

EXPOSÉ

Zeitschrift für wissenschaftliches Schreiben und Publizieren

1-2020

10,00 EUR / 1. Jahrgang 2020
ISSN 2628-9393 / eISSN 2628-9407

PUBLIZIEREN Barbara Budrich zu Publish or Perish

SCHREIBEN Christian Wymann liefert Grundlagen

NETZWERKEN Jasmin Döhling-Wölm zur Karriereplanung

WIRTSCHAFTEN Anette Weiß und ihre Finanzkolumne

Inhaltsverzeichnis

Editorial <i>Magdalena Gromada</i>	1
Wissenschaftliches Publizieren Das Warum: Ziel Ihrer Publikation <i>Barbara Budrich</i>	2
Wissenschaftliches Schreiben Kennen Sie sich gut genug? Grundlagen für effizientes und effektives Schreiben <i>Christian Wymann</i>	6
Wissenschaftliches Netzwerken Die Quadratur des Karrierekreises. Wie Sie nebenbei ein machtvolleres Netzwerk aufbauen <i>Jasmin Döhling-Wölm</i>	10
Wissenschaftliche Methoden Statistik: Gut geplant ist halb gewonnen <i>Daniela Keller</i>	15
Finanzen Bildung schützt nicht vor Altersarmut <i>Anette Weiß</i>	18
Nachwuchstipps Rezensionen, Auszeichnungen	20
Autor*innenportraits	22

Impressum

Exposé – Zeitschrift für wissenschaftliches Schreiben und Publizieren

herausgegeben von:
Barbara Budrich (Verlag Barbara Budrich) und
Magdalena Gromada (budrich training)

Redaktionelle Betreuung:
Magdalena Gromada
redaktion@expose-zeitschrift.de

Verlag Barbara Budrich GmbH
Stauffenbergstr. 7
D-51379 Leverkusen
Tel. (+49) (0)2171 79491 50
Fax (+49) (0)2171 79491 69
info@expose-zeitschrift.de
www.expose-zeitschrift.de
www.budrich-journals.de

Die Online-Ausgabe von Exposé erscheint im goldenen Open Access (CC BY-SA 4.0). <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>. Diese Lizenz erlaubt die Verbreitung, Speicherung, Vervielfältigung und Bearbeitung bei Verwendung der gleichen CC-BY-SA 4.0-Lizenz und unter Angabe der UrheberInnen, Rechte, Änderungen und verwendeten Lizenz. Ausgenommen hiervon sind Abbildungen und Fotos

Die Zeitschrift Exposé erscheint zweimal jährlich. Das Jahresabonnement der Printausgabe kostet im regulären Abonnement 15,00 €, Sonderpreis für Studierende 12,00 € (jeweils zzgl. Zustellgebühr). Ein Einzelheft kostet 10,00 € zzgl. Versandkosten. Abonnements-Kündigungen bitte schriftlich an den Verlag. Die Kündigungsfrist beträgt drei Monate zum Jahresende. Anzeigenverwaltung beim Verlag.

Für die Printausgabe © 2020 Verlag Barbara Budrich
Opladen, Berlin & Toronto
Druck und Verarbeitung: WIRmachenDRUCK GmbH, Backnang
Printed in Europe

Für die Printausgabe: Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie.



Editorial

Es ist nun neun Jahre und unzählige Workshops, Vorträge und Einzelcoachings her, dass Barbara Budrich mich für die Betreuung des an den Verlag angebotenen Schulungsunternehmens budrich training gewann. Für mich ist diese Zeitschrift, die Sie, liebe*r Leser*in, in den Händen halten, eine weitere Manifestation dieser ursprünglichen Idee: den wissenschaftlichen Nachwuchs mit Informationen zu versorgen, mit Wissen über das „Wie“, das neben dem gelehrten „Was“ an den Hochschulen häufig untergeht. „Exposé“ schafft uns eine neue, exponiertere Möglichkeit, noch mehr junge Wissenschaftler*innen mit Inhalten zu erreichen, die ihnen für den Aufbau einer Karriere von Nutzen sein können.

In unserer Erstausgabe erwartet Sie ein Informations-Strauß aus verschiedenen Bereichen:

Sollten Sie bereits im Vorfeld unsere Pilotausgabe gelesen haben, warten Sie sicherlich schon auf die Fortsetzung von Christian Wymanns Text. In diesem Heft ist der Auszug seines Artikels zur Schreibmotivation nun um die Überprüfung Ihrer Schreibgewohnheiten und Strategien beim Schreiben ergänzt. Von Barbara Budrich gibt es einen gänzlich neuen Beitrag. Auch sie fragt nach dem „Warum?“ und geht der tiefen Bedeutung von Motivation im Publikationsprozess nach, deren Bewusstmachung Sie darin unterstützt, die Weichen Ihres Schreibens so zu

