-Mail: M.Werth@dshs-koeln.de
Twitter: @MarilenaWerth
- » Julia Neuburg, Deutsche Sporthochschule Köln
E-Mail: J.Neuburg@dshs-koeln.de
- » Jan-Hendrik Raffler, Deutsche Sporthochschule Köln
E-Mail: j.raffler@yahoo.de
Twitter: @JHRaffler



Preisvergaben auf dem dvs Hochschultag in Kiel – Die Spannung steigt!

von Christina Niermann

Auf dem 25. dvs-Hochschultag (29.-31.03.2022) werden zwei wichtige Preise der dvs vergeben: Der dvs-Nachwuchspreis zeichnet die besten drei Forschungsarbeiten von Nachwuchswissenschaftler*innen und Nachwuchswissenschaftler in der Promotionsphase aus. Der dvs-Promotionspreis gefördert durch den Karl Hofmann-Verlag wird für die besten drei sportwissenschaftlichen Promotionen vergeben.

dvs-Nachwuchspreis 2022
Der dvs-Nachwuchspreis wird 2022 bereits zum zehnten Mal vergeben. Er wird gefördert durch die Friedrich-Schleich-Gedächtnis-Stiftung und ist mit insgesamt 1.500 Euro dotiert.

Auch diesmal haben sich wieder viele Nachwuchswissenschaftler*innen beteiligt: 30 Bewerbungen hatte die Jury zu bewerten.

Für die Endrunde auf dem dvs-Hochschultag 2022 wurden drei Nachwuchswissenschaftler*innen ausgewählt, die ihre Arbeiten in einer Sonderveranstaltung präsentieren werden.

Herzlichen Glückwunsch an dieser Stelle schon einmal an die folgenden drei Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler (alphabetische Reihenfolge)!

Jelena Bezold

Karlsruher Institut für Technologie



Foto: KIT / IfSS

Bewegungsförderung für Personen mit Demenz in Pflegeeinrichtungen: Das Potenzial von Individualisierung und Digitalisierung

Sophie Engelhardt

Eberhard-Karls-Universität Tübingen



Foto: privat/iret

Entwicklung professioneller Überzeugungen von angehenden Sportlehrkräften im Hinblick auf einen kognitiv aktivierenden Sportunterricht.

Christian Theis

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz



Foto: privat/frei

Wissenskulturen von Jugendlichen im Kontext Fitness

Zum Prozedere des dvs-Nachwuchspreises

Am Wettbewerb um den dvs-Nachwuchspreis können alle nicht-promovierten Nachwuchswissenschaftler*innen teilnehmen, die sich zum Zeitpunkt der Preisverleihung in der Qualifikationsphase befinden und mit einem sportwissenschaftlichen Thema promovieren. Die Bewerbung bezieht sich auf eigene, bis zum Bewerbungsschluss in der eingereichten Form unveröffentlichte Forschungsarbeiten. Die eingereichten Beiträge werden anonym einer Jury vorgelegt. Die Zusammensetzung der Jury orientiert sich an der disziplinären Sektionsgliederung der dvs und berücksichtigt weiterhin zwei Vertreter*innen der Kommission "Wissenschaftlicher Nachwuchs" und eine Vertretung des dvs-Präsidiums.

Der Jury für den dvs-Nachwuchspreis 2022 gehören an:

Der Jury für den dvs-Nachwuchspreis 2022 gehören an:

- » Prof. Dr. Erin Gerlach (Sektion Sportpädagogik)
- » Prof. Dr. Gregor Hovemann (Arbeitskreis Sportökonomie e.V.)
- » PD Dr. Daniel Link (Sektion Sportinformatik und Sporttechnologie)
- » Dr.in Julia Lohmann (Kommission Wiss. Nachwuchs)
- » Prof. Dr. Jochen Mayer (Sektion Sportsoziologie)

- » Dr. Marcel Reinold (Sektion Sportgeschichte)
- » Prof. Dr. Dr. Claus Reinsberger (Wissenschaftsrat DGSP e.V.)
- » Prof. Dr. Jörg Schorer (Sektion Sportmotorik)
- » Prof. Dr. Volker Schürmann (Sektion Sportphilosophie)
- » Prof. Dr. Billy Sperlich (Sektion Trainingswissenschaft)
- » Prof. Dr. Bernd Strauß (Arbeitsgemeinschaft für Sportpsychologie e.V.)
- » Dr.in Birte von Haaren-Mack (Kommission Wiss. Nachwuchs)
- » Jun.-Prof. Dr. Ingo Wagner (dvs-Präsidium)
- » Prof. Dr. Veit Wank (Sektion Biomechanik)

Zur Ermittlung der Rangfolge der Bewerber*innen werden insbesondere folgende Kriterien zugrunde gelegt: Sprachliche Darstellung, Systematik, wissenschaftliche Qualität des Ansatzes und der (geplanten) Durchführung, Originalität und Relevanz des Beitrags.

Drei ausgewählte Kandidaten*innen präsentieren ihre Arbeiten auf dem dvs-Hochschultag in einer Sonderveranstaltung („Endrunde“). An die Präsentation der Beiträge schließt sich eine Diskussion an. Die Rangfolge der Endrundenteilnehmer*innen wird anhand der Beurteilung der eingereichten Beiträge und deren mündlicher Vorstellung ermittelt.

Der dvs Nachwuchspreis 2022 wurde organisiert von Dr. David Jaitner und Carina Nigg.

Herzlichen Dank an die Jury und das Organisationsteam!

dvs-Promotionspreis gefördert durch den Karl Hofmann-Verlag

Der dvs-Promotionspreis wird 2022 zum ersten Mal verliehen. Er löst den dvs-Publikationspreis ab, der 2019 letztmalig beim Hochschultag in Berlin vergeben wurde.

Der Preis zeichnet für eine 2-Jahres Zeiftenster die beste sportwissenschaftliche Promotion aus und ist

mit insgesamt 3.000 Euro für die ersten drei Plätze dotiert.

Insgesamt haben sich 43 Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler beworben. Diese Arbeiten wurden in einer ersten Stufe durch eine achtköpfige Jury bewertet und die besten acht Arbeiten wurden ausgewählt. In einer zweiten Stufe wurden jeweils zwei externe Gutachten zu diesen Arbeiten eingeholt. Auf Basis dieser Gutachten wählte die Jury dann die besten drei Arbeiten aus und legte eine Rangfolge fest.

Die drei Finalist*innen sind (alphabetische Reihenfolge):

Dr. Marco Giurgiu

Karlsruher Institut für Technologie



Foto: KIT / IfSS

Sedentary behavior in daily life: Assessment issues, psychological antecedents and consequences

Johanna Korte

Technische Universität Dortmund



Foto: privat/frei

Körperunzufriedenheit bei Mädchen im Jugendalter – eine Mixed-Methods-Interventionsstudie im Sportunterricht

Dr. Lukas Streese

Universität Basel

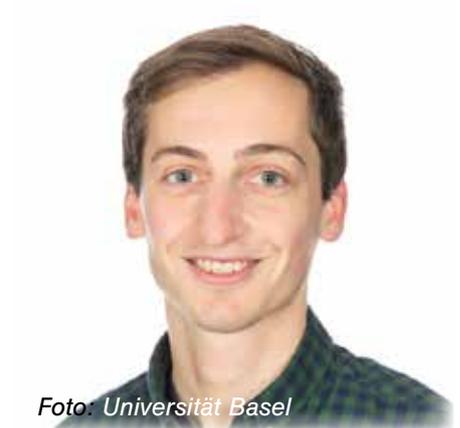


Foto: Universität Basel

Exercise and microvascular health in an ageing population: The EXAMIN AGE study

Das Geheimnis um die Platzierungen der drei Nachwuchswissenschaftler*innen wird am Hochschultag gelüftet. Gratulation an dieser Stelle schon einmal an die drei erfolgreichen Sportwissenschaftler*innen!

Zum Prozedere des dvs-Promotionspreises gefördert durch den Karl Hofmann-Verlag.

Der Preis wird beim im zweijährigen Rhythmus stattfindenden Sportwissenschaftlichen Hochschultag verliehen.

