

Podcasts zum Transfer von Forschungsergebnissen

Podcasts haben als digitales Informationsmedium an Bedeutung gewonnen. **Das Bayerische Staatsinstitut für Hochschulforschung und Hochschulplanung (IHF)** hat vor zwei Jahren eine eigene Podcast-Serie gestartet. Ein Bericht über Ziele, Zielgruppe, technische Umsetzung und die bis jetzt erreichte Breitenwirkung | Von Susanne Falk und Franz Classe



Foto: Photogenika

Dr. Susanne Falk

ist wissenschaftliche Referentin und Projektleiterin am Bayerischen Staatsinstitut für Hochschulforschung und Hochschulplanung (IHF) und leitet dort das Ressort Marketing. | Falk@ihf.bayern.de



Foto: privat

Franz Classe

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Bayerischen Staatsinstitut für Hochschulforschung und Hochschulplanung (IHF) und für die redaktionelle und technische Umsetzung der Podcasts im Ressort Marketing zuständig. | Classe@ihf.bayern.de

Podcasts sind kein neues Medium der Wissenschaftskommunikation. Sie sind innerhalb und außerhalb der Wissenschaft weit verbreitet. Bei Podcasts im wissenschaftlichen Kontext handelt es sich um einen Audiobeitrag, bei dem ein Dialog zwischen der/dem Interviewenden und einer/einem oder mehreren Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern über konkrete Forschungsfragen oder ein Forschungsprojekt im Zentrum steht. Als kompaktes Format der Wissenschaftskommunikation zielen Podcasts darauf, die Zuhörenden über ein Thema zu informieren, Hintergrundwissen zu vermitteln und die Bedeutung des Themas für die Praxis herauszuarbeiten. So wird eine breite Zielgruppe von Journalistinnen und Journalisten über Mitarbeitende in Hochschulen und Wissenschaftsorganisationen, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in der Hochschul- und Bildungsforschung bis hin zu Bürgerinnen und Bürgern angesprochen. Durch die Adressierung einer breiten Zielgruppe können sie den Transfer von Forschungsergebnissen in die Praxis unterstützen.

Pandemie bot Anlass für Podcast

Mit dem Einsetzen der Corona-Pandemie und dem Lockdown im Frühjahr 2020 wurde von der wissenschaftlichen

Leitung des Bayerischen Staatsinstituts für Hochschulforschung (IHF), Prof. Dr. Isabell Welp, angeregt, neue digitale Formate der Wissenschaftskommunikation in die Öffentlichkeitsarbeit des IHF zu integrieren. Die bereits existierenden digitalen Formate, wie die Open Access-Publikationsreihen „IHF kompakt“ oder der zwei Mal jährlich erscheinende digitale Newsletter, sollten durch die Entwicklung einer Podcast-Reihe sowie durch Videos und Webinare ergänzt werden.

Die Idee stieß im Kreis der Kolleginnen und Kollegen auf hohe Resonanz. Im Vorfeld wurden Fragen der Adressatinnen und Adressaten, Zielsetzung, Inhalte und technischen Umsetzung diskutiert. Auch Fragen der Vermarktung der Podcasts über einen einschlägigen Titel, die Gestaltung eines Titelbilds und ein passendes Logo wurden aufgegriffen. Andere Fragen, wie das Streaming der Podcasts über Streamingdienste, stellten sich erst zu einem späteren Zeitpunkt, als die Reihe bereits an den Start gegangen war.

Institutionelle Gemeinschaftsaufgabe

Die Podcast-Reihe wird in erster Linie mit den Forschungsergebnissen unseres Instituts und unserer Kooperationspartnerinnen und -partner bestückt. In der Regel wird eine neue Folge dann ge-



Franz Classe (Mitte) bei der Aufnahme eines Podcasts mit den Kolleginnen Dr. Esther Ostmeier (links) und Dr. Maike Reimer.

plant, wenn ein Forschungsprojekt abgeschlossen ist und die Ergebnisse verschriftlicht sind. Das Ziel ist, mit den Podcasts den Transfer der Forschung in die Praxis zu unterstützen.

Eine Ausnahme stellt der Podcast „Promovieren in der Hochschulforschung“ dar, bei dem kein originäres Forschungsthema, sondern ein organisationsübergreifendes Thema im Mittelpunkt steht. Es werden Punkte aufgegriffen wie die Befristung von Stellen, die Interdisziplinarität und die Betreuung, die auch in der aktuellen Diskussion zum Thema „wissenschaftlicher Nachwuchs“ diskutiert werden.

Bis heute hat sich das Konzept des IHF-Podcasts stetig weiterentwickelt. Von Anfang an war jedoch klar, dass es sich um einen Beitrag zur Wissenschaftskommunikation handelt. Das bedeutet, dass jede Folge für die Hörerinnen und Hörer inhaltlich verständlich sein muss. Mit den Podcast-Folgen soll zum Ausdruck kommen, dass die Hochschulforschung Erkenntnisse fördert, die für Gesellschaft, Politik und auch die Hörerinnen und Hörer interessant und relevant sind.

