

Wissenstransfer durch digitale Medien

Best-Practice-Analyse deutscher Wissenschaftsblogs und -podcasts

Charmaine Voigt, Birte Kuhle

Abstract: Der Beitrag fokussiert die qualitative Best-Practice-Analyse von je fünf Wissenschaftsblogs und -podcasts deutscher Hochschulen und Forschungseinrichtungen im Hinblick auf Produktionsmuster und die Darstellung wissenschaftlicher Akteur*innen. Abschließend werden die Ergebnisse im Kontext des bisherigen Forschungsstands und mit Blick auf eine nachhaltige Gestaltung von Wissenstransfermedien diskutiert.

1 Wissenschaftsblogs und -podcasts als Formen digitalen Wissentransfers

Die politischen Implikationen der Third Mission¹ (Henke 2019) haben einen dynamischen Prozess des Wissenstransfers angestoßen, der Hochschulen und Forschungseinrichtungen prägt (Nickel und Thiele 2025). Digitale Medien spielen bei der Nutzbarmachung wissenschaftlicher Erkenntnisse eine zentrale Rolle. Sie modifizieren Wissenstransfer, der dadurch unabhängiger, schneller und dialogischer, aber auch erschwert werden kann, etwa in Bezug auf tatsächlich erreichte Zielgruppen. Dialogorientierte und digitale, medial vermittelte Wissenschaftskommunikation gilt damit als Wissenstransferaktivität (Frank et al. 2022).

Wissenschaftliche Akteur*innen erweitern entsprechend der Transfererwartung ihre medialen Praktiken. Wissenschaftsblogs und -podcasts wurden während der COVID-19-Pandemie zu etablierten Formaten der Wissenschaftskommunikation (GESIS 2024). Die vorliegende Studie rückt diese beiden digitalen Wissenstransfermedien in den Fokus. Wissenschaftsblogs und -podcasts werden als öffentlich zugängliche, dialogorientierte und seriell angelegte Onlineformate mit wissenschaftlichem Fokus verstanden. Während die englischen Begriffe *science blog* und *science podcast* häufig Formate zu Natur- und Technikwissenschaften bezeichnen (MacKenzie 2019), bezieht

¹ »Third Mission« ist der Oberbegriff für Aufgaben und Leistungen von Hochschulen neben Forschung und Lehre.

die Studie vier Wissenschaftsbereiche der Systematik der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) ein: Geistes- und Sozialwissenschaften (GSW), Lebens- (LW), Natur- (NW) und Ingenieurwissenschaften (IW). Sie folgt damit dem Paradigmenwechsel des Wissenstransferverständnisses (Voigt 2023).

Die Digitalisierung verstärkt die Medialisierung der Wissenschaft und führt zur Übernahme medialer Logiken durch wissenschaftliche Akteur*innen (Franzen, Weingart und Rödder 2012). Wissenstransfermedien wie Blogs und Podcasts ermöglichen die Inklusion vielfältiger Stimmen, da der Zugang niederschwelliger ist als bei traditionellen Wissenschaftsformaten (Cox et al. 2023), und stehen dabei exemplarisch für die »Gleichzeitigkeit von verschiedenen Systemlogiken« (Walter, Görlich und Brüggemann 2020: 584). Diese eigenständig produzierten medialen Formate nutzen journalistische Darstellungsformen, um wissenschaftliche Inhalte zu vermitteln. Wissenschaftliche Akteur*innen erwerben in diesem Kontext eine »Mehrsystemkompetenz« (Walter, Görlich und Brüggemann 2020: 585), die ihnen den Wechsel zwischen wissenschaftlicher und medialer Kommunikation ermöglicht. Das Bloggen folgt dabei weitgehend den Arbeitsmustern wissenschaftlichen Schreibens, unterscheidet sich aber durch einen persönlicheren, meinungsbetonten und weniger formalen Ton (Kjellberg 2010; Blanchard 2011). Podcasts weisen Parallelen zu wissenschaftlichen Formaten wie Vorträgen oder Vorlesungen auf, erfordern jedoch zusätzliche Kompetenzen, etwa in der Interviewführung. Beide Medien werden als Teil von Wissenschaftskommunikation zunehmend strategischer eingesetzt. Institutionell betriebene Blogs entwickeln sich weg von der informellen, niedrigschwälligen Kommunikation einzelner Akteur*innen hin zu professionell kuratierten Formaten mit stärkerer redaktioneller Betreuung (Brown 2021). Neben monothematischen Podcasts als persönliche »trial and error«-Projekte von Wissenschaftler*innen (Aenlle et al. 2022: 10) existieren mittlerweile viele multi-thematische Podcasts von akademischen Institutionen, die verschiedene Akteur*innen einbeziehen.