Nachwuchswissenschaftler*innen können mit ihren abgeschlossenen Dissertationen in Form von monographischen und kumulativen Arbeiten im Bereich der Sportwissenschaft um den Promotionspreis bewerben. Voraussetzung ist, dass zum Termin der Bewerbungseinreichung die Dissertation eingereicht und begutachtet ist sowie dass alle Gutachten vorliegen. Zudem können andererseits nur Bewerbungen zu solchen Dissertationen eingereicht werden, für die das zeitlich letzte Gutachten nach der Einreichungsfrist des Vorjahres liegt

(2-Jahres-Zeiftenster).

Die Bewertung der eingereichten Arbeiten erfolgt in einem zweistufigen Verfahren. Einzureichen sind im ersten Verfahrensschritt eine maximal fünfseitige Zusammenfassung der Dissertation sowie die Gutachten zur Dissertation. Die Zusammenfassungen werden durch eine Jury bewertet und es wird eine Auswahl von acht bis zehn Arbeiten getroffen, die in die nächste Bewertungsstufe eintreten. Bewertungskriterien für die Zusammenfassungen sind (soweit jeweils anwendbar) insbe-

sondere die Bedeutung des Themas, die theoretische Fundierung, das Untersuchungsdesign, die Untersuchungsauswertung, die Diskussion und die Schlussfolgerungen, die sprachliche Qualität und die Allgemeinverständlichkeit sowie der Mehrwert für bzw. der Impact auf die Sportwissenschaft.

In der zweiten Stufe werden zu den ausgewählten Arbeiten jeweils zwei Fachgutachten eingeholt. Diese Fachgutachten bilden für Grundlage für die Auswahl der drei besten Arbeiten durch die Jury.

Der Jury für den dvs-Promotionspreis 2022 gehören an:

- » Prof. Dr. Lars Donath, Deutsche Sporthochschule Köln
- » Prof. Dr. Karsten Krüger, Justus-Liebig-Universität Gießen
- » Prof. Dr. Thorsten Stein, Karlsruher Institut für Technologie
- » Prof.in Dr. Susanne Tiitlbach, Universität Bayreuth
- » Jun.-Prof. Dr. Ingo Wagner, Karlsruher Institut für Technologie
- » Prof. Dr. Mirko Wegner, Universität Hamburg
- » Prof.in Dr. Pamela Wicker, Universität Bielefeld
- » Prof.in Dr. Bettina Wollesen, Universität Hamburg

Der dvs Nachwuchspreis 2022 wurde organisiert von Dr.in Christina Niermann, Sören Wallrodt, Sandra Elisath und Dr.in Claudia Niessner.

Herzlichen Dank an die Jury und das Organisationsteam!

PostDoc-Vorlesung

Mit der „Post-Doc-Vorlesung“ bietet die dvs ein Forum für promovierte Nachwuchswissenschaftler*innen (u. a. Wiss. Assistenten*innen, Juniorprofessoren*innen) an, dass es ihnen erlaubt, ausführlicher und umfassender über ihre Forschung zu berichten als das es bei einem typischen Arbeitskreisbeitrag möglich wäre. Für die Vorlesungen stehen jeweils 40 min zur Verfügung (ca. 30 min Vortrag, 10 min Diskussion). In den dafür vorgesehenen Zeiten werden möglichst wenige Konkurrenzveranstaltungen stattfinden.

Die Bewerbungen werden getrennt für den natur-verhaltenswissenschaftlichen und den sozial-geistes-kulturwissenschaftlichen

Dr. Enrico Micheleni

TU Dortmund/Universität des Saarlandes



Foto: privat/frei

Forced Migration and Sport: „A Sociological Analysis of the Role of Sport in the Context of the ‚Refugee Crisis‘“

Bereich begutachtet wobei neben der wissenschaftlichen Qualität auch die thematische Eignung für den Keynotecharakter und ein breites Publikum eine Rolle spielt.

Die PostDoc-Vorlesung 2022 wurde vom dvs-Vizepräsident Nachwuchs Jun.-Prof. Dr. Ingo Wagner organisiert und aufgrund der Verschiebung des Hochschultags vom neuen Vizepräsident Dr. Uli Fehr unterstützt. Der Jury gehören an:

- » Prof. Dr. Christian Herrmann, Pädagogische Hochschule Zürich
- » Prof. Dr. Stefan Künzler, Universität Augsburg
- » Jun.-Prof. Dr. Ingo Wagner, Karlsruher Institut für Technologie
- » Dr. Uli Fehr, Universität Bayreuth

Dr. Lukas Streese

Universität Basel

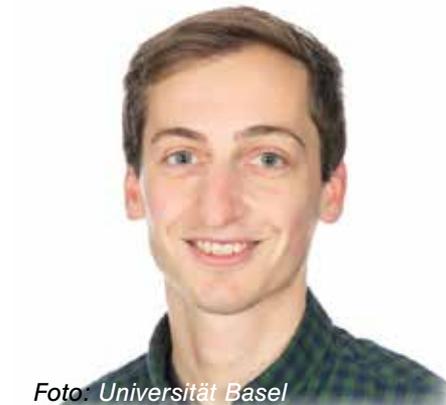


Foto: Universität Basel

„Sport als Therapie zur Reduzierung des kardiovaskulären Risikos: innovative Messmethoden und mechanistische Ansätze“

Mitgliedschaft?

Die Einzelmitgliedschaft im „Verein zur Förderung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses“ beträgt nur 22 Euro im Jahr. Sie unterstützen damit unsere Arbeit und erhalten natürlich ein Exemplar des Ze-phir frei Haus! Darüber hinaus erhalten Sie reduzierte Beiträge bei Nachwuchsveranstaltungen und die Möglichkeit Ihre Qualifikationsarbeit in der angesehenen Schriftenreihe Forum Sportwissenschaft zu publizieren! Das Beitrittsformular gibt es online unter www.sportwissenschaftlicher-nachwuchs.de

Position der dvs zur Situation des Sportwissenschaftlichen Nachwuchses in der Corona-Pandemie

Bereits im Bundesbericht Wissenschaftlicher Nachwuchs wird festgehalten: „Die Corona-Pandemie beeinträchtigt Forschung und Lehre: Im Zuge der Pandemie kam es zu zahlreichen Einschränkungen bei der Durchführung von Forschungsvorhaben, etwa durch pandemiebedingte Schließungen von Labors, Bibliotheken und weiteren Einrichtungen [...]“ (Konsortium Bundesbericht Wissenschaftlicher Nachwuchs, 2021, S. 36).

Ergänzend sei der eingeschränkte oder unmöglich gewordene Zugang in der Feldforschung erwähnt. Der wissenschaftliche Nachwuchs ist durch die dort fast ausnahmslos vorherrschenden befristeten Arbeitsverträge (vgl. ebd., S. 108), die gesetzlich festgeschriebene Befristungshöchstdauer und die Notwendigkeit zum erfolgreichen Abschluss von Qualifikationsarbeiten

für den weiteren Karriereweg besonders betroffen. Hier hat der Gesetzgeber erfreulicherweise bereits im Mai 2020 reagiert und über das „Wissenschafts- und Studierendenunterstützungsgesetz“ die insgesamt zulässige Befristungshöchstdauer nach dem Wissenschaftszeitvertragsgesetz (WissZeitVG) um 6 Monate erhöht und die Regelung durch die „WissZeitVG-Befristungsdauer-Verlängerungs-Verordnung“ im September 2020 um weitere 6 Monate erhöht. Konkret bedeutet dies nun, dass sofern die Qualifikation Befristungsgrund ist und das Arbeitsverhältnis beliebig lange zwischen dem 1. März und 30. September 2020 bestand, die Befristungshöchstdauer um 12 Monate erhöht ist und bei Beschäftigungen, die zwischen 1. Oktober 2020 und 31. März 2021 neu begründet wurden um 6 Monate. Eine weitere Verlängerung durch die anhaltenden Einschränkungen und für

Beschäftigungsverhältnisse, die nach dem 31. März 2021 begründet wurden, existiert zur Zeit dagegen nicht.