stellen, dass Sie in Richtung Ihrer Ziele führen. Jasmin Döhling-Wölm löst „Die Quadratur des Karrierekreises“ mit ihrer Fortsetzung nicht auf, doch beleuchtet sie den Arbeitsmarkt, seine Bedingungen für Akademiker*innen und erläutert, wie Netzwerken Ihnen helfen kann, ein „Stück vom Wissenschaftskuchen“ abzubekommen. Und damit es nicht bei einem Kuchenstück bleibt, gibt Anette Weiß in der Rubrik „Finanzen“ ihr Wissen zu Altersvorsorge mit Blick auf den wissenschaftlichen Nachwuchs weiter. Last but not least haben wir einen Beitrag von Daniela Keller, zu einem Thema, das vielen Wissenschaftler*innen lästig ist – und in vielen Fachbereichen unabdingbar: Statistik. Mit ihren Hinweisen zum Studiendesign sind Sie bei der nächsten Datenerhebung bestens vorbereitet. Darüber hinaus haben wir Rezensionen und Preise für Sie zusammengetragen:

Möge „Exposé“ Ihnen ein unterhaltsamer, ansprechender, unterstützender Beitrag für Ihre Wissenschaftskarriere sein!

Ihre Magdalena Gromada



Das Warum: Ziel Ihrer Publikation

von Barbara Budrich

„Soll ich nach einem „international ranked peer-review journal“ schauen?“, werde ich häufig gefragt. Oder: „Wie finde ich den richtigen Verlag?“ Oder: „Soll ich auf Deutsch oder auf Englisch veröffentlichen?“ Alles gute Fragen. Doch auf diese Fragen kann ich nur mit einer Gegenfrage antworten: „Warum möchten Sie denn publizieren?“ Die Antworten sind zumeist ausweichend und umfassen in erster Linie „Publikationspflicht“ bei Promovierenden oder „Publikationsdruck“ bei jenen, deren Promotion bereits veröffentlicht ist. Ist das schon alles: Wissenschaftler*innen publizieren, weil sie müssen? Ist „publish or perish“ das Grundmotiv jeder wissenschaftlichen Publikation?

Bevor Sie weiterlesen, möchte ich Sie einladen, eine kleine Übung zu machen. „Die sieben Warum“ können Ihnen dabei helfen, Ihre eigene Motivation besser zu verstehen. Warum das von Bedeutung ist? Fast jede*r stößt an Grenzen – sei es, dass die Zeit fehlt; sei es, dass eine Schreibblockade auftaucht; sei es, dass die Motivation nachlässt –, vor allem bei größeren Schreibprojekten. Ist das Projekt dann nichts anderes als eine leidige Pflichterfüllung, hilft nur das Aufziehen der drohenden Deadline, um das Ganze „irgendwie“ noch abzuschließen. Zu wissen, welche Motive auf tieferliegenden Ebenen existieren, kann helfen, auch in Zeiten der motivationalen Dürre produktive Oasen fruchtbar zu machen. Dies ist natürlich kein übernatürlicher Zaubertrank. Und doch: Jeder Tropfen Verständnis für die eigene Situation kann weiterhelfen, so jedenfalls meine Erfahrung.

tieren, kann helfen, auch in Zeiten der motivationalen Dürre produktive Oasen fruchtbar zu machen. Dies ist natürlich kein übernatürlicher Zaubertrank. Und doch: Jeder Tropfen Verständnis für die eigene Situation kann weiterhelfen, so jedenfalls meine Erfahrung.

Tiefe Motivation

Die Übung „Die sieben Warum“ ist denkbar einfach: Ich habe sie zum ersten Mal durchgeführt, als ich mich fragte, warum ich mein Buch „Erfolgreich publizieren“ schreiben wollte. Dabei habe ich sieben Mal hintereinander die Frage „Warum?“ beantwortet, immer mit Bezug auf die vorherige Antwort. Das sah dann in etwa so aus:

1. Warum möchte ich ein Buch zum wissenschaftlichen Publizieren schreiben?
Antwort: Weil ich es kann und gern ein Buch schreiben möchte.
2. Ich beherrsche das Thema, möchte gern ein Buch schreiben – aber warum?
Antwort: Weil wir im Verlag häufig Anfragen bekommen, die deutlich machen, dass unsere angehenden Autor*innen nicht wissen, wie sie publizieren sollen.

3. Ich kann es und wir bekommen also immer wieder Anfragen, aus denen hervorgeht, dass die Autor*innen nicht wissen, wie sie vorgehen sollen. Warum ist das für mich die Motivation, mein Buch zum wissenschaftlichen Publizieren zu schreiben?

Antwort: Weil ich viel Erfahrung in diesem Bereich habe und den Autor*innen gern helfen möchte.

4. Ich kann es und wir bekommen viele Anfragen von unerfahrenen Autor*innen, denen ich mit meiner Erfahrung gern helfen möchte. Warum ist das für mich die Motivation, mein Buch zum wissenschaftlichen Publizieren zu schreiben?

Antwort: Weil ich denke, dass die eigene Karriere zu verfolgen, anstrengend genug ist; da möchte ich das Publizieren selbst für die jungen Wissenschaftler*innen leichter machen.