Trotz allgemeiner Einblicke in Charakteristika und Praktiken von Wissenschaftsblogs und -podcasts bleibt offen, welche spezifischen Faktoren zu einer nachhaltigen Produktion beitragen. Angesichts der zunehmenden Bedeutung digitaler Formate im dialogorientierten Wissenstransfer fragt die qualitative Studie danach, wie Akteur*innen wissenschaftlicher Institutionen Wissenschaftsblogs und -podcasts im Spannungsfeld zwischen wissenschaftlicher und medialer Logik gestalten und welche Produktionsmuster und Veränderungstendenzen sich anhand von Best-Practice-Fällen identifizieren lassen. Nach Fallauswahl und methodischem Vorgehen fokussiert der Beitrag die Ergebnisse der Best-Practice-Analyse von je fünf Wissenschaftsblogs und -podcasts in drei Abschnitten: kontextuelle Besonderheiten, inhaltliche Qualität und formale Qualität. Abschließend erfolgt die Diskussion des Forschungsstands mit Blick auf die nachhaltige Gestaltung von Wissenstransfer.

2 Methodisches Vorgehen bei der Best-Practice-Analyse

Die qualitative Studie ist in ein Mixed-Methods-Forschungsprojekt (Creswell und Plano Clark 2018) eingebettet, das qualitative und quantitative Daten zu Wissenschaftsblogs

und -podcasts integriert. Ein Survey zu Produktionsbedingungen (n = 268) ermöglicht Rückbezüge der vorliegenden Analyse. Auf der Grundlage von weiteren Befragungsdaten zu Output (Anzahl Posts/Episoden) und Reichweite (Blog-Aufrufe, Podcast-Downloads pro Jahr) wurde ein Performance-Ranking (n = 60) erstellt. Als Schwellenwerte wurden mindestens 50.000 Blog-Aufrufe bzw. 20.000 Podcast-Plays pro Jahr festgelegt. Alle Formate oberhalb dieser Werte (n = 16; neun Blogs und sieben Podcasts) wurden als Best Practice eingestuft. Um ein möglichst breites Spektrum unterschiedlicher Produktionskontexte abzubilden, wurde ein kontrastierendes Best-Practice-Sample erstellt. Die Auswahl erfolgte entlang zentraler Vergleichsdimensionen: Laufzeit (langfristig angelegte Formate gestartet seit 2009, neuere Formate gestartet ab 2017 sowie ein limitiert angelegtes Format von 2019, dessen Produktion zum Analysezeitpunkt abgeschlossen war), institutionelle Anbindung (Universität, Hochschule, außeruniversitäre Forschungseinrichtung, Verbundprojekt), Fachgebiet (Geistes- und Sozialwissenschaften, Natur-, Lebens-, Ingenieurwissenschaften, interdisziplinäre Formate) sowie Sprache (Deutsch, Englisch). Entlang dieser Kriterien wurden jeweils fünf Blogs und Podcasts ausgewählt. Tab. 1 gibt einen Überblick über die Verteilung der Best-Practice-Fälle innerhalb der vier Vergleichsdimensionen.

Tab. 1: Bestimmungsmerkmale des Best-Practice-Samples

	Laufzeit		Institution			GSW	Fachgebiet				Sprache	
	aktiv	inaktiv	U	HS	FE		NW	LW	IW	interdis.	DE	ENG
Blogs	4	1	2	1	1	1	3	–	–	–	2	4
Podcasts	5	–	1	1	2	1	1	–	–	1	3	4

Zur Sicherung des Datenschutzes im Rahmen der projektübergreifenden Datenintegration bleiben die Best-Practice-Fälle in der Ergebnisdarstellung anonym. Entsprechend werden Materialverweise und Direktzitate statt durch Nennung des Formatnamens durch Angabe von Transkriptnummer und Abschnitt belegt.

Als Untersuchungseinheit der qualitativen Inhaltsanalyse auf Mikroebene gelten reguläre Podcast-Episoden und Blog-Posts sowie deren Anschlusskommunikation in Kommentaren und Social-Media-Posts. Um Veränderungen im Produktionsverlauf zu erfassen, wurden pro Fall zwei Beiträge ausgewählt: jeweils der zweite Beitrag nach Produktionsbeginn sowie ein späterer Beitrag aus dem Sommer 2024. Pilotierungs- und Willkommensbeiträge wurden von der Analyse ausgeschlossen, da sie in der Regel noch keine etablierten Produktionsmuster und Kommunikationspraktiken eines Formats abbilden. Die Blog-Post-Integration erfolgte manuell, während Transkripte der Podcasts KI-gestützt über die Software Apple Podcasts erstellt wurden. Der Analysekörper umfasst insgesamt 98 Dokumente, darunter 20 Textdokumente (Podcast-Transkripte und Blog-Posts) sowie 78 Bilddokumente (Webseiten- und Social-Media-Screenshots).

