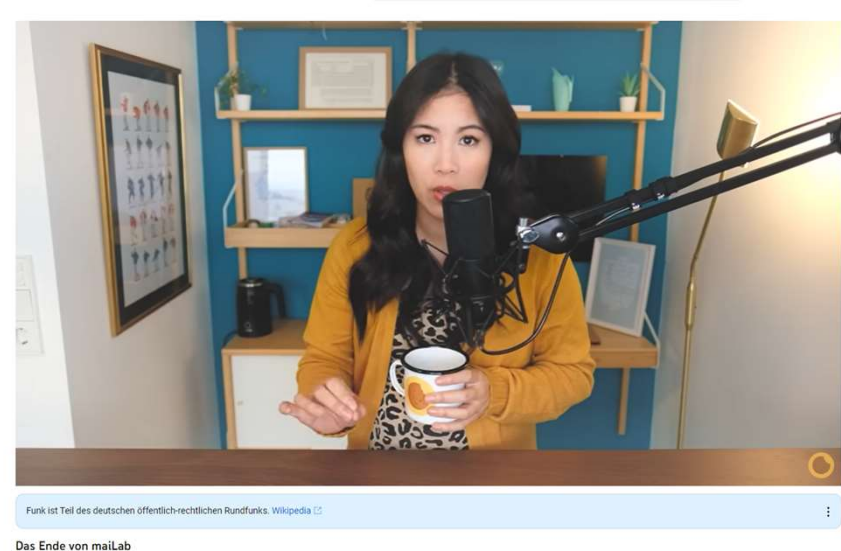


# Podcasts als Instrument der Wissenschaftskommunikation

---

Arbeitstagung „Forschung – Praxis – Promotion“

Adrian Roeske (Institut für Informationsmanagement Bremen)  
& Milena Konrad (HAW Hamburg)



# WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION IM WANDEL

# Wissenschaftskommunikation heute

- Wissenschaftskommunikation war/ist an die verfügbaren Medien der Zeit gebunden
- Digitalität hat bisherige Strukturierungssysteme und Klassifizierungssysteme komplett in Frage gestellt
- Mit dem Internet und der Digitalisierung waren auch zunehmend neue Formate möglich
  - Open-Access-Bewegung
  - Creative-Common-Lizenzen als Basis für die freie Nutzung

Quelle: Ball 2020

# Wissenschaftskommunikation im Wandel

- Formate wie Audio und Video werden als „Zukunft der Wissenschaftskommunikation“ (Ball 2020: 119) gehandelt und haben im Rahmen der Covid-19-Pandemie zusätzliche Bedeutung erlangt
- Öffentlichkeitswirksames Beispiel:
  - „Das Coronavirus-Update“ vom NDR mit Christian Drosten und später im Wechsel mit Sandra Ciesek
  - Niedrigschwellige Kommunikation von Wissenschaft zu komplexen Themen



Quelle: NDR.de

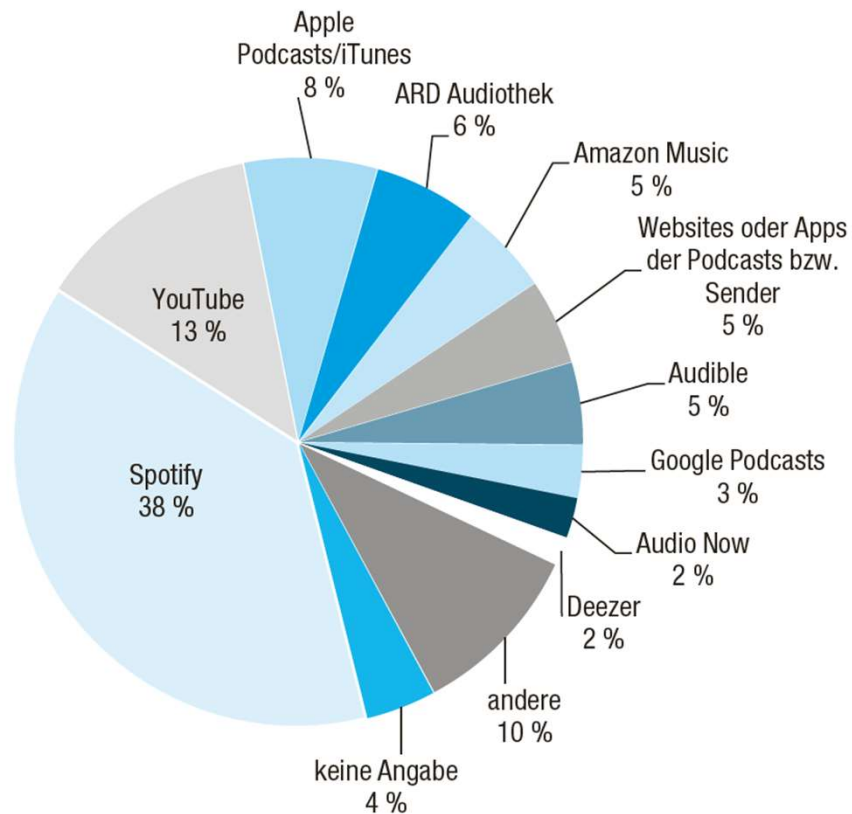
# Wissenschaftskommunikation digital

- Vermittlung wissenschaftlichen Wissens durch zahlreiche Akteur:innen unabhängig von klassischen Medien immer stärker im Internet möglich
- Podcasts mit rasantem Aufstieg: Zu Beginn der 2010er Jahre waren bei „podcast.de“ 20.000 Podcasts gelistet, 2,5 % davon in der Kategorie Wissenschaft
- Heutzutage kaum noch zu überblicken, Angebot hat aber stark zugenommen, vor allem auch Wissenschaftspodcasts