In die Lehre involvierte Nachwuchswissenschaftler*innen waren und sind u. U. darüber hinaus durch die zeitaufwändige Transformation in digitale oder hybride Lehrformen zusätzlich bei der Arbeit an der eigenen Qualifikation eingeschränkt. Individuell addieren sich gegebenenfalls Belastungen durch Homeschooling, fehlende Betreuungsmöglichkeiten oder gar Beeinträchtigungen und eventuelle Langzeitfolgen durch eine Covid-19 Erkrankung. Auf der anderen Seite profitieren Personengruppen ohne die genannten Beeinträchtigungen u. U. sogar von der Situation durch wegfallende Verwaltungsaufgaben oder Lehrveranstaltungen und konnten den Pandemiezeitraum für verstärkte Publikationstätigkeit nutzen.

Empfehlungen der dvs zur Abmilderung der negativen Folgen der Corona-Pandemie für den sportwissenschaftlichen Nachwuchs:

1. Bei zukünftigen Bewerbungen sollen nachweisliche Beeinträchtigungen durch die Corona-Pandemie geltend gemacht werden. Sie sollten insbesondere bei Berufungsverfahren über eine entsprechende Reduktion des akademischen Alters berücksichtigt werden, um eine zusätzliche Benachteiligung spezifischer Personengruppen durch die Coronapandemie abzumildern.
2. Die direkten Vorgesetzten und die Hochschulen sind aufgefordert, den gesetzlichen Rahmen zur verlängerten Beschäftigungsdauer nach dem Wissenschafts- und Studierendenunterstützungsgesetz auszunutzen und gemeinsam mit den Beschäftigten die Finanzierung des Zeitraums frühzeitig zu sichern.
3. Das BMBF wird aufgefordert, eine weitere Ausweitung der Höchstbefristungsdauer nach dem WissZeitVG aufgrund der über den 31. März 2021 anhaltenden und insbesondere im Winter 2021/2022 gravierenden Beeinträchtigungen zu prüfen.
4. Die forschungsfördernden Institutionen werden gebeten, alle Möglichkeiten auszuschöpfen um trotz andauernder Beeinträchtigungen durch die Corona-Pandemie den verzögerten Abschluss der Projekte und die Weiterbeschäftigung der Mitarbeitenden über den ursprünglich zugesagten Zeitraum hinaus zu ermöglichen.

Wie sind Eure Erfahrungen, wo liegen (noch) Probleme, wo benötigt Ihr Unterstützung? Twestert gerne an @SpowisNachwuchs oder kontaktiert den dvs-Vizepräsident Uli Fehr unter dvs@ulifehr.info.

Links/Quellen:

<https://www.sportwissenschaft.de/covid-19/sportwissenschaft-covid-19/>

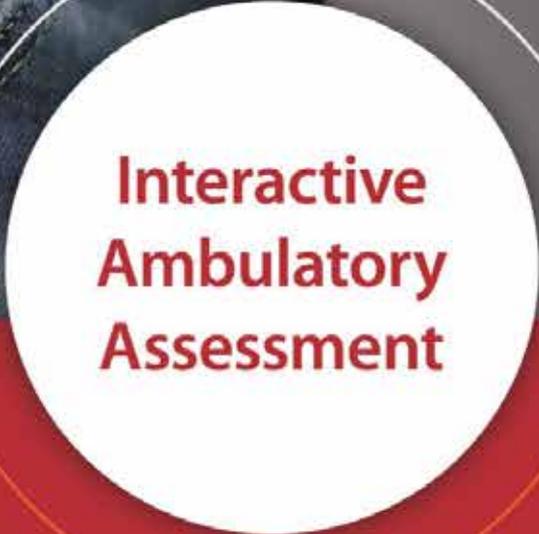




movisens

For those who care about quality

- Experience Sampling
- Activity Monitoring
- Stress Monitoring
- Sleep Monitoring
- Sedentariness Monitoring



**Interactive
Ambulatory
Assessment**

movisens GmbH
Augartenstraße 1
D-76137 Karlsruhe
Tel: +49 721 381344 -0
info@movisens.com



 SCAN ME



Student Project

Studentische Projekte sorgen häufig dafür neue Fragestellungen zu untersuchen. **Movisens** hat sich zum Ziel gesetzt Studierende bei der Umsetzung Ihrer Projekte im Bereich des Ambulanten Assessments und mobilen Monitorings zu unterstützen und zu fördern. Hierzu bieten wir die Möglichkeit sich für kostenfreie studentische Projekte zu bewerben. Gleichzeitig kann jedes genehmigte und erfolgreich abgeschlossene Vorhaben bei unserem jährlichen "Student Project of the Year Award" teilnehmen und attraktive Preise gewinnen.

Nachwuchsförderung

Gut qualifizierter wissenschaftlicher Nachwuchs ist eine Voraussetzung, um Forschungskompetenz, Innovationsfähigkeit und die akademische Ausbildung nachhaltig zu sichern. Um diese Ziele umzusetzen, fördert **movisens** zahlreiche Programme zur Unterstützung des wissenschaftlichen Nachwuchses. Als mit der Wissenschaft eng verbundenes Unternehmen trägt **movisens** so zur Verbreitung der Forschungsmethode des Ambulanten Assessments bei und macht damit deutlich, wie wichtig qualifizierte Mitarbeitende und praktische Erfahrungen in der Anwendung von Forschungsmethoden in der Wissenschaft sind. Damit leistet **movisens** einen langfristigen Beitrag zur Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses.



Veranstaltungen für Nachwuchswissenschaftler*Innen

movisens unterstützt regelmäßig Partner bei der Durchführung von Veranstaltungen für den wissenschaftlichen Nachwuchs durch Workshops, Webinare und finanzielle Unterstützung. Somit vermitteln wir den Studierenden aktuelles Wissen für ihre Planung und Durchführung der Studien sowie praktische Hilfestellung bei der Umsetzung von technologischen Forschungsansätzen. Bei der jährlichen Haupttagung des dvs bieten wir exklusive Workshops zu Themen des Ambulanten Assessments an. Zudem fördert **movisens** die ASP Nachwuchstagung, die Nachwuchswissenschaftler*Innen aus dem Bereich der Sportpsychologie einen wissenschaftlichen Austausch, soziales sowie sportliches Programm bietet.

Die asp-Nachwuchstagung 2021 in Tübingen – „Der Weg ist noch weit...“

von Stephanie Bünemann & Birte Brinkmüller

... aber durch die 25. asp-Nachwuchstagung in Tübingen sind wir alle der erfolgreichen Promotion ein ganzes Stück nähergekommen. Die thematische Vielfalt der Beiträge, der gegenseitige Austausch sowie das Knüpfen neuer Kontakte an diesen drei Tagen werden uns noch lange positiv in Erinnerung bleiben.

Angefangen hat der Weg zur 25. Nachwuchstagung, vom 9. bis 11. September 2021 für 22 Promovierende dabei nicht nur in vielen Teilen Deutschlands, sondern auch in Österreich und der Schweiz. Am Donnerstagmittag traf der wissenschaftliche Nachwuchs der Sportpsychologie das erste Mal im Brechtbau der Eberhard Karls Universität Tübingen aufeinander. Nach dem Kennenlernen bei Kaffee begrüßten uns die Organisatoren Fynn Bergmann & Martin Leo Reinhard des Arbeitsbereichs Sportpsychologie & Methodenlehre (Leitung: Prof. Dr. Oliver Höner)

sowie die drei Mentor*innen Jun.-Prof.in Dr. Cornelia Frank (Universität Osnabrück), Dr. Harald Seelig (Universität Basel) und Dr. Sylvain Laborde (DSHS Köln) im Hörsaal des Brechtbaus.