Das Material wurde mithilfe des Programms MAXQDA im zirkulären Verfahren von einer Person codiert. Theoriegeleitete, deduktive Obercodes zur Qualität von Medienin-

halten leiteten das weitere induktive Vorgehen an (Mayring und Fenzl 2019). Als analytischer Rahmen dienten die Metakriterien Inhalt, Präsentationsform, medientechnische Gestaltung sowie Kontext- und Prozessmerkmale nach Fähnrich, Weitkamp und Kupper (2023), die ein flexibles Konstrukt für webbasierte Wissenschaftskommunikationsszenarien vorschlagen. Darauf aufbauend wurden vier Obercodes angelegt: inhaltliche Qualität, formale Qualität, kontextuelle Besonderheiten sowie Prozess- und Veränderungsmerkmale. Bezuglich inhaltlicher Qualität beschränkte sich die Codierung auf Kriterien wissenschaftlicher Informationsleistung (Walter, Görlach und Brüggemann 2020). Zur Reduzierung von subjektiv wahrgenommenen Präferenzen beim Codieren und um einseitige Interpretationen der Daten zu vermeiden, wurden die induktiv erarbeiteten Subcodes im Projektteam diskutiert.

Insgesamt wurden 915 Codierungen vorgenommen. Durch umfangreichere Transkripte und eine höhere Plattformvielfalt (siehe Abschnitt »Formale Qualität«) erfolgten mehr Codierungen (632) im Podcastmaterial. Die höhere Coderdichte lässt sich auch damit erklären, dass bestimmte Phänomene bei Podcasts mehrfach codiert wurden. Nichtsdestotrotz ergab das Codesystem eine ergiebige Analysegrundlage für beide Medien. Zugunsten der Vergleichbarkeit erfolgte die Interpretation relativ zum Umfang und zur Struktur der jeweiligen Medienform. Der Analysefokus lag also weniger auf quantitativen Codehäufigkeiten als vielmehr auf der qualitativen Ermittlung von Produktionsmustern gemäß der Forschungsfrage.

3 Ergebnisdarstellung

Entsprechend der Obercodes werden die Ergebnisse nachfolgend in drei Abschnitten beschrieben. Prozess- und Veränderungsmerkmale werden jeweils integriert. Tab. 2 führt die Subcodes absteigend nach relativer Codierhäufigkeit auf. Spezifische Charakteristika von Blogs und Podcasts werden entsprechend adressiert.

Tab. 2: Übersicht der Subcodes

Kontextuelle Besonderheiten	Inhaltliche Qualität	Formale Qualität
Transparente Produktion	Expertise	Struktur, Gestaltungselemente
Format, Frequenz, Länge	Gesellschaftliche Relevanz	Partizipation
Infrastruktur	Komplexitätsdarstellung	Sprache
Kooperationen	Wissenschaftsgeschäft	Narration
Ressourcen	Wissenschaftliche Quellen	Interviewführung
Crossmedia	Forschungsprozess	
PROZESS- UND VERÄNDERUNGSMERKMALE		

Kontextuelle Besonderheiten

Der Subcode *transparente Produktion* beschreibt das Teilen des Produktionsprozesses mit den Nutzenden und bezieht sich stärker auf Wissenschaftspodcasts als auf Blogs. Dazu gehören spontane Themenplanung, Einblicke in Entscheidungsprozesse und die Aufnahmesituation. Einige Podcasts weisen ihre Erfolge durch Reichweiten-Metriken oder Sonderfolgen aus, während Blogs auf nachträgliche inhaltliche Änderungen hinweisen und Postzähler integrieren. Zudem wird die Blogintention (u. a. Arbeitsplattform, Dialogforum, Raum für journalistische Experimente) explizit thematisiert.

Die *Formate* reichen von journalistischen Ansätzen wie Interviews über sogenannte »Laberpodcasts« (Katzenberger, Keil und Wild 2022: 6) bis hin zu wissenschaftlichen Forschungsberichten-/vorträgen, terminologischen Glossaren und innovativen Formaten wie Dialogen mit dem OpenAI-Chatbot ChatGPT. Einige Fälle können als Hybridformen bezeichnet werden, die journalistische und wissenschaftliche Darstellungsweisen miteinander kombinieren. Solche Formatwechsel zeigen die Experimentierfreude der Produzierenden.

Während drei Podcasts eine *Länge* von über 60 Minuten aufweisen und zwei unter 30 Minuten bleiben, stellt sich auch die Textlänge der Blogs recht unterschiedlich dar. Die analysierten Posts variieren zwischen 33 und 2.000 Wörtern. Dabei umfassen drei Blogs deutlich weniger als 1.000 Wörter und zwei Blogs deutlich mehr. In beiden Medien steigt die Episoden-/Postlänge im Zeitvergleich an, was auf eine Entwicklung in Richtung einer höheren Informationsdichte hindeutet.