5. Ich kann es, wir bekommen viele Anfragen von unerfahrenen Autor*innen, denen ich mit meiner Erfahrung gern helfen und das Publizieren leichter machen möchte. Warum ist das für mich die Motivation, mein Buch zum wissenschaftlichen Publizieren zu schreiben?

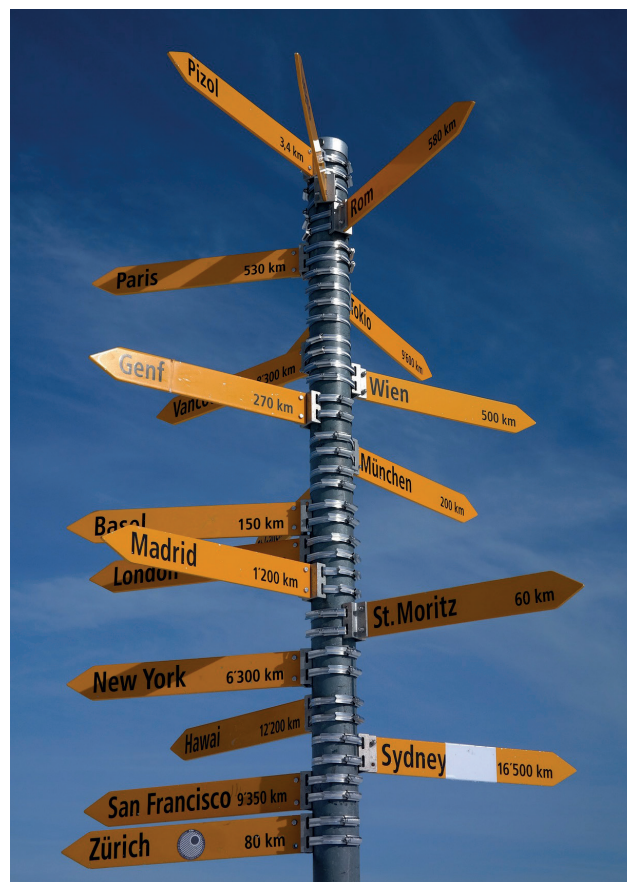
Antwort: Weil ich andere grundsätzlich gern mit meiner Expertise unterstützen möchte.

6. Ich kann es, wir bekommen viele Anfragen von unerfahrenen Autor*innen, denen ich mit meiner Erfahrung gern helfen und das Publizieren leichter machen möchte, auch weil ich grundsätzlich gern unterstütze. Warum ist das für mich die Motivation, mein Buch zum wissenschaftlichen Publizieren zu schreiben?

Antwort: Weil ich in meinem Leben immer wieder an unterschiedlichen Punkten auf Unterstützung gestoßen bin – und das möchte ich gern weitergeben.

7. Ich kann es, wir bekommen viele Anfragen von unerfahrenen Autor*innen, denen ich mit meiner Erfahrung gern helfen und das Publizieren leichter machen möchte, auch weil ich grundsätzlich gern unterstütze. Dadurch kann ich die Tradition des Unterstützens weitergeben. Warum ist das für mich die Motivation, mein Buch zum wissenschaftlichen Publizieren zu schreiben?

Antwort: Weil diese Art des Unterstützens in meinem Verständnis zu den Grundlagen eines menschenwürdigen Lebens gehört.



© pixabay 2019, Foto: Hans Braxmeier

Vielleicht klingt es ein wenig hochgestochen, das Schreiben eines Buches mit den grundlegenden Annahmen über ein menschenwürdiges Leben in Verbindung zu bringen – aber genau da liegt die Stärke dieser Herangehensweise. Indem ich mir eine Motivation erarbeite, die weit über das hinausgeht, was auf der Alltagsebene liegt, wächst diese Motivation über das eine – kleine – Projekt hinaus. Sitze ich jetzt an einer für mich schwierigen Stelle, kann ich mich daran erinnern, was das Buch wirklich für mich bedeutet.

Doch nicht allein eine tiefe Motivation kann für uns der Grund sein, warum wir als Wissenschaftler*innen veröffentlichen wollen. Es gibt in der Tat eine Vielzahl an Gründen, die je nach Publikationsprojekt anders gelagert sein können.

Viele Gründe

In meinen Schreib- und Publikationsworkshops erarbeiten die Teilnehmenden zahlreiche Antreiber: Das reicht

vom Geld – was in der Wissenschaft nicht der Hauptantrieb sein kann – über Reputation bis hin zur Leidenschaft für ein Thema und den Wunsch, am wissenschaftlichen Diskurs teilzuhaben. Doch es gibt noch weitere Gründe, wie die Wissensweitergabe, den Wissenstransfer oder auch Motive, wie, es anderen „zu zeigen“ oder die Bedeutung des eigenen Forschungsbereichs zu unterstreichen.