Im Anschluss folgte bereits der erste Hauptvortrag der Tagung, der uns sicherlich in vielen Momenten der Promotion hilfreich sein wird. Dr. Harald Seelig referierte in seinem Hauptvortrag „Null und Statistik – anekdotische Inzidenzen“ über die Bedeutsamkeit der Null und den Umgang mit verschiedenen Arten von Nullen. Nach einer kurzen, diskussionsfreudigen Pause starteten die ersten Gruppenarbeiten. Dabei wurden wir den drei Mentor*innen zugeordnet, sodass jede Kleingruppe aus sechs bis sieben Promovierenden bestand, die sich in den kommenden zwei Tagen intensiver mit ihren Forschungsthemen auseinandersetzten. Aufbauend auf den positiven Rückmeldungen

der letzten asp-Nachwuchstagung standen jedem/jeder von uns ca. 45 Minuten Zeit zur Verfügung, das Promotionsthema vorzustellen und anschließend offene Fragen in Bezug auf jegliche Aspekte wie Forschungsideen, Auswertungsverfahren oder den roten Faden der Arbeit zu diskutieren – und dies ganz unabhängig vom Stand der Promotion. Dabei ist es den Mentor*innen absolut gelungen, eine offene, entspannte, wertschätzende und diskussionsfreudige Atmosphäre und somit einen regen Austausch zu schaffen, der uns weitere Schritte auf unserem Karriereweg erleichtert. Anschließend standen noch zwei weitere, inhaltliche Programmpunkte auf dem Plan: zum einen wurde der „Verein zur Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses“ sowie die entsprechende Kommission der dvs durch Dr. Florian Schultz vorgestellt. Zum anderen nutzte Moritz Anderten (Sporthochschule Köln) die Gelegenheit, eine Pro-



be-Disputation vor allen Teilnehmenden zu halten. Insbesondere Promovierende in frühen Studien ihrer Qualifikationsphase hatten dadurch die Möglichkeit, den Ablauf und Umfang einer Verteidigung mitzuerleben. Der erste Tag wurde anschließend bei schönstem Wetter im Biergarten des nahegelegenen Irish Pubs und schließlich auf dem Marktplatz, wie es in Tübingen üblich ist, ausgeklungen. Dort wurde die entspannte Atmosphäre abseits des Hörsaals zum weiteren Kennenlernen, Reflektieren und Diskutieren genutzt.

Der zweite Tag

Der zweite Tag startete mit einer erneuten Gruppenphase, ehe wir virtuellen Besuch von Dr. Fabrizio Sors und Dr. Mauro Murgia über Zoom bekamen, die uns das European Network of Young Specialists in Sport Psychology (ENYSSP) vorstellten und uns die Möglichkeiten darstellten, auf welchen Wegen sich der wissenschaftliche Nachwuchs der Sportpsychologie auch international vernetzen kann. Um für den Weg zur erfolgreichen Promotion noch besser vorbereitet zu sein, ging Dr. Sylvain Laborde in seinem Hauptvortrag zum Thema „Developing interpersonal skills in the pursuit of successful academic careers“ u. a. auf gegenseitige Erwartungen zwischen Doktorand*innen und ihren Betreuer*innen ein. Dabei wurden beide Sichtweisen aus dem Plenum einbezogen, sodass ein interaktiver Austausch entstand. Damit uns die vermittelten sozialen Kompetenzen für unsere Karriere besonders gut im Gedächtnis bleiben, wurde der Vortrag zusätzlich nicht nur durch experimentelle

Versuche, sondern auch durch eine interaktive Gesangseinlage inkl. passender Socken ergänzt. Zur Stärkung für den zweiten Teil des Tages, bestehend aus erneuter Gruppenarbeit und einem Vortrag von Stefan Hey von movisens über das Ambulante Assessment und mobiles Monitoring (an dieser Stelle noch einmal ein herzliches Dankeschön für die Unterstützung der Tagung), durften wir mittags in den Geschmack von Ahmet's berühmten Kumpir kommen. Die Abendgestaltung bestand anschließend aus Wassersport, wobei die Wahl zwischen Stand-Up-Padel Board fahren und Stocherkahn (mit einem Stocherer aus eigenen Reihen, danke Jan) bestand. Nach teilweise anfänglichen Unsicherheiten auf dem Board konnten diese jedoch schnell überwunden werden, sodass nicht nur die allermeisten trocken wieder am Ziel ankamen, sondern sogar Kopfstände gemacht wurden. Der Abend wurde anschließend bei typisch schwäbischen Gerichten im Biergarten des Neckarmüller eingeläutet, ehe wir den Abend mit einem Spaziergang in die Stadt, vorbei an der Knolle (korrekterweise „Collegium“) und zum Neckar, einläuteten.

Der dritte Tag

Der dritte Tag begann mit weiteren Vorträgen in den Kleingruppen und einem anregenden Austausch, bevor Jun.-Prof.in Dr. Cornelia Frank ihren Hauptvortrag zum Thema „Quo vadis Goldstandard? Evidenz zwischen Reviews, Meta-Analysen und Co“ interaktiv gestaltete. Vor allem in Anbetracht der derzeitigen Corona-Pandemie und der eingeschränkten Möglichkeit zur Daten-

erhebung lud ihr Vortrag ein, über individuelle Erfahrungen mit entsprechenden Formaten sowie der Wichtigkeit und Umsetzung dieser zu diskutieren.

Im Anschluss stand bereits der letzte Tagungspunkt „Abschluss und Verabschiedung“ auf dem Programm. Fynn Bergmann, Martin Leo Reinhard und Arbeitsbereichsleiter Prof. Dr. Oliver Höner bedankten sich bei allen Beteiligten, insbesondere den Mentor*innen für ihre große Unterstützung, sowie bei Lena Kober und Martina Gierlich für die weitreichende Unterstützung vor und während der Tagung. Zudem wurde den Organisatoren für ihre Mühe und einwandfreie Planung unter erschwerten Bedingungen mit einem Präsent für ihren weiteren Weg gedankt. In diesem Zuge möchten auch wir uns noch einmal herzlich bei allen bedanken, die zum Gelingen einer wirklich schönen, interessanten und lehrreichen Nachwuchstagung beigetragen haben. Zuletzt wurde noch der Staffelstab an Lena Kopnarski (WWU Münster, AB Neuromotorik und Training) übergeben. Die Übergabe erfolgte in der Hoffnung, dass sich alle im nächsten Jahr wieder zur asp-Nachwuchstagung in Münster sehen – zur hoffentlich in Form einer Präsenzveranstaltung gewohnten Zeit vor der asp-Haupttagung. Nach einem letzten Gruppenfoto ging es für alle wieder Richtung Heimat – mit vielen neuen Erfahrungen, Eindrücken und Ideen im Gepäck, um für den weiteren Weg in der wissenschaftlichen Qualifikationsphase mit weiteren Erkenntnissen gewappnet zu sein.

Informationen für den wissenschaftlichen Nachwuchs:

www.sportwissenschaftlicher-nachwuchs.de



Bericht zum dvs-Nachwuchsworkshop am 26./27.09.2021 in Kiel

von Kim Huesmann, Till Koopmann & Franziska Lath

Zwei Tage spannender und bereichernder Nachwuchsworkshop liegen hinter uns: Am 26./27. September 2021 starteten 35 Nachwuchswissenschaftler*innen bei herrlich sonnigem Wetter auf dem Campus der Christian-Albrechts-Universität in Kiel in den fachlichen und persönlichen Austausch. Der von der dvs-Kommission „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ organisierte dvs-Nachwuchsworkshop wurde von Dr. David Jaitner (TU Braunschweig), dem Kommissionssprecher Sören Wallrodt (Hochschule Koblenz) sowie dem Leiter des Sportinstituts in Kiel, Prof. Dr. Manfred Wegner eröffnet. Das Programm umfasste auf die beiden Tage verteilt drei interessante Impulsbeiträge, intensive Arbeit in sechs Fachtutorien sowie ein leckeres und abwechslungsreiches Rahmenprogramm.

Der erste Impulsbeitrag wurde von Dr. habil. Helmut Strobl und Dr. Philipp Laemmert (beide Universität Bayreuth) zum Thema „Mental stark durch die Qualifikationsphase“ geleitet. In Form eines Workshops wurden verschiedene kritische Aspekte einer Promotionsphase (z. B. der ‚Innere Kritiker‘, ‚Zeitmanagement‘ und ‚Betreuung & System‘) mitsamt Lösungsstrategien beleuchtet, die vielen Teilnehmenden sicherlich bei

der erfolgreichen Gestaltung der eigenen Arbeit helfen werden.

Im zweiten Impulsbeitrag referierte Rebecca Winkels (Wissenschaft im Dialog, Berlin) zum Thema „Höher, schneller, weiter – Wisskomm im Fokus“. Dieser für alle Nachwuchswissenschaftler*innen relevante und interessante Input zum Thema der Wissenschaftskommunikation machte deutlich, dass ‚Wissenschaftler*innen als Kommunikator*innen‘ neben der eigenen Forschung auch die Verbreitung und Kommunikation ihrer wissenschaftlichen Erkenntnisse berücksichtigen und mitdenken sollten.