Die *Frequenz* der Veröffentlichungen ist meist regelmäßig. Insgesamt ist die Frequenz dynamisch, was sich in Abweichungen zu den Surveydaten zeigt. Häufig verlängern sich Publikationsintervalle. Einige Fälle intensivieren die Frequenz situationsbedingt, etwa während der COVID-19-Pandemie. Veränderungen werden meist transparent kommuniziert.

Die *Ressourcenlage* zeigt überwiegend aus unterschiedlichen Quellen finanzierte Produktionsarbeit (Haushalts-/Drittmittel, Sponsoring, Spendenmodell). Zudem ist eine besondere Form der Monetarisierung von Wissenschaftspodcasts zu beobachten: Zwei Fälle haben den Verkauf von Merchandiseprodukten als zusätzliche Einnahmequelle etabliert. Sie verbinden Wissenschaft mit populärkultureller Markenbildung, indem sie neben wissenschaftlichen Inhalten auch identifikationsstiftende Elemente anbieten. Laut Surveydaten wird die Produktionsarbeit, mit Ausnahme eines Falls, zumindest teilweise bezahlt. Bei einigen Medien wird aus der Initiative einer Einzelperson über die Zeit ein mehrköpfiges Team mit Netzwerkcharakter. Auf den Webpräsenzen der Blogs und Podcasts werden zudem *Kooperationen* sichtbar gemacht. Besonders in der Podcast-Community zeigt sich eine enge Vernetzung durch gegenseitige Empfehlungen innerhalb eines Fachbereichs. Neben Kooperationen werden Blogs und Podcasts durch Logos oder Auszeichnungen hervorgehoben, etwa durch das Kuratieren der Initiative »Wisspod«².

Fast alle Blogs und einige Podcasts nutzen *Infrastrukturen* wie DOIs oder ISSNs zu gunsten wissenschaftlicher Zitierbarkeit und Archivierung. In wenigen Fällen ermög-

² Verzeichnis von Formaten aus den Themenbereichen Wissen und Wissenschaft; <https://wissenschaftspodcasts.de/> (abgerufen am 19.06.2025).

licht das Ausweisen von CC-Lizenzen eine Weiterverbreitung der Inhalte. *Crossmediale* Produktionen sind unterschiedlich ausgeprägt. Vier Fälle pflegen eine Blog-Podcast-Verknüpfung, die entweder von Beginn an oder nachträglich für das jeweils andere Format etabliert wurde. Zudem kündigen zwei Blogs und ein Podcast eine Buchauskoppelung der Inhalte an. Die kontextuelle Analyse zeigt eine Entwicklung von reinen Blog-/ Podcastformaten hin zu plattformübergreifenden Medien, womit eine Sichtbarkeitserhöhung erfolgt (siehe Abb. 1) und wodurch sich die formale Anschlussfähigkeit in wissenschaftlichen und öffentlichen Diskursen herstellen lässt.

Inhaltliche Qualität

Die inhaltliche Analyse zeigt eine breite Spannweite wissenschaftlicher Qualifikationsstufen von Studierenden über Promovierende bis hin zu promovierten Wissenschaftler*innen und Professor*innen. Zwar nennen Blogs Qualifikationsstufen selten, doch Porträts und Profillinks stärken die Sichtbarkeit wissenschaftlicher Identitäten. Bei den Podcasts spielen akademische Titel und institutionelle Funktionen eine stärkere Rolle. Sie dienen der Legitimation wissenschaftlicher *Expertise*, insbesondere bei der Vorstellung von Hosts und Gästen. Gleichzeitig ist die allgemeine Selbstbeschreibung als Wissenschaftler*in üblich. Die untersuchten Blogs und Podcasts intensivieren den Einsatz von Bildmaterial zur Darstellung der Autor*innen und Gäste, im Fall von Podcasts auch von der Aufnahmesituation. Dies geschieht bei Blogs direkt im Post und bei Podcasts häufiger auf der zugehörigen Webseite (siehe Abschnitt »Formale Qualität«). Wissenschaftler*innen in höheren Qualifikationsstufen nutzen ihre Fachkompetenz zur Wissensvermittlung. Auffällig ist, dass Podcast-Hosts oft eine Rollenmischung inszenieren, einerseits als Expert*in, andererseits als Lai*in, der*die aus der Perspektive der Hörenden fragt. Zudem ordnen die Expert*innen Sachverhalte durch Prognosen oder historische Hintergründe ein. Im textbasierten Blogformat sind *wissenschaftliche Quellenangaben* möglich, aber selten. In Podcasts werden Forschende oder Studien eher vage erwähnt und nur selten in Shownotes (siehe Abschnitt »Formale Qualität«). verlinkt. Die Expertise in Blogs und Podcasts wird also ganzheitlich konstruiert, wodurch formale Nachweistrukturen in den Hintergrund treten. Im Podcast-Sample fiel eine Dominanz männlicher Akteure auf, sowohl unter den Hosts als auch in ihren Netzwerken der Gäste und Kommentierenden. Dies steht im Gegensatz zum bisherigen Forschungsstand, der den Anteil von Frauen zumindest in Wissenschaftspodcasts als ausgewogen beschreibt (Attig 2020; Aenlle et al. 2022). Die stärker editorial geprägten Blogs des Samples zeichnen hingegen das Bild einer ausgewogeneren Geschlechterverteilung.