Der eigene Antrieb vermischt sich häufig mit der Überlegung, wie das Publizieren sinnvoll gelingen kann: Wenn ich mir wünsche, am wissenschaftlichen Diskurs teilzuhaben, ist die Publikation in einer deutschsprachigen Tageszeitung nicht der richtige Ort. Geht es mir hingegen um den Wissenstransfer, könnte genau das angebracht sein. Will ich am internationalen Diskurs teilhaben, ist es wichtig auf Englisch oder in einer anderen Fremdsprache zu publizieren. Brauche ich vor allem die Anerkennung, muss ich mich auf einen Publikationspartner fokussieren, dessen Reputation auch auf meine Publikation ausstrahlt. Das dürfte in vielen Fällen vor allem dann der Fall sein, wenn ich in einem „international ranked peer-reviewed journal“ veröffentlichen kann. Bin ich hingegen in der deutschsprachigen historischen Namensforschung angesiedelt, habe ich weder einen Grund, nach einer solchen Zeitschrift zu suchen, noch werde ich fündig: Noch vor wenigen Jahren gab es in diesem Bereich eine einzige deutschsprachige Zeitschrift, die nur in gedruckter Form erschien.

„Form follows function“

Der amerikanische Architekt Louis H. Sullivan hat es gesagt und das passt auch auf die Frage nach dem geeigneten Publikationspartner und zu den Überlegungen zur Publikationsform. Die Frage, die Sie sich stellen dürften, wenn Sie nicht wissen, in welchem Verlag oder bei welcher Zeitschrift Sie veröffentlichen wollen, ist: Was will ich erreichen? Dies impliziert auch die Frage: Wen will ich erreichen?

Mit diesen beiden Ausgangsfragen im Kopf können Sie Verlag oder Zeitschrift suchen, die nach Ihrer Einschätzung passend sind.

Ein Verlag wird immer Publikationen bevorzugen, die zum bestehenden Programm passen. Und Zeitschriften

werden in der Regel solche Aufsätze annehmen wollen, die zur eigenen Programmatik passen; wissenschaftliche Qualität in beiden Fällen vorausgesetzt.

Die Anknüpfung an Programm und Programmatik funktioniert auf zwei Ebenen: auf der thematischen Ebene und auf der Ebene der Zielgruppe. Ein Verlag, der in der Hauptsache Lehrbücher im Programm hat, wird nicht plötzlich eine Dissertation veröffentlichen. Ein Verlag, der die ganze Breite eines Faches abbildet, kann auch eine fokussierte Forschungsarbeit ins Programm nehmen: Das Publikum des Verlages weiß, dass auch dies ein erwartbarer Bestandteil des Verlagsprogramms ist.

Für einen Verlag ist das eigene Publikationsprogramm ein Versprechen an die Zielgruppe und zwar ein thematisches wie auch ein Qualitätsversprechen. Ein guter Wissenschaftsverlag wird immer bemüht sein, seinem Publikum eine passende Auswahl wertvoller Literatur zur Verfügung zu stellen. Für Zeitschriften gilt dies analog.



© pixabay 2019, Foto: Kim Broomhall

Wenn Sie wissen, was Sie mit Ihrer geplanten Publikation zu bieten haben, können Sie einschätzen, ob sich dies in die Vorstellungen des Verlagslektorats bzw. der Zeitschriftenredaktion einfügen kann. Und wenn Sie zu einer positiven Einschätzung kommen, sollten Sie nicht etwa aus (falscher) Bescheidenheit auf eine Einreichung verzichten. Denn: „Ich habe noch keinen Namen ...“ ist keine angemessene Ausrede. Wir schauen als Verlag auch auf Manuskripte von Wissenschaftler*innen, die wir noch nicht kennen, und überlegen mit der gleichen Sorgfalt, ob wir das Projekt übernehmen möchten oder nicht. Natürlich gibt es die Strahlkraft großer Namen auch für uns als Verlag. Das heißt aber weder, dass wir alles veröffentlichen, was bekannte Wissenschaftler*innen uns antragen, noch heißt es, dass wir Dinge nicht veröffentlichen, weil die Autor*innen noch keinen Namen haben.

Wir können abschließend festhalten: Wenn Sie mit Ihren eigenen Zielen vertraut sind, ergeben sich daraus Kriterien, nach denen Sie den jeweils geeigneten Publikationspartner auswählen können. Klarheit in der eigenen Motivation, über das eigene Manuskript und die eigene Zielgruppe, hilft somit auch auf dem Weg zum Erfolg!



© privat

Die Autorin

Barbara Budrich arbeitete über 10 Jahre im Verlag Budrich + Leske, der ihrem Vater gehörte, bevor sie 2004 den Verlag Barbara Budrich gründete. Sie hat zahlreiche Bücher und Aufsätze publiziert, übersetzt und geschrieben. Seit 2012 geben sie und ihr Team im von ihr etablierten Schulungsunternehmen budrich training (www.budrich-training.de) ihr Know-how zum wissenschaftlichen Publizieren und Schreiben systematisch in Vorträgen, Workshops und Coachings weiter. Neuestes Projekt für den wissenschaftlichen Nachwuchs ist die Zeitschrift Exposé, deren Herausgeberin sie ist.