Den Abschluss der drei Impulsvorträge machte dann Prof. Dr. Dr. Swen Körner (DSHS Köln) zum Thema „Kontingenz in der (eigenen) Forschung“. Nach einem Einstieg mit der Definition und kurzen Herleitung des Begriffs Kontingenz („Es ist, wie es ist, aber könnte auch anders sein“) wurde dieser als Perspektive genutzt, um (selbst-)reflexiv auf aktuelle und sehr spannende Forschungsarbeiten im Bereich der Selbstverteidigung von Polizist*innen zu blicken. Basierend auf diesem konkreten Beispiel wurden die Möglichkeiten dieses Perspektivwechsels im Hinblick auf verschiedenste Forschungsfelder thematisiert.

Alles in allem haben wir die drei fachübergreifenden Impulsbeiträge als sehr interessant empfunden und teilen diesen Eindruck auch mit vielen anderen Teilnehmenden. Die verschiedenen Inhalte haben einmal mehr die Vielschichtigkeit (der Arbeit in) der Sportwissenschaft unterstrichen und damit den fachlichen Austausch in den verschiedenen Tutorien sehr gut ergänzt.

In den sechs Fachtutorien mit jeweils 4-8 Teilnehmenden in unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten bekamen alle Nachwuchswissenschaftler*innen die Chance, den aktuellen Stand ihrer Qualifikationsarbeit in einer lockeren und konstruktiven Atmosphäre zu präsentieren. Der zeitliche Rahmen bot dabei ausreichend Raum zur Reflektion und Besprechung der einzelnen Herangehensweisen und möglicher weiterer Potenziale im Plenum. Hier profitierten die Teilnehmer*innen nicht nur vom Feedback der Teilnehmenden von anderen Standorten, sondern vor allem auch dem Input der Mentor*innen: Dr.in Monika Frenger (Saarbrücken), Prof. Dr. Claus Krieger (Hamburg), Prof. in Dr. Ines Pfeffer (Hamburg), Prof. in Dr. Claudia Voelcker-Rehage (Münster), Prof. Dr. Andreas Wilhelm (Kiel) und Prof. Dr. Rainer Wollny (Halle-Wittenberg). Neben den fachlichen Diskussionen über die Qualifikationsarbeiten entstanden auch Gespräche und Austausch über weitere relevante Themen der Promotionsphase. Hierzu zählten etwa mögliche Karrierewege oder die Vorbereitung auf die Disputation, sodass die Tutorien in vielerlei Hinsicht eine sehr hilfreiche und förderliche Unterstützung waren.

Leider war es im Rahmen der aktuellen Hygieneregulungen nicht möglich, während des Nachwuchsworkshops gemeinsam sportlich



aktiv zu werden. Dennoch mangelte es nicht an gemeinsamen Aktivitäten. Am ersten Abend grillte die Fachschaft für alle Teilnehmenden bei immer noch herrlichem Wetter am Ruder- und Kanuzentrum des Kieler Hochschulsports. Durch das schöne spätsommerliche Wetter war es möglich, diesen Abend gemütlich draußen gemeinsam in die Länge zu ziehen und den Austausch mit anderen Nachwuchswissenschaftler*innen zu vertiefen. Alle, denen dieser Austausch noch nicht genug war, konnten diesen nach dem offiziellen Ende des Nachwuchsworkshops am drauffolgenden Abend im uralten Forsthaus fortsetzen. Unter solch gut organisierten und komfortabel gestalteten Rahmenbedin-

gungen fiel der Austausch über die verschiedensten Aspekte der Promotion (von Themenfindung, Lehrverpflichtungen, Betreuungsverhältnissen bis hin zum Engagement in verschiedenen Gremien) und auch angrenzende Themen sehr leicht.

Alles in allem lieferte der Nachwuchsworkshop eine rundum gelungene Bereicherung für die Teilnehmenden: hilfreicher, fachlicher Austausch in Kombination mit gegenseitigem Kennenlernen und Kontakteknüpfen. In Hinblick auf den kommenden Nachwuchsworkshop vom 12.-14. September 2022 an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg konnten wir als zukünftiges Organisationsteam persönlich viel Inspiration mitnehmen. Ein großer Dank gilt

allen Organisator*innen des Nachwuchsworkshops, die den Nachwuchswissenschaftler*innen mit viel Engagement einen super vorbereiteten Raum für Austausch und Vernetzung boten. Hier sind vor allem Dr. David Jaitner auf Seiten der Kommission Wissenschaftlicher Nachwuchs sowie Dr. Stefan Kratzenstein, Dr. Claudia Hacke und Jonas Jürgensen für das Organisationsteam vor Ort zu nennen. Ein weiterer Dank gilt den Referent*innen und Mentor*innen, die durch ihren Input und ihr Feedback das Wissen der Teilnehmenden bereicherten und andere Perspektiven und Ansätze beitrugen. In diesem Sinne: Nach dem Nachwuchsworkshop ist vor dem Nachwuchsworkshop, dann bei uns in Oldenburg – wir freuen uns drauf!

Bericht zur Mitgliederversammlung des Vereins und der dvs-Kommission „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ am 29.09.2021

von Till Koopmann

Aufgrund der Verschiebung des dvs-Hochschultags fand die gemeinsame Mitgliederversammlung des „Vereins zur Förderung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses e.V.“ und der dvs-Kommission „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ am 29. September 2021 online statt. Nach einer kurzen Begrüßung der zahlreichen Teilnehmenden wurde die Beschlussfähigkeit festgestellt und anschließend von den Tätigkeiten der Kommission und des Vereins berichtet. Auch wenn die Corona-Pandemie für einige Änderungen und Absagen gesorgt hatte, konnte hier eine Vielzahl beachtlicher und erfolgreicher Aktivitäten vorgewiesen werden. All dies konnte zudem unter Wahrung solider Finanzen realisiert werden, wie der Kassenbericht und die anschließende mit viel Lob an die entsprechenden Verantwortlichen

versehende Entlastung des Vereinsvorstands zeigte. An dieser Stelle bedanken wir uns sehr herzlich bei allen austretenden Mitgliedern des Sprecherrats! Vielen Dank für (viele Jahre andauerndes) Engagement an Christina Niermann, Uli Fehr, Claudia Niessner, Sören Wallrodt, Aiko Möhwald, Katharina Ptack und Florian Heilmann! Wir hoffen, dass ihr uns auch in Zukunft verbunden bleibt!

Für den neuen Vereinsvorstand wurden Julia Lohmann als 1. Vorsitzende, Carina Nigg als 2. Vorsitzende und Christian Hübner als Kassenwart gewählt. Das Amt des Sprechers der Kommission hat fortan Till Koopmann inne und Birte von Haaren-Mack wird als stellvertretende Sprecherin agieren. Neben diesen fünf Personen wurden weitere 15 Personen in den Sprecherrat der Kommission gewählt. Beim dvs-Hochschultag werden wir ein erstes

Fazit ziehen und entscheiden, wie die Arbeit in dieser großen Gruppe sinnvoll und effektiv strukturiert werden kann oder inwiefern zukünftig wieder in einem kleineren Sprecherrat gearbeitet werden soll. Bei der ersten Sprecherratssitzung in Köln am 29. und 30. Oktober 2021 arbeiteten wir erste Ideen in diese Richtung aus. In zwei sehr produktiven Tagen haben sich neben den altbewährten Aktivitäten (z. B. Nachwuchsworkshops, Ze-pher oder Preise) viele neue und relevante Bereiche ergeben, in denen wir uns vermehrt engagieren und einbringen möchten. Hierzu zählen u. a. die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, eine weitergehende (inter-)nationale Vernetzung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses oder die Organisation vielfältiger Veranstaltungen. Es gibt also auch für einen größeren Sprecherrat vieles zu tun und wir freuen uns sehr auf diese neue Amtsperiode!

Termine für den sportwissenschaftlichen Nachwuchs

14.-16.06.2022, Münster

asp-Nachwuchstagung (Sektion Sportpsychologie) & Post-Doc-Workshop der asp

Vom 14. bis 16. Juni 2022 habt Ihr die Möglichkeit verschiedenartige Beiträge mit Bezug zur eigenen Promotionsarbeit zu präsentieren, wie z. B. die geplante Struktur des Promotionsvorhabens, aktuelle Studien und Manuskripte oder Dissertationsvorträge. Den Promovierenden stehen dabei jeweils ca. 45 min für die Präsentation und darauffolgende inhaltliche Diskussion und Weiterentwicklung des Beitrags zur Verfügung. Die Promovierenden werden dabei in vier Kleingruppen von 5-8 Personen in Abhängigkeit ihrer Forschungsinteressen unterteilt. Inhaltlich und persönlich begleitet werden diese Gruppen von unseren erfahrenen Mentor*innen.