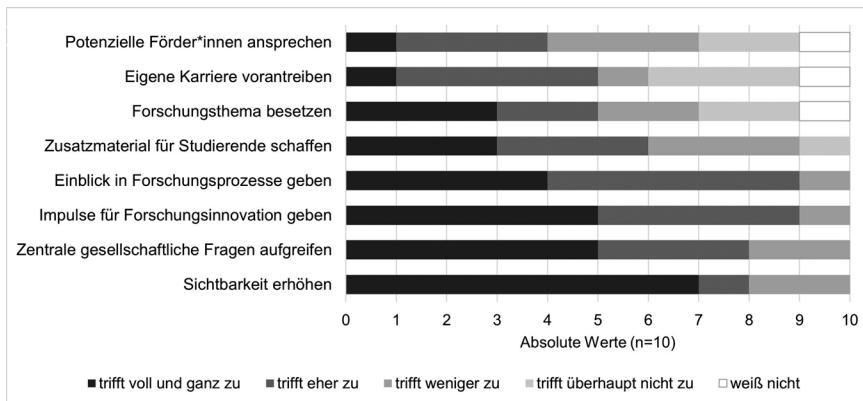
Bezüge *gesellschaftlicher Relevanz* variieren nach thematischer Ausrichtung. MonothematISCHE Formate fokussieren Wirtschaft, Tierschutz oder medizinischen Fortschritt. Querschnittsthemen sind Recht, Politik und Klimawandel. Punktuell werden auch Falschinformationen widerlegt.

Ein podcastspezifisches inhaltliches Muster ist die *Komplexitätsdarstellung* von Wissenschaft. So werden häufig wissenschaftliche Leerstellen benannt, die Vielschichtigkeit und Differenzierung von Sachverhalten werden ebenso wie eigene Kompetenzgrenzen aufgezeigt. Dieses Muster lässt sich auf die freie Gesprächsform des Mediums zurückführen, die im Vergleich zur schriftlichen Vermittlungsform der Blogs mehr Raum für

spontane Reflexion lässt. Beide Medien geben Einblick in *Forschungsprozesse* und ins *Wissenschaftsgeschäft*, etwa zu Lehre, Disziplinunterschieden, Antragsprozessen und Fachgesellschaften.

Abb. 1 zeigt, dass die erkannten inhaltlichen Muster mit den erklärten Zielen aus dem Survey übereinstimmen. Blogs und Podcasts wollen vor allem Impulse für Forschungsinnovation und Einblicke in Forschungsprozesse geben. Auch der Anspruch, gesellschaftliche Fragen aufzugreifen, ist erkennbar. Der Fokus auf Wissensvermittlung deckt sich mit der Angabe im Survey, Zusatzmaterial für Studierende schaffen zu wollen. Der Aspekt »Einblick in das Wissenschaftsgeschäft« war nicht explizit Teil des Surveys.

Abb. 1: Ziele der Best-Practice-Cases aus vorausgehenden Surveydaten



Formale Qualität

Beide Medien etablieren professionelle *Strukturen*. Blogs gehen von anfangs fließtextartigen Beiträgen zu klar gegliederten Artikeln mit Zwischenüberschriften über. Podcasts integrieren Kapitelstrukturen als Navigationshilfe innerhalb eines Beitrags. Querverweise und wiederkehrende Rubriken betonen die serielle Logik beider Medien. Podcasts nutzen auditive Mittel wie Intro- und/oder Trennmusik. Blogs integrieren systematisch Verschlagwortung und Datierung der Posts, was deren langfristige Archivierung und eine bessere Navigation unterstützt, wohingegen dies bei Podcasts meist auf automatisierte Episodenmerkmale beschränkt bleibt. Ein zentrales *Gestaltungselement* beider Medien ist die Bereitstellung von Zusatzmaterial. Blogs bieten PDF-Downloads der Posts und Verlinkungen zu thematisch weiterführenden Quellen an, häufig visuell abgesetzt. Podcasts nutzen primär Shownotes für Summarys, Erklärungen sowie Verlinkungen erwähnter oder weiterführender Quellen. Diese entwickeln aufgrund des Umfangs und der Struktur in einigen Fällen selbst einen blogartigen Charakter. Darüber hinaus werden die Episodeninhalte als Transkripte angeboten.