Kennen Sie sich gut genug?

Grundlagen für effizientes und effektives Schreiben

von Christian Wymann

Motivation, bewusste Schreibgewohnheiten und Schreibstrategien sind für professionell und wissenschaftlich Schreibende unerlässlich. Diese Aspekte bilden eine Grundlage an Wissen und Fähigkeiten, aus der effizientes und effektives Schreiben entsteht. Schreibende, die eine solche Grundlage erarbeiten, können sich stärker auf Fragen, Inhalte und Erkenntnisse konzentrieren, weil sie weniger durch Unsicherheiten oder Probleme mit dem Zeitmanagement, der Arbeitsplanung, dem Schreibprozess und anderen Aspekten des Schreibens zu kämpfen haben. Die Grundlage erweist sich zwar als solide, aber auch als flexibel: Schreibende können ihre Vorstellungen, Gewohnheiten und Strategien – ihre Schreibwerkzeuge – den Schreibaufträgen und Lebensumständen anpassen, ohne dadurch in Schreibschwierigkeiten zu geraten.

Professionelle Musiker*innen wissen, woran sie technisch und musikalisch arbeiten müssen, um beruflich Musik machen zu können. Das gilt auch für Sportler*innen, die unter anderem mithilfe unterschiedlicher Coaches versuchen, Körper und Geist zu Spitzenleistungen zu bringen. Sie als wissenschaftlich Schreibende*r sollten sich ebenso gut kennen und wissen, woran Sie arbeiten müssen, um wissenschaftliche Texte erfolgreich schreiben zu können. Erfolgreich bedeutet, dass Sie wissen,

wie Sie vorgehen müssen, damit Sie als wissenschaftlich Schreibende*r und Kommunizierende*r wahr- und ernstgenommen werden. Denn Ihr Ziel besteht letztlich darin, neue Erkenntnisse zu einer Diskussion in einer Forschungsgemeinschaft beizutragen.

Schreibmotivation

Ob und aus welchen Gründen Sie motiviert sind, wissenschaftlich zu schreiben, kann unter anderem Ihre Vorstellungen über das Schreiben, Erwartungen an sich selbst, einen Text und den Schreibprozess beeinflussen. In Phasen, in denen Sie mit der Schreibe Arbeit nicht wie erwartet vorwärtskommen, kann die Klärung Ihrer Schreibmotivation sinnvoll sein. Doch auch in Momenten, in denen das Schreiben mühelos erscheint und keine unnötigen Reibungen bestehen, kann eine kurze Besinnung auf die Motivation die positiven und nützlichen Bedingungen offenbaren. Treten später Schwierigkeiten auf, kann die Erinnerung an die Bedingungen, die in der Vergangenheit motivierend gewirkt haben, Ihnen helfen, vergleichbare Bedingungen herzustellen.

Fragen Sie sich: „Aus welchen Gründen will ich wissenschaftlich schreiben?“, „Was motiviert mich, diese Arbeit in Angriff zu nehmen?“ oder „Weshalb will ich einen Teil meiner Zeit und Energie diesem Schreibprojekt wid-

men?“ Stellen Sie sich diese Fragen in unterschiedlichen Schreibsituationen, sehen Sie auch, dass Sie nicht immer dieselbe Motivation antreibt. Ein Beispiel: Zur selben Zeit stehen zwei unterschiedliche Schreibprojekte an. Einerseits haben Sie die Möglichkeit, Beiträge für Zeitschriften, Sammelbände oder Konferenzen zu veröffentlichen, mit denen keine direkte berufliche Qualifikation verbunden ist. Die Motivation, diese Projekte voranzubringen, ist hoch, da diese positiv assoziiert werden. Andererseits fehlt Ihnen die Motivation für eine große Qualifikationsarbeit (Promotion oder Habilitation), da Selbstzweifel und schlechte Erfahrungen in der Vergangenheit Sie bei der Umsetzung hemmen.

Klären Sie also besonders zu Beginn größerer Schreibprojekte Ihre Motivation. Überlegen Sie, welche Auswirkung Ihre Motivation auf die Planung und Ausführung der anstehenden Arbeit haben könnte. Damit machen Sie sich einen ersten Teil Ihrer Schreibgrundlage bewusst.

Schreibgewohnheiten

Genauso wie die Motivation, können Sie auch die eigenen Schreibgewohnheiten prüfen und anpassen. Dabei geht es darum, herauszufinden, welche Vorstellungen, Erwartungen oder Verhaltensweisen mit dem Schreiben gewohnheitsmäßig einhergehen und inwiefern diese für Sie nützlich sind.