Neben der Arbeit in den Kleingruppen werden außerdem 2 Vorträge angeboten, welche sich mit relevanten Themen der akademischen und praktischen Arbeit in der Sportpsychologie beschäftigen. Beide Vorträge findet in Kooperation mit der Nachwuchstagung der dvs Sportpädagogik 2022 statt.

Abgerundet wird die Nachwuchstagung durch eine gemeinsame Abendgestaltung mit der Nachwuchstagung der dvs Sektion Sportpädagogik. Es wird die Möglichkeit zur Vernetzung und gemeinsamen Erkundung der Stadt geben.

Kontakt:

Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Sportwissenschaft, Arbeitsbereich Neuromotorik und Training
Wilhelm-Schickard-Straße 8, 48149 Münster, Telefon: 0251-83 32460, E-Mail: info@asp-tagung.de

15.-16.06.2022, Münster

Nachwuchstagung der dvs-Sektion Sportpädagogik

Die nächste Nachwuchstagung der Sportpädagogik findet am 15. und 16. Juni 2022 am Institut für Sportwissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster statt. Dabei wird es die Möglichkeit für Nachwuchswissenschaftler*innen geben, das eigene Promotionsvorhaben in Kleingruppen vorzustellen. Ein herzliches Dankeschön geht bereits vorab an die externen Mentor*innen Prof. Tim Bindel, Jun.-Prof. Esther Pürgstaller, Ass.-Prof. Stefan Meier und Prof. Miriam Seyda, die die Vorstellungen unter anderem betreuen werden. Zudem wird am Mittwoch ein spannender Vortrag von Prof. Tim Bindel zum Thema Wissenschaftskommunikation mit dem Titel „Erklär es mir, als wäre ich zwölf – Dissertationen gehen alle etwas an.“ stattfinden.

Die Anmeldung zur Nachwuchstagung findet zeitgleich zur Haupttagung statt. Die Teilnehmer*innenzahl ist begrenzt. Die Einreichung der Abstracts für die Nachwuchstagung ist bis zum 15.03.2022 möglich.

Kontakt:

Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Sportwissenschaft
Horstmarer Landweg 62 b, 48149 Münster, Tel.: (0251) 83-32361, E-Mail: nils.neuber@uni-muenster.de

23.06.2022, Bonn

Workshop für Doktorand*innen der Sportökonomie

Im Rahmen der 25. Jahrestagung des AK Sportökonomie findet ein Workshop für Doktorand*innen der Sportökonomie statt - weitere Informationen standen zu Redaktionsschluss noch nicht fest.

12.-14.09.2022, Oldenburg

32. dvs-Nachwuchsworkshop: Natur- und verhaltenswissenschaftliche Teildisziplinen

Der Nachwuchsworkshop wird am Institut für Sportwissenschaft der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg durchgeführt. Ziel der Veranstaltung ist die besondere Förderung und Weiterbildung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses. Zielgruppe des Workshops sind Nachwuchswissenschaftler*innen (primär Promovierende), die mit einer Qualifikationsarbeit mit natur- und verhaltenswissenschaftlicher Ausrichtung befasst sind und den Austausch mit anderen Nachwuchswissenschaftler*innen sowie erfahrenen Tutor*innen suchen.

Das Programm beinhaltet Workshops, Impulsvorträge und gemeinsame soziale Aktivitäten:

In den Workshops werden die Nachwuchswissenschaftler*innen in Kleingruppen von einer Tutorin oder einem Tutor beraten. Die Teilnehmenden erhalten die Möglichkeit, ihre Qualifikationsarbeit ca. 20 Minuten vorzustellen.

Im Anschluss werden bspw. Aufbau, Design, Ergebnisse oder Interpretation der Arbeit gemeinsam diskutiert. Die Tutor*innen bringen dabei ihre langjährigen Erfahrungen ein, leiten die Diskussion und geben abschließende Ratschläge. Die Teilnahme am Nachwuchsworkshop ist (in begrenztem Umfang) auch möglich, wenn keine eigene Arbeit bzw. kein eigenes Forschungsprojekt vorgestellt wird. Teilnehmende, die (noch) kein eigenes Thema haben, können dabei von der Arbeit an den anderen Themen profitieren.

Impulsvorträge zu speziellen Themen mit Relevanz für die sportwissenschaftliche Forschung ergänzen die Kleingruppenarbeit. Die eingeladenen Expert*innen referieren ca. 45 Minuten und stehen anschließend für Fragen und zur Diskussion zur Verfügung. Spezielle Fragen der Nachwuchsförderung werden durch Vertreter*innen der dvs-Kommission „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ angesprochen und diskutiert. Das Workshop-Programm wird durch gemeinsame soziale und sportliche Aktivitäten ergänzt.

Kontakt:

Für Fragen und weitere Informationen stehen Till Koopmann, till.koopmann@uol.de, und David Jaitner, d.jaitner@tu-braunschweig.de, zur Verfügung.

27.-28.09.2022, Chemnitz

Nachwuchstagung der dvs-Sektion „Sportinformatik und Sporttechnologie“

Im Rahmen der Nachwuchstagung erhalten die Teilnehmenden einen intensiven Einblick in aktuelle Methoden der Sportinformatik und Sporttechnologie. Dazu werden Vertreter*innen verschiedener Firmen (u. a. Motek Medical BV, Labosport, Catapult Sports, VAUDE) entsprechende Lernangebote (Dauer ca. 2h) erarbeiten, von denen die Teilnehmer*innen bis zu drei auswählen und besuchen können.

Kontakt

Dr.-Ing. Stefan Schwanitz, stefan.schwanitz@mb.tu-chemnitz.de; www.spinfortec2022.de

Institutsmitgliedschaften

Neben der persönlichen Mitgliedschaft im Verein zur Förderung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses gibt es auch Institutsmitgliedschaften, mit denen die sportwissenschaftlichen Institute ein Exemplar des Ze-pher für ihre Bibliotheken erhalten und vor allem ihre Identifikation mit der Nachwuchsförderung dokumentieren. Aktuell sind dies folgende Mitglieder:

- » Department Sport & Gesundheit, Universität Paderborn
- » Deutsche Sporthochschule Köln
- » Institut für Bewegungsmedizin, Brühl
- » Institut für Sport und Sportwissenschaft, Universität Heidelberg
- » Institut für Sport und Sportwissenschaft, Universität Kassel
- » Institut für Sportpsychologie und Sportpädagogik, Universität Leipzig
- » Institut für Sportwissenschaft, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
- » Institut für Sportwissenschaft, Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
- » Institut für Sportwissenschaft, Johannes Gutenberg-Universität Mainz
- » Institut für Sportwissenschaft, Technische Universität Darmstadt
- » Institut für Sportwissenschaft, Universität Bayreuth
- » Institut für Sportwissenschaft, Eberhard Karls Universität Tübingen
- » Institut für Sportwissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität Münster
- » Institut für Sportwissenschaft und Sport, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
- » Institut für Sportwissenschaft und Bewegungspädagogik, Technische Universität Braunschweig
- » Institut für Sportwissenschaften, Georg-August-Universität Göttingen
- » Institut für Sportwissenschaften, Technische Universität Chemnitz
- » Willibald Gebhardt Institut, Münster



Wir danken den genannten Instituten ausdrücklich für ihre Dokumentation und der hohen Bedeutung, die sie der Nachwuchsförderung beimessen und der direkten Unterstützung der Vereinsziele durch ihre Mitgliedschaft. Mitgliedsbeiträge und Spenden stellen die Basis für unsere Förderaktivitäten dar. Bitte machen Sie Ihre Institutsleitung auf diese Möglichkeit aufmerksam!

Schriftenreihe „Forum Sportwissenschaft“

Was ist die Schriftenreihe?