Der Subcode *Partizipation* adressiert sowohl die Einbindung von Nutzenden in Beiträge als auch die Anschlusskommunikation auf anderen Kanälen. Der Partizipa-

tionsgrad der Blogs ist sehr unterschiedlich ausgeprägt. Ein Fall konzentriert sich auf den Blog als Hauptkanal mit Verzicht auf Social Media. Die untersuchten Blogs binden die Kommentarfunktion unterschiedlich ein, etwa durch die Integration einer Login-Barriere, was ein hohes Commitment der Lesenden voraussetzt, oder unter Abfrage von Kontaktangaben, was den direkten, nicht-öffentlichen Rückkanal zwischen Bloggenden und Kommentierenden erleichtert. Ein weiterer Blog hebt im Zuge eines Relaunches die Kommentarrichtlinie prominent als Teil des neuen Webmenüs hervor, was eine Prioritätenverschiebung hin zu mehr Partizipation andeutet. Bei der Social-Media-Auswahl konzentrieren sich Blogs vor allem auf die Plattformen X und LinkedIn. Zunächst werden die Accounts zur Ankündigung neuer Beiträge genutzt, später werden die Posts zunehmend durch mehr Sachinformationen und Bildmaterial angereichert. Ein Blog zeichnet sich durch die parallele Bespielung dreier Social-Media-Kanäle (X, LinkedIn und Instagram) sowie durch eine direkte Ansprache der Lesenden in den Posts aus, womit dieser die aktivste Partizipationsstrategie innerhalb der untersuchten Blogs aufweist. Podcasts verfügen im Vergleich zu Blogs über eine vielseitigere Webpräsenz (Streamingplattformen, eigene Websites mit optionaler Kommentarfunktion, Social-Media-Kanäle). Sie verfolgen damit offenere Partizipationsstrategien als Blogs. Direkte Ansprachen der Hörenden in Form von Begrüßung, Dank oder Call-to-Action-Aufrufen sind fester Bestandteil vieler Episoden. Es werden verschiedene Feedbackwege vorgeschlagen, wie die »Möglichkeit mit Sprachnachrichten sich zu beteiligen, [...] Rückmeldung [...] und auch Ideen zu geben für weitere Folgen« (Transkript 304_1, Abschnitt 26). Kommentare von Nutzenden treten vor allem in der Anfangsphase der Blogs und Podcasts auf und entstehen meist zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Die meisten untersuchten Posts bzw. Episoden sind kommentiert, wobei sich jeweils mehrere Personen beteiligen. In einigen Fällen wird der Diskurs von den Hosts moderiert. Entgegen Koupers (2010) Befund, dass viele Kommentare lediglich persönliche Meinungen enthalten oder vom Thema abschweifen, zeichnen sich die hier analysierten Kommentare durch hohe inhaltliche Qualität aus, inklusive mehrerer thematisch relevanter Absätze und weiterführender Links. Die von Kouper (2010) beobachteten oberflächlichen oder themenfremden Kommentare lassen sich eher im Bereich der Social-Media-Reaktionen beobachten. Insgesamt ist eine Intensivierung der Anschlusskommunikation zu beobachten – von minimalistischer Folgenankündigung hin zu reichhaltigeren Beiträgen mit Bildern, Zitaten und Audio-/Videoausschnitten sowie Aktivierung der Nutzenden.

Die Analyse der *Sprache* lässt Hinweise auf adressierte Zielgruppen zu und vermittelt die kommunikative Haltung der Blogs und Podcasts. Zwar ist Fachsprache im gesamten Material präsent, sie wird allerdings durch Paraphrasierungen, einfache Sprache, die Übersetzung englischer Begriffe, etymologische Herleitungen sowie die Auflösung von Abkürzungen zugänglicher gemacht. Auffällig ist, dass nur ein deutschsprachiger Blog konsequent die Genderform mit Doppelpunkt verwendet, während die anderen Blogs und alle Podcasts auf kollektive »Wir«-Formulierungen oder die Ich-Perspektive ausweichen. Ein weiterer Effekt der mündlichen Vermittlung in Podcasts ist der höhere Anteil an Umgangssprache, der auch in monologischen, skriptbasierten Fällen feststellbar ist. Dabei überwiegt die direkte Ansprache innerhalb der Episoden per »du«, mit Ausnahme eines Interviewformats, das durchgehend das formale »Sie« verwendet. Die Kombination aus informeller Sprache, direkter Ansprache der Nutzenden und dem Bemühen

um Verständlichkeit verweist darauf, dass einerseits zwar von einer wissenschaftsnahen Community ausgegangen wird, andererseits jedoch auch der Einbezug einer breiteren, außerakademischen Öffentlichkeit beabsichtigt ist.

Stilistische Elemente von *Narration* finden sich ausschließlich in Podcasts. Durch persönliche Einblicke in Denkprozesse oder biografische Hintergründe, Emotionalisierung und alltagsnahe Vergleiche wird Wissenschaft als nahbar, faszinierend und unterhaltsam präsentiert. Formulierungen wie »die Länge von so einer Bierdose« (Transkript 182_1, Absatz 86) oder »Wer belohnt sich nicht gern?« (Transkript 337_2, Abschnitt 258) erzeugen Anschaulichkeit und ein Wir-Gefühl zwischen Hosts und Hörenden. Ebenfalls podcastspezifisch ist die professionelle *Interviewführung* durch lenkendes Eingreifen, Nachfragen und Bitten um genauere Erklärungen.