Mittlerweile liegen elf Folgen der Podcast-Reihe vor, zum Beispiel zur Bedeutung von Resilienz für den Stu-

dienerfolg, die Situation internationaler Studierender, die Situation von Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftlern oder auch die Situation an Hochschulen während der Corona-Pandemie.

Vorbereitung und Umsetzung der Podcasts

Die Podcast-Produktion beginnt mit der pre production. An deren Anfang steht die inhaltliche Einarbeitung der Interviewerin oder des Interviewers in das Thema. Die Aufgabe der pre production ist es, das Thema des jeweiligen Projekts mit gezielten Fragen zu erschließen. Eine gute Podcast-Folge sollte eine kohärente Geschichte erzählen. Nur so kann sichergestellt werden, dass auch fachfremde Hörerinnen und Hörer den Zugang zum Thema finden. Aus diesem Grund sollen die Fragen zuerst den Kontext des Themas erfassen und später Praxisbeispiele und -implikationen in den Vordergrund gerückt werden. Persönliche Anekdoten der zu Interviewenden erlauben dem Publikum, sich mit dem Thema zu identifizieren.

Anschließend werden ein oder mehrere Interviews geführt. Idealerweise findet ein Interview persönlich statt. So kann mit dem richtigen technischen Equipment eine gute Aufnahmequalität sichergestellt

werden. Außerdem ist auch eine persönliche Interaktion während des Interviews wahrscheinlicher, wenn sich beide Gesprächspartner oder -partnerinnen im selben Raum befinden. Der Interviewer oder die Interviewerin achtet darauf, dass ein natürliches Gespräch entsteht, das durch die vorab erstellte Frageliste gelenkt wird. Je natürlicher die Interaktion, desto angenehmer das Hörerlebnis. Dabei darf allerdings nicht außer Acht gelassen werden, dass das Thema und der Themenkontext vonseiten der zu interviewenden Personen hinreichend genau erklärt werden müssen. Eine weitere Aufgabe der Interviewerin oder des Interviewers ist es zudem, Nachfragen zu stellen, wenn wissenschaftliche Begriffe eingeführt und nicht ausreichend erklärt werden.

Nachdem die Interviews geführt wurden, können in der technischen Produktion (post production) dann verschiedene Stimmen kombiniert und auditive Unregelmäßigkeiten korrigiert werden. Ein Podcast-Beitrag kann in der post production allerdings auch mit nachträglichen Ergänzungen weiterer Interviewpartnerinnen oder -partner und Erklärungen seitens der Interviewerin oder des Interviewers ergänzt werden. Bei einem solchen gebauten Beitrag dient ein persönliches Interview allerdings oft als Basis.

Bekanntheit stetig steigern

In der Anfangsphase wurden die Podcasts ausschließlich auf die Homepage des IHF hochgeladen und über den regelmäßig erscheinenden Newsletter beworben. Zur besseren Distribution und zur Steigerung des Bekanntheitsgrads der Podcast-Reihe sind diese seit 2022 auf den Webseiten verschiedener Streamingdienste (Spotify, Google Podcasts, iTunes) abrufbar. Über die Suchfunktion können sie auf den Streamingplattformen thematisch eingegrenzt oder gezielt recherchiert werden. Auf diesem Wege können sie auch von interessierten Personen gefunden werden, die nicht regelmäßig die Webseiten des IHF besuchen oder über den Newsletter informiert werden.

Besonders für Kooperationspartnerinnen und -partner ist es interessant, einzelne Podcast-Folgen zu teilen. Für das IHF, die wissenschaftlich interessierte



Nicht zu akademisch werden. Denn einfach und anschaulich dargestellte Forschungsinhalte sind für die Zuhörerinnen und Zuhörer besser nachvollziehbar “

Öffentlichkeit, die wissenschaftliche Community und die Kooperationspartnerinnen und -partner bildet der Podcast somit eine gemeinsame Plattform, über die Erkenntnisse und Fakten geteilt werden.

Fazit: einfach und anschaulich präsentieren

Podcasts sind ein kompaktes und informatives Medium, um Inhalte aus der Wissenschaft aus der Perspektive der Forschenden sowie der Praktikerinnen und Praktiker für eine breite Zielgruppe anschaulich darzustellen. Die dialogische Form macht sie für die Zuhörerinnen und Zuhörer abwechslungsreich und unterhaltsam und trotzdem informativ. Zudem kann der Interviewer oder die Interviewerin wissenschaftliche oder praxisbezogene Akzente setzen, wodurch auch den Bedürfnissen unterschiedlicher Zielgruppen entsprochen werden kann. Für die Qualität eines informativen und unterhaltsamen Podcasts ist nicht nur das Thema, sondern auch die Darstellung durch die zu interviewenden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler entscheidend. Hier gilt als Rat „nicht zu akademisch“, denn einfach und anschaulich dargestellte Inhalte sind für die Zuhörerinnen und Zuhörer besser nachzuvollziehen. Schließlich haben sie nach einem Podcast, im Unterschied zu einem Vortrag, nicht die Möglichkeit, Verständnisfragen zu stellen. //