Setzen Sie Schreiben mit Mühe, Überforderung, körperlicher Erschöpfung oder Frustration gleich – ob bewusst oder unbewusst –, werden sich diese Vorstellungen auf Verhalten und Handlungen auswirken (z.B. Aufschieben). Unpassende Verhaltensweisen wirken sich demgegenüber auf Vorstellungen aus, etwa, wenn lange Schreibsitzungen wiederholt zu Erschöpfung führen (z.B. nächtliche Schreibexzesse) oder unfokussiertes Arbeiten in Frustration endet (z.B. Verzetteln). Die enge Verbindung zwischen der Gedankenwelt und den tatsächlichen Handlungen kann sowohl zu einer negativen als auch positiven Spirale führen. Überprüfen Sie Ihre Schreibgewohnheiten, dann sehen Sie, welche Vorstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen nützlich sind und welche Sie verändern sollten, damit eine positive Wirkung entsteht.

Als Ausgangspunkt können Sie beispielsweise Ihr Zeitmanagement beim Schreiben unter die Lupe nehmen. Um das eigene Zeitmanagement effizienter zu machen, müssen Sie klären, wie Sie bisher Ihre Schreibzeit organisiert haben. Dabei kommen Gewohnheiten zu Tage, derer Sie sich erst durch die Auseinandersetzung bewusst werden. Sagen Sie sich beispielsweise, Sie bräuchten mindestens vier Stunden, um etwas zu schreiben, können sich diese Zeit jedoch selten oder nie nehmen, müssen Sie sich bewusst machen, dass dies keine nützliche Gewohnheit ist. Oft dienen solche Überzeugungen als unbewusste Entschuldigungen, um nicht anzufangen. Einsichten wie diese sollen Ihnen helfen herauszufinden, wie viel Zeit fürs Schreiben Sie tatsächlich benötigen und sich regelmäßig reservieren können (näher dazu Wymann 2015).

Rituale bilden ebenso Gewohnheiten, die Sie idealerweise bewusst pflegen. Sind Sie beispielsweise gewohnt, Ihre E-Mails vor der Schreibarbeit zu erledigen, kann dieses Ritual auf zwei verschiedene Arten wirken. Im Idealfall erlaubt Ihnen das Ritual, sich danach vollständig auf die anstehende Arbeit zu konzentrieren, weil Sie bereits die neuesten Nachrichten gesehen und abgearbeitet haben. Geht es Ihnen jedoch so wie vielen anderen Schreibenden, dann vergessen Sie entweder die Zeit und verbringen zu lange mit E-Mails schreiben oder Sie sind danach gedanklich noch immer bei den Nachrichten, sodass Sie sich kaum auf die Schreibarbeit einlassen können. Ob Sie sich für oder gegen die E-Mails und eine Vielzahl anderer Aktivitäten vor dem Schreiben entscheiden: Die bewusste Auseinandersetzung mit solchen Gewohnheiten erlaubt Ihnen, nützliche Rituale zu pflegen, die Sie zum Schreiben führen anstatt davon weg.

Schreibstrategien

Strategien beim Schreiben dienen dem Zweck, Prozesse unterschiedlicher Art geplant und bewusst anzugehen. Strategien hängen wiederum eng mit Vorstellungen und Gewohnheiten zusammen. Damit Sie nützliche Strategien entwickeln können, sollten Sie Ihre gewohnheitsmäßigen Vorgehensweisen und die damit verbundenen Vorstellungen genauer betrachten. Ihre Vorstellungen über den Schreibprozess beeinflussen, wie Sie diesen durchlaufen.

Der Schreibprozess umfasst in der Regel folgende Phasen: Orientierung/Vorbereitung (z. B. Auftrag verstehen, erste Recherchen, Exposé/Proposal schreiben, Zeitplan erstellen), Literaturrecherche, Lesen und Forschen (Datenerhebung und -analyse), Textstruktur definieren, Rohfassung schreiben, Überarbeitung (Struktur, Inhalt, Sprache, Stil etc.), Feedback einholen, Abschluss des Prozesses (vgl. Wymann/Neff 2018).

Schreibende, die beispielsweise die Phasen des Schreibprozesses in einer unverrückbaren, linearen Sequenz betrachten, geraten in Schwierigkeiten, wenn eine Phase länger dauert als geplant. Dies passiert insbesondere jenen, die denken, zuerst alles lesen zu müssen, bevor sie mit dem Schreiben beginnen. Lesen wird zur Ausrede, nicht zu schreiben. Dieser oftmals ineffizienten Vorstellung auf den Grund zu gehen, führt dazu, sehen zu können, wie der Schreibprozess alternativ gedacht und durchlaufen werden kann. Anstatt den Prozess sequen-

ziell zu denken und umzusetzen, können die Phasen zyklisch und parallel verlaufen. Dabei spielt es keine Rolle, wie oft eine Phase im Prozess durchlaufen wird, mit welchen anderen sie sich abwechselt oder wie lange sie dauert. Entscheidend ist, dass der Ablauf der Phasen bewusst gewählt, geplant und im Prozess bei Bedarf angepasst wird. Lesen geschieht also nicht unbedingt und ausschließlich nur zu Beginn, sondern wechselt sich womöglich mehrmals mit Schreiben, der Textstrukturierung und dem Überarbeiten ab. Was vorher gewohnheitsmäßig passiert ist, geschieht nun als bewusste, absichtliche Strategie. Selbst ein Strategiewechsel inmitten des Schreibprozesses wird so möglich, ohne damit in Schwierigkeiten zu geraten, weil dieser auf einer bewussten Entscheidung basiert.