4 Fazit und Diskussion

Die qualitative Best-Practice-Analyse zeigt, dass Wissenschaftsblogs und -podcasts bewusst von Akteur*innen aus der Wissenschaft im Spannungsfeld zwischen wissenschaftlicher und medialer Logik gestaltet werden. Die unterschiedlichen medienlogisch bedingten Gestaltungsspielräume werden von den Produzierenden strategisch aufgegriffen. Trotz der gemeinsamen Zielsetzung des Wissenstransfers entfalten beide Medien unterschiedliche Potenziale. Während Blogs bedingt durch ihre schriftliche Struktur sachlich-formeller sind und stärker auf Reduktion sowie wissenschaftliche Archivierungs- und Nachnutzungslogiken setzen, nutzen Podcasts in größerem Umfang Aktivierungstechniken zur Einbindung der Hörenden sowie die Dynamik der gesprochenen Sprache für eine emotionale, personalisierte und prozessorientierte Wissenschaftskommunikation. Gemeinsam haben die Best-Practice-Fälle, dass alle ein spezifisches Alleinstellungsmerkmal aufweisen, sei es inhaltlicher, gestalterischer oder kontextueller Art. Ebenso zeigen sich in beiden Medien Professionalisierungstendenzen hinsichtlich formaler Strukturen und des Aufgreifens gesellschaftlich relevanter Themen.

Wissenschaftsblogs und -podcasts eignen sich durch ihre multimedialen Ausdrucksformen wie Bebilderung oder Stimmeinsatz und den Raum für persönliche Anekdoten in besonderer Weise dazu, wissenschaftliche Persönlichkeiten sichtbar zu machen und gleichzeitig fachliche Expertise über variabel einsetzbare Vermittlungselemente darzustellen. Damit bestätigt die Analyse bestehende Befunde zur Eignung beider Formate für Wissenschaftler*innen unterschiedlicher Qualifikationsstufen. Uneindeutig bleibt hingegen die Beobachtung zur Geschlechterverteilung in den untersuchten Wissenschaftspodcasts. Zwar lassen sich aufgrund der geringen Stichprobengröße keine allgemeinen Rückschlüsse ziehen, mögliche strukturelle Hürden und Sichtbarkeitsbarrieren sollten jedoch zukünftig weiter untersucht werden.

Die vorliegenden Erkenntnisse sind aufgrund des begrenzten Umfangs des Best-Practice-Samples und der explorativen Methodik nicht generalisierbar. Sie eignen sich allerdings dafür, abschließend produktionspraktische Implikationen zu formulieren. Diese verfolgen das Ziel, Wissenstransferformate nachhaltiger und zielgerichteter zu gestalten, einen Qualitätsstandard zu etablieren sowie die Vielfalt an Themen und Ak-

teur*innen zu fördern. Die Analyse zeigt, dass insbesondere strategische (Fremd-)Verweise auf Kooperationspartner*innen, wie eine öffentliche Hochschule oder Forschungseinrichtung, die Sichtbarkeit von Akteur*innen unterstützen kann. Darüber hinaus ist die Etablierung einer klaren Struktur ein herausstechendes Merkmal reichweitenstarker Formate. Crossmediale Verknüpfungen können helfen, unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. Es hat sich gezeigt, dass die nachvollziehbare Einbindung von Zusatzmaterial die inhaltliche Tiefe der Formate stärkt. Eine bewusste Auswahl der Mitwirkenden sichert die Konsistenz der Sprache und der inhaltlichen Ausrichtung. Die transparente Darstellung von Produktionsprozessen kann Authentizität vermitteln, während persönliche Einblicke und gesellschaftliche Bezüge das Potenzial haben, die Anschlussfähigkeit von Wissenschaftsblogs und -podcasts zu erhöhen.