In der Schriftenreihe des Vereins zur Förderung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses e.V. werden überdurchschnittliche und originelle Qualifikationsarbeiten (Dissertationen, die mit mindestens magna cum laude bewertet wurden sowie Habilitationsschriften) aus dem Gesamtbereich der Sportwissenschaft veröffentlicht.

Der Vereinsvorstand bestellt den wissenschaftlichen Beirat dieser Buchreihe. Er setzt sich derzeit aus folgenden Personen zusammen: Prof. Dr. Erin Gerlach, Prof. Dr. Dietrich Kurz, Prof. Dr. Martin Lames, Prof. Dr. Bernd Strauß, Prof. Dr. Ansgar Thiel, Prof. Dr. Josef Wiemeyer und einer Vereinsvertreterin bzw. einem Vereinsvertreter. Um den Qualitätsstandard der Reihe zu sichern, durchlaufen die eingereichten Arbeiten ein erneutes Begutachtungsverfahren. Die Begutachtung erfolgt in der Regel innerhalb von acht Wochen.

Fortführung der Reihe in der Edition Czwalina der dvs

Der erste Band der Schriftenreihe erschien bereits 1984, damals im Verlag Harri Deutsch (25 Bände). Von 1998 bis 2006 war die Reihe beim Hofmann-Verlag beheimatet (11 Bände). Seit 2006 wird die Reihe mit fortgesetzter Bandzählung als Unterreihe der "Schriften der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft" in der Edition Czwalina des Feldhaus Verlags herausgegeben.

Bindung an die dvs und günstige Konditionen

Durch die enge Verbindung mit der dvs erhoffen sich Verein und Kommission einen nochmals höheren Zuspruch seitens des sportwissenschaftlichen Nachwuchses, in der Reihe zu publizieren. Hinzu kommt, dass mit dem vollzogenen Verlagswechsel die Publikation der Arbeit für die Autorinnen und Autoren deutlich günstiger wird. Die genauen Konditionen für die Publikation in der Reihe „Forum Sportwissenschaft“ können beim Verein erfragt werden.

Warum soll ich in der Schriftenreihe veröffentlichen?

Mit Betreuung einer unter strengen Qualitätskriterien begutachteten Reihe bietet der Verein zur Förderung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses e.V. weiterhin ausgezeichnete und attraktive Bedingungen in wissenschaftlicher sowie in finanzieller Hinsicht für die Veröffentlichung der eigenen Arbeit.

Bei Veröffentlichung in der Schriftenreihe erhalten Vereinsmitglieder auf Antrag einen Druckkostenzuschuss in Höhe von 20%, maximal 250 Euro.

Last but not least: Wie kann ich veröffentlichen?

Interessierte Nachwuchswissenschaftler*innen können ihre Arbeiten einschließlich der Gutachten bei den folgenden Ansprechpartnerinnen einreichen:

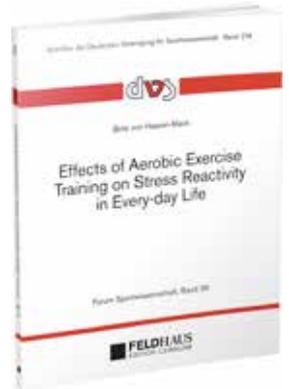
- » Dr.in Julia Lohmann
E-Mail: julia.lohmann@uni-a.de
- » Jelena Bezold
E-Mail: jelena.bezold@kit.edu

Seit 1999 in der Schriftenreihe erschienen Bände:

- Weiß, K. (2021). *Im Räderwerk... Jugendliche zwischen Schule und Leistungssport*. Feldhaus.
- Kroll, L. (2020). *GeH Mit! Gesundheitskompetenzentwicklung für HochschulMitarbeiter*innen durch Yoga*. Feldhaus.
- Töpfer, C. (2019). *Sportbezogene Gesundheitskompetenz: Kompetenzmodellierung und Testentwicklung für den Sportunterricht*. Feldhaus.
- Ptack, K. (2019). *Eine Interventionsstudie zum Thema Gesundheit im Sportunterricht*. Feldhaus.
- Giese, M. (2019). *Konstruktionen des (Im-)Perfekten*. Feldhaus.
- Seiler, K. (2019). *Nonverbal Behaviour and Person Perception in (Team)Sports*. Feldhaus.
- von Haaren-Mack, B. (2019). *Effects of Aerobic Exercise Training on Stress Reactivity in Every-day Life*. Feldhaus.
- Dincher, A. (2019). *Screeningverfahren in der Bewegungsförderung*. Feldhaus.
- Böhlke, N. (2019). *Wie Jugendliche mit psychischen Störungen Sport erleben. Eine qualitative Studie*. Feldhaus.



- Hüttermann, S. (2017). *Das "Attention-Window-Modell". Eine Exploration verschiedener Einflussfaktoren auf die Grösse und Form des visuellen Aufmerksamkeitsfokus im Sport.* Feldhaus.
- Sallen, J. (2017). *Leistungssportliches Engagement und Risikoverhalten im Jugendalter: Eine Studie zum Konsum von Drogen, Medikamenten und Nahrungsergänzungsmitteln.* Feldhaus.
- Kamper, S. (2015). *Schüler im Sportunterricht. Eine empirische Untersuchung zur Aufdeckung und Beschreibung von Schülerpraktiken.* Feldhaus.
- Krapf, A. (2015). *Bindung von Kindern im Leistungssport. Bindungsrepräsentationen zu Eltern und Trainern: Analyse der Zusammenhänge zu Selbstkonzept, sozialer Unterstützung, pädagogischem Arbeitsbündnis und Bewältigungsstrategien.* Feldhaus.
- Wirszing, D. (2015). *Die motorische Entwicklung von Grundschulkindern. Eine längsschnittliche Mehrebenenanalyse von sozioökologischen, soziodemographischen und schulischen Einflussfaktoren.* Feldhaus.
- Strobl, H. (2015). *Entwicklung und Stabilisierung einer gesundheitsförderlichen körperlich-sportlichen Aktivität. Korrelate, Mediatoren und Moderatoren im Prozess der Verhaltensänderung.* Feldhaus.
- Güldenpennig, I. (2015). *Cognitive reference frames of complex movements. The role of expertise for the visual processing of action-related body postures.* Feldhaus.
- Demetriou, Y. (2013). *Health Promotion in Physical Education. Development and Evaluation of the Eight Week PE Programme "HealthyPEP" for Sixth Grade Students in Germany.* Feldhaus.
- Ziert, J. (2012). *Stressphase Sportreferendariat?! Eine qualitative Studie zu Belastungen und ihrer Bewältigung.* Feldhaus.
- Klenk, C. (2011). *Ziel-Interessen-Divergenzen in freiwilligen Sportorganisationen. Eine Akteurtheoretische Analyse der Ursachen und Auswirkungen.* Feldhaus.
- Niermann, C. (2011). *Vom Wollen und Handeln. Selbststeuerung, sportliche Aktivität und gesundheitsrelevantes Verhalten.* Feldhaus.
- Sohnsmeyer, J. (2011). *Virtuelles Spiel und realer Sport. Über Transferpotenziale digitaler Sportspiele am Beispiel von Tischtennis.* Feldhaus.
- Mayer, J. (2010). *Verletzungsmanagement im Spitzensport.* Feldhaus.
- Schmidt, A. (2010). *Bewegungsmustererkennung anhand des Basketball-Freiwurfs.* Feldhaus.
- Schlesinger, T. (2008). *Emotionen im Kontext sportbezogener Marketing-Events.* Feldhaus.
- Weigelt-Schlesinger, Y. (2008). *Geschlechterstereotype - Qualifikationsbarrieren von Frauen in der Fußballtrainerausbildung?* Feldhaus.
- Halberschmidt, B. (2008). *Psychologische Schulsport-Unfallforschung.* Feldhaus.
- Bindel, T. (2008). *Soziale Regulierung in Sportgruppen.* Feldhaus.
- Blank, M. (2007). *Dimensionen und Determinationen der Trainierbarkeit konditioneller Fähigkeiten.* Feldhaus.
- Sudeck, G. (2006). *Motivation und Volition in der Sport- und Bewegungstherapie.* Feldhaus.
- Fritz, T. (2006). *Stark durch Sport – stark durch Alkohol?* Feldhaus.
- Bähr, I. (2006). *Erleben Frauen sportbezogene Bewegungen anders als Männer?* Hofmann.
- Gomolinski, U. (2005). *Sportengagement und Risikoverhalten.* Hofmann.
- Gogoll, A. (2004). *Belasteter Geist – Gefährdeter Körper.* Hofmann.
- Klee, A. (2003). *Methoden und Wirkung des Dehnungstrainings.* Hofmann.
- Nagel, S. (2002). *Medaillen im Sport – Erfolg im Beruf?* Hofmann.
- Mechau, D. (2002). *EEG im Sport.* Hofmann.
- Bund, A. (2001). *Selbstvertrauen und Bewegungslernen.* Hofmann.
- Pauer, T. (2001). *Die motorische Entwicklung leistungssportlich trainierender Jugendlicher.* Hofmann.
- Sygyusch, R. (2000). *Sportliche Aktivität und subjektive Gesundheitskonzepte.* Hofmann.
- Wolters, P. (1999). *Bewegungskorrektur im Sportunterricht.* Hofmann.
- Neumann, P. (1999). *Das Wagnis im Sport. Grundlagen und pädagogische Forderungen.* Hofmann.