# Wissenschaftskommunikation via Podcast

- Stand Dezember 21 zählten sich 27 % der deutschen Bevölkerung zu gelegentlichen Podcast-Hörer:innen, insbesondere in der Gruppe 20-29 Jahren weit verbreitet (45 % hören zumindest selten Podcasts), im internationalen Vergleich wird in Deutschland aber wenig Podcast gehört
- Motive für das Hören von Podcasts: Interaktion, Unterhaltung, Wissen/Information
- Zu den beliebtesten Genres zählen Comedy/Satire, Politik, Nachrichten, True Crime und Wissenschaft
- Wissenschaft und Forschung spielt insbesondere in der Altersgruppe 30-49 eine wichtige Rolle

Abbildung 4  
Meistgenutzte Plattformen für Podcasts



Basis: aktive Podcasthörer in Deutschland, W2: n=5 377.

Quelle: ARD-Podcaststudie 2021, 2. Welle.

## Podcasts & YouTube?

- YouTube gilt als unterschätzter Zweitanbieter – einzige Plattform, die ansatzweise mit dem Marktführer Spotify konkurrieren kann
- Videoplattformen gewinnen zunehmend an Bedeutung, aber auch Social Media-Plattformen, was auch neue Formate mit sich bringt

# Wissenschaftspodcasts liegen im Trend

- Bezug zu Wissenschaft und Forschung (wiederum aus Lehre und Forschung, inklusive Neuigkeiten aus der Forschung)
- Podcasts gelten als etabliertes Kommunikationsinstrument in der Wissenschaft
- Auf internationaler Bühne produzieren 46 % der aktiven Angebote eine Folge im Vierteljahr (was auch auf den DGSA.podcast zutrifft) – für Deutschland ist die Studienlage dünn
- „Medial deutlich geringere Sichtbarkeit der Geisteswissenschaften“ – Fokus liegt stark auf MINT-Themen



# Podcasts und Transfer(möglichkeiten)

- Transfer von Wissen und Forschung wird zunehmend wichtiger (Third Mission) – Podcasts stellen hier ein niedrighschwelliges Medium dar
- Möglichkeiten zum Einsatz in der Lehre und in Zusammenarbeit mit Studierenden, um Wissen für eine größere Zielgruppe verfügbar zu machen
- Eigenes Projekt: DGSA.podcast mit breiter Zielgruppe, richtet sich sowohl nach innen als auch nach außen

# Quellenverzeichnis

Ball, Rafael (2020): Wissenschaftskommunikation im Wandel. Von Gutenberg bis Open Science. Wiesbaden: Springer VS.

Boy, Bettina (2020). Audio-visuelle Wissenschaftskommunikation im Internet. In: Niemann, P., Bittner, L., Hauser, C., Schrögel, P. (eds) Science-Slam. Springer VS, Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28861-7\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28861-7_12).

Beisch, Natalie; Koch, Wolfgang (2021): Aktuelle Aspekte der Internetnutzung in Deutschland. 25 Jahre ARD/ZDF-Onlinestudie: Unterwegsnutzung steigt wieder und Streaming/ Mediatheken sind weiterhin Treiber des medialen Internets. Online verfügbar unter: [https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2021/Beisch\\_Koch.pdf](https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2021/Beisch_Koch.pdf).

Dernbach, B. (2022). Hineinhören in die wunderbare Welt der Wissenschaft. Podcasts als Medium der Wissenschaftskommunikation. In: Katzenberger, V., Keil, J., Wild, M. (eds) Podcasts. Springer VS, Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-38712-9\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-658-38712-9_12)

RedaktionsNetzwerk Deutschland (2022): Diese Podcasts sind derzeit in Deutschland angesagt. Online verfügbar unter: <https://www.rnd.de/medien/podcast-charts-von-itunes-und-spotify-beliebte-podcasts-in-deutschland-montag-28-03-2022-AVQYY6ITH5GCVNU3QEXQZUXZDA.html>.

Rudeloff, C., Schaumann, J.M., Wiethe, L. (2022). Warum hören Menschen Podcasts? Forschungsstand und Forschungsperspektiven zu den Motiven der Podcast-Nutzung. In: Katzenberger, V., Keil, J., Wild, M. (eds) Podcasts. Springer VS, Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-38712-9\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-658-38712-9_16).

Statista (2022): Statistiken zum Thema Podcasts. <https://de.statista.com/themen/4343/podcasts/#dossierKeyfigures>.

Winkler, Victoria; Schmidtke, Anja; König, Silke (2022): Ergebnisse der ARD-Podcaststudie mit einem Ausblick auf das Jahr 2023. Podcastnutzung 2021. <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2020/detailseite-2020/podcastnutzung-2021/>

# Vielen Dank! Diskussion und Rückfragen

---

Mehr zum DGSA.podcast unter [podcast.dgsa.de](https://podcast.dgsa.de) und  
überall wo es Podcasts gibt