Dasselbe gilt auch für Arbeitsschritte innerhalb einer Phase des Schreibprozesses. Der Übergang vom Lesen zum Schreiben ist für viele Schreibende eine Hürde. Sie



© pixabay 2019, Foto: StockSnap

versuchen während des Lesens oder kurz danach, so- gleich das Gelesene in den eigenen Text einzubauen. Obwohl das ein mögliches Vorgehen ist, hadern oder scheitern damit viele. Befassen sie sich jedoch damit, was dieser Übergang an Einzelschritten beinhaltet und wie komplex diese Tätigkeit sein kann, sehen sie, dass es sich ebenso um einen Prozess handelt, den sie auf unterschiedliche Arten planen und durchlaufen können. Zusammenfassungen, Exzerpte, Mindmaps, Notizen in Tabellen und andere Hilfstexte und Darstellungsformen können den Übergang wesentlich erleichtern und auch später nachvollziehbar machen. Die Entscheidung für eine oder mehrere verbundene Erfassungsformen ergibt eine konkrete Strategie, wie Sie den Übergang vom Lesen zum Schreiben des eigenen Texts gestalten.

Haben Sie Erfahrungen mit unterschiedlichen Strategien gesammelt, können Sie diese dem jeweiligen Schreib- projekt anpassen. Sie können sogar unterschiedliche Strategien für mehrere Projekte einsetzen, an denen Sie parallel arbeiten. Während Sie beispielsweise bei einem langen Text dessen Struktur früh im Prozess klären und beim Schreiben dieser Struktur folgen, wählen Sie für einen kürzeren und inhaltlich weniger klaren Text die Strategie, die Sie erst einmal drauflosschreiben lässt. Für ein drittes Projekt, nämlich einen Konferenz-Abstract, entscheiden Sie sich hingegen dafür, drei Versionen zu schreiben, um dann die beste zu wählen und zu über- arbeiten. Sollten Sie beim langen Text mit der geplanten Strategie (zuerst strukturieren und planen, dann schrei- ben) plötzlich nicht weiterkommen, können Sie bewusst zu einer nützlicheren Strategie wechseln. Ebenso ist es möglich, dass Sie sich innerhalb desselben Textes dafür entscheiden, die bereits inhaltlich klaren Kapitel struk- turisiert anzugehen, die unklaren Kapitel jedoch mit der Drauflosschreib-Strategie zu bearbeiten.

Flexibles Schreibwerkzeug

Motivation, Gewohnheiten und Strategien bilden einen wesentlichen Teil der Grundlage, um effizient und ef- fektiv zu schreiben. Unterschiedliche Schreibprojekte und Umstände erfordern eine kontinuierliche Ausein- anderersetzung mit dem Schreibhandwerk, besonders in schwierigen Phasen. So wie sich Profis in Sport und Mu- sik fortwährend mit ihrem Handwerk beschäftigen, soll-

ten Sie sich als Schreibende*r und Ihre Schreibwerkzeu- ge reflektieren. Auf diese Weise bleiben Sie flexibel, ohne jedoch Ihre Grundlage zu verlieren. Im Gegenteil, Sie können diese anpassen und strategisch einsetzen, um als professionell Schreibende*r zu arbeiten. Ihre Schreib- arbeit erweist sich dadurch nicht als zufälliges Vorgehen, sondern stellt das Ergebnis bewusster und strategischer Entscheidungen dar.

Literatur

Wymann, Christian (2015): Der Schreibzeitplan. Zeitma- nagement für Schreibende. Opladen/Toronto.

Wymann, Christian/Neff, Franz (2018): Checkliste Schreib- prozess. Opladen/Toronto.

Wymann, Christian (im Erscheinen): Mind Your Writing. Opladen/Toronto.



© privat

Der Autor

Christian Wymann hat in Soziologie promoviert und ist seit 2013 als wissenschaftlicher Schreibcoach tätig. Er arbeitet als Schreibberater für die Universitätsbibliothek Bern und ist Inhaber von Mind Your Writing Schreibbe- ratung (www.myw.schreibcoach.ch). Er hat mehrere Bü- cher beim Verlag Barbara Budrich veröffentlicht.



Die Quadratur des Karrierekreises

Wie Sie nebenbei ein machtvolles Netzwerk aufbauen

von Jasmin Döhling-Wölm

Karrieregestaltung in der Wissenschaft erscheint vielen wie die Quadratur des Kreises. Und die Studien des Deutschen Zentrums für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW) zeigen, dass 60 bis 80 Prozent der Promovierenden den Verbleib in der Wissenschaft anstreben. 60 bis 80 Prozent der Promovierten verlassen die Wissenschaft jedoch nach der Promotion (Briedis et al. 2014). Das wirkt auf den ersten Blick extrem frustrierend für Promovierende. Doch es lohnen sich weitere Blicke.