Die noch lieferbaren Bände können über den Buchhandel bezogen oder direkt bei der dvs-Geschäftsstelle bestellt werden – mit 25% Nachlass für dvs-Mitglieder. Die Auslieferung der Bücher erfolgt zzgl. Versandkosten durch den Feldhaus Verlag gegen Rechnung. <https://www.sportwissenschaft.de/publikationen/dvs-schriftenreihe/>

Netzwerker*innen „Sportwissenschaftlicher Nachwuchs“

Land	Hochschule	Ort	Netzwerker*in
A	Karl-Franzens-Universität Graz	Graz	Jana Baumgärtner
A	Paris-Lodron-Universität Salzburg	Salzburg	Daniel Rode
A	Universität Wien	Wien	Andreas Raab
CH	Universität Basel	Basel	Martin Keller
CH	Universität Bern	Bern	Sascha Ketelhut
CH	Eidgenössische Hochschule für Sport	Magglingen	Philipp Roethlin
CH	Pädagogische Hochschule FHNW	Muttenz	Karolin Heckemeyer
CH	Pädagogische Hochschule Zürich	Zürich	Christian Herrmann
D	Universität Augsburg	Augsburg	Jennifer Breithecker
D	Universität Bayreuth	Bayreuth	Uli Fehr
D	Humboldt-Universität zu Berlin	Berlin	Franziska Lautenbach
D	Universität Bielefeld	Bielefeld	Ludwig Vogel
D	Ruhr-Universität Bochum	Bochum	Robin Schäfer
D	Technische Universität Braunschweig	Braunschweig	Nicola Böhlke
D	Universität Bremen	Bremen	Gilles Renout
D	Technische Universität Dortmund	Dortmund	Benjamin Büscher
D	Universität Erfurt	Erfurt	Yvonne Müller
D	Friedrich-Alexander-Universität	Erlangen-Nürnberg	Heiko Ziemainz
D	Universität Duisburg-Essen, Campus Essen	Essen	Dominik Edelhoff
D	Universität Flensburg	Flensburg	Lina Rahlf
D	Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt	Frankfurt am Main	Daniel Niederer
D	Pädagogische Hochschule Freiburg	Freiburg	Anne-Christin Roth
D	Justus-Liebig-Universität Gießen	Gießen	Heiko Maurer
D	Georg-August-Universität Göttingen	Göttingen	Benjamin Zander
D	Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg	Halle-Wittenberg	Florian Heilmann
D	Leibniz Universität Hannover	Hannover	Nils Eckardt
D	Pädagogische Hochschule Heidelberg	Heidelberg	Timo Weber
D	Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg	Heidelberg	Julius Haag
D	Stiftung Universität Hildesheim	Hildesheim	Dennis Wolff
D	Friedrich-Schiller-Universität Jena	Jena	Daniel Hamacher
D	Pädagogische Hochschule Karlsruhe	Karlsruhe	Claudia Niessner
D	Karlsruher Institut für Technologie (KIT)	Karlsruhe	Claudia Niessner
D	Universität Kassel	Kassel	Claudia Braun
D	Christian-Albrechts-Universität Kiel	Kiel	Finja Rohkohl
D	Universität Koblenz-Landau, Campus Koblenz	Koblenz	Dennis Perchthaler
D	Deutsche Sporthochschule Köln	Köln	Birgit Braumüller
D	Universität Konstanz	Konstanz	Arvid Kuritz
D	Universität Leipzig	Leipzig	Alexandra Ziegeldorf
D	Pädagogische Hochschule Ludwigsburg	Ludwigsburg	Lena Krone
D	Leuphana Universität Lüneburg	Lüneburg	Steffen Greve
D	Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg	Magdeburg	Kathrin Rehfeld
D	Johannes-Gutenberg-Universität Mainz	Mainz	Christian Theis
D	Philipps-Universität Marburg	Marburg	Meike Hartmann

Netzwerker*innen „Sportwissenschaftlicher Nachwuchs“

Land	Hochschule	Ort	Netzwerker*in
D	Technische Universität München	München	Vanessa Wergin
D	Universität der Bundeswehr München	München	Saskia Klughardt
D	Westfälische Wilhelms-Universität Münster	Münster	Lena Henning
D	Carl von Ossietzky Universität Oldenburg	Oldenburg	Till Koopmann
D	Universität Osnabrück	Osnabrück	Daniel Schiller
D	Universität Paderborn	Paderborn	Lena Gabriel
D	Universität Potsdam	Potsdam	Hagen Wulff
D	Hochschule Koblenz - RheinAhrCampus	Remagen	Katrin Lindt
D	Universität Regensburg	Regensburg	Leonardo Jost
D	Universität des Saarlandes	Saarbrücken	Christian Kaczmarek
D	Pädagogische Hochschule Schwäbisch Gmünd	Schwäbisch Gmünd	Jens Keyßner
D	Universität Stuttgart	Stuttgart	Norman Stutzig
D	Eberhard Karls Universität Tübingen	Tübingen	Fynn Bergmann
D	Universität Vechta	Vechta	Michael Braksiek
D	Pädagogische Hochschule Weingarten	Weingarten	Alexandra Heckel
D	Bergische Universität Wuppertal	Wuppertal	Jonas Wibowo
D	Julius-Maximilians-Universität Würzburg	Würzburg	André Siebe
D	Institut für Angewandte Trainingswissenschaft (IAT)	Leipzig	Franziska Lath

Stand Januar 2022 – Korrekturen/Ergänzungen bitte an Jessica Heil, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, E-Mail jessica.heil@uol.de

Über die Herausgeber*innen – Impressum

Der Ze-*phir* ist eine semesterweise vom „Verein zur Förderung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses e. V.“ mit Unterstützung der dvs-Kommission „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ herausgegebene Zeitschrift für sportwissenschaftliche Qualifikant*innen.

Die dvs-Kommission „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ vertritt die Interessen des sportwissenschaftlichen Nachwuchses. Aufgaben der Kommission sind u. a. die Organisation und Koordinierung von Nachwuchsveranstaltungen, Vertretung des Nachwuchses in Gremien, Betreuung der eigenen Homepage mit Informationen und Hinweisen. Es besteht eine enge Zusammenarbeit mit dem Verein zur Förderung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses e. V., der u. a. die für Nachwuchswissenschaftler*innen vorbehaltene Schriftenreihe „Forum Sportwissenschaft“ herausgibt und finanziell unterstützt. Weiterhin werden der Ausbau und die Pflege des „Netzwerks sportwissenschaftlicher Nachwuchs“ betrieben.

Printausgabe: 28 (2021) 2, ISSN 1438-4132; Internetausgabe: 28 (2021) 2; ISSN 1617-4895 (inhaltsgleich)

Impressum und Herausgeber nach Art. 7 BayPrG:

Verein zur Förderung des sportwissenschaftlichen Nachwuchses e. V. vertreten durch die 1. Vorsitzende: Dr.in Julia Lohmann, Universitätsstraße 3, 86159 Augsburg.

Betreuung des Schwerpunktes: Julia Lohmann, Uli Fehr, Birte von Haaren-Mack, Hanna Kron & Christina Niermann.

Druck:

flyerwire 4.0 GmbH & Co. KG, Hohensteiner Str. 27, 96482 Ahorn