Literatur

- Aenlle, Jacqueline, Jamie Loizzo, Lisa K. Lundy, J. C. Bunch und Kevin M. Folta. 2022. Podcasts in Production: An Examination of Current and Best Practices for Agricultural and Natural Resource Podcast Producers. *Journal of Applied Communications* 106, Nr. 4: 1–20. <https://doi.org/10.4148/1051-0834.2461>.
- Attig, Christiane. 2020. Männlich, mittelalt, gebildet – oder? Eine Charakterisierung deutschsprachiger Podcaster*innen. *kommunikation@gesellschaft* 21, Nr. 2 (Dezember): 1–15. <https://doi.org/10.15460/kommges.2020.21.2.626>.
- Blanchard, Antoine. 2011. Science Blogs in Research and Popularization of Science: Why, How and for Whom? In: *Common Knowledge: The Challenge of Transdisciplinarity*, hg. von Moira Cockell, Jérôme Billotte, Frédéric Darbellay und Francis Waldvogel. Lausanne: EPFL Press, 219–32.
- Brown, Stuart A. 2021. The Role of the Editor of an Academic Publication Blog. *Journal of Scholarly Publishing* 52, Nr. 4 (Juni): 199–211. <https://doi.org/10.3138/jsp.52.4.01>.
- Cox, Michael, Hannah L. Harrison, Stefan Partelow, Steven Curtis, Stephen R. Elser, Courtney Hammond Wagner, Robert Hobbins, Conor Barnes, Lisa Campbell, Laura Cappelatti, Emily De Sousa, Julie Fowler, Erin Larson, Frans Libertson, Rafaella Lobo, Philip Loring, Marissa Matsler, Andrew Merrie, Eric Moody, Rubi Quiñones, Jason Sauer, Katherine Shabb, Sturle Hauge Simonsen, Susan Washko. 2023. How Academic Podcasting Can Change Academia and Its Relationship with Society: A Conversation and Guide. *Frontiers in Communication* 8 (Mai). <https://doi.org/10.3389/fcom.m.2023.1090112>.
- Creswell, John W. und Vicki L. Plano Clark. 2018. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Los Angeles (USA): SAGE.
- Fähnrich, Birte, Emma Weitkamp und J. Frank Kupper. 2023. Exploring ›Quality‹ in Science Communication Online: Expert Thoughts on How to Assess and Promote Science Communication Quality in Digital Media Contexts. *Public Understanding of Science* 32, Nr. 5 (Juli): 605–21. <https://doi.org/10.1177/09636625221148054>.
- Frank, Andrea, Cornels Lehmann-Brauns, Frauke Lohr, Arne Meyer-Haake und Daniel Riesenber. 2022. Transferbarometer: Executive Summary. Essen: Edition Stift.

- terverband. <https://www.stifterverband.org/transferbarometer/executive-summary> (zugegriffen: 9. Juni 2025).
- Franzen, Martina, Peter Weingart und Simone Rödder. 2012. Exploring the Impact of Science Communication on Scientific Knowledge Production: An Introduction. In: *The Sciences' Media Connection – Public Communication and Its Repercussions*, hg. von Simone Rödder, Martina Franzen und Peter Weingart. *Sociology of the Sciences Yearbook* 28: 3–14. Dordrecht: Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2085-5_1.
- GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. 2024. Wi4impact-Projektseite. <https://www.gesis.org/forschung/projekte-und-austausch/drittmittelprojekte/wi4impact-projektseite> (zugegriffen: 3. Juni 2025).
- Henke, Justus. 2019. *Third Mission als Organisationsherausforderung. Neuaustrichtung der Machtstrukturen in der Hochschule durch Professionalisierungstendenzen im Wissenschaftsmanagement*. Berlin: BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag.
- Katzenberger, Vera und Jana Keil. 2022. Podcasts: Perspektiven und Potenziale eines digitalen Mediums. hg. von Michael Wild. Wiesbaden: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-38712-9>.
- Kjellberg, Sara. 2010. I Am a Blogging Researcher: Motivations for Blogging in a Scholarly Context. *First Monday* 15, Nr. 8 (2. August). <https://doi.org/10.5210/fm.v15i8.2962>.
- Kouper, Inna. 2010. Science Blogs and Public Engagement with Science: Practices, Challenges, and Opportunities. *Journal of Science Communication* 9, Nr. 1 (Februar): 1–10. <https://doi.org/10.22323/2.09010202>.
- MacKenzie, Lewis E. 2019. Science Podcasts: Analysis of Global Production and Output from 2004 to 2018. *Royal Society Open Science* 6, Nr. 1 (9. Januar): 1–18. <https://doi.org/10.1098/rsos.180932>.
- Mayring, Philipp und Thomas Fenzl. 2019. Qualitative Inhaltsanalyse. In: *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, hg. von Nina Baur und Jörg Blasius. Wiesbaden: Springer, 633–48. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_42.
- Nickel, Sigrun und Anna-Lena Thiele. 2025. Wissenstransfer Und Hochschulentwicklung. Impulse Aus Der Hochschulforschung. *Die Hochschule* Nr. 1–2: 7–15.
- Voigt, Charmaine. 2023. Wi4impact #1 – Paradigm Shift in Knowledge Transfer. GESIS Blog, 16. November. <https://doi.org/10.34879/GESISBLOG.2023.72>.
- Walter, Stefanie, Janne Görlich und Michael Brüggemann. 2020. Climate Feedback: Wissenschaft kommentiert Journalismus und entwickelt Mehrsystemkompetenz. *Publististik* 65, Nr. 4 (Oktober): 567–89. <https://doi.org/10.1007/s11616-020-00602-7>.