Die Perspektive auf die Netzwerke zeigt zudem, dass für eine Karriere innerhalb der Wissenschaft mehr als 50 Prozent der Promovierten und Promovierenden auf Unterstützung zählen können. Für eine Karriere in andere Arbeitsmarktsektoren hingegen sind dies nur 26 Prozent (ebd.). Die Netzwerke von externen Promovierenden, Individualpromovierenden, strukturiert Promovierenden, Post-Docs und von Professor*innen weisen zudem deutlich unterschiedliche Herausforderungen für die karriere-relevante Netzwerkstrategie auf. Es gibt kein „one fits all“ in Bezug auf strategisches und taktisches Vorgehen, um einen verantwortungsvollen Job als forschungs- und lehrerfahrene Person zu bekommen. Die Lösung liegt im Netzwerken.

Oft bekomme ich bei Vorträgen und in Coachings zu hören, dass alle ja schließlich schon genug zu tun hätten mit der fachlichen Arbeit des Forschens, Publizierens, Präsentierens, Lehrens, akademischen Selbstverwaltens und vielem mehr. Wenn man da auch noch Netzwerken sollte, bräuchte der Tag 48 Stunden und man hätte noch nicht einmal einen Kaffee getrunken. Wer bei dem, was er bzw. sie tut, nicht networkt, macht allerdings etwas falsch. Das Bild des einsamen, genialen Nerds, der irgendwann den Nobelpreis bekommt, ist ebenso ein Zerrbild wie der Cocktail-schlüpfende Salonlöwe oder die rhetorisch bewaffnete Gremienkämpferin. Es geht darum, charmant und begeistert Bande zu knüpfen und Netzwerklücken zu schließen. Jede*r networkt ständig. Doch wer sich fragt, ob die eigenen Netzwerkaktivitäten effektiv und effizient sind, um sich dadurch einen Arbeitsplatz zu sichern, sollte sich mit einigen „Menschlichkeiten“ und Gruppendynamiken vertraut machen.

Auch kursiert in Karriereratgebern die Zahl, dass 65 bis 80 Prozent aller Jobs vergeben werden, ohne jemals ausgeschrieben worden zu sein (vgl. <https://karrierebibel.de/verdeckter-stellenmarkt/>). Man nennt dies den verdeckten Arbeitsmarkt. Sichtbarkeit in den eigenen Netzwerken macht es möglich, eine dieser „verdeckten“

Stellen zu bekommen. Diese in Wissenschaft, Wirtschaft und Politik übliche Praxis zeigt, wie wichtig Qualität und Quantität der eigenen Netzwerke sind. Dazu einen kleinen Blick in die Grundstruktur des Arbeitsmarktes.

Nutzen Sie den vernetzten Arbeitsmarkt: „Plan A“

Das Triple-Helix-Modell des Arbeitsmarktes (Etzkowitz/Leydesdorff) umfasst die Tätigkeitssektoren Wirtschaft, Wissenschaft und den politiknahen Bereich mit Behörden und NGOs. In der Logik des Triple-Helix-Modells gibt es nur *einen*, dafür aber vernetzten Arbeitsmarkt – auch für Wissenschaftler*innen – mit unterschiedlichen gesellschaftlichen Funktionen. Dieser vernetzte Arbeitsmarkt ermöglicht es allen Promovierten, einen angemessenen Job anzuvisieren. Die Professur ist erfahrungsgemäß nicht das alleinige Karriereziel für Promovierte. Der Wechsel in eine anspruchsvolle Position in einem Unternehmen, einem Ministerium oder einer Stiftung ist in der Regel kein Zufallsprodukt, sondern ein Resultat aus Synergien des Netzwerkes während eines Forschungsprojekts.

Praxistipp

Formulieren Sie keine Positionen, wie die Professur oder Referatsleitung als Karriereziele. Diese zu erreichen, hängt von zu vielen Faktoren ab, die Sie bedingt oder gar nicht beeinflussen können. Formulieren Sie für die Kommunikation in Netzwerken besser, was Sie nach Ihrer Promotion inhaltlich tun wollen. Eigenständig forschen, lehren, publizieren, Konzepte entwickeln, Tools erfinden, führen und vieles mehr – all diese Dinge sind nicht nur in der Universität möglich. Das sollten Sie auch in Ihrem wissenschaftsübergreifenden Netzwerk kommunizieren.

Raus aus der Karriere-Filterblase

Denn richtig gut läuft es nur im Austausch, wenn jemand neugierig ist und andere Menschen und ihre Ideen kennenlernen will. Entwickeln Sie Ihr Netzwerk interessengeleitet in allen Sektoren der Triple-Helix. Das ermöglicht es Ihnen, mit den richtigen Menschen auch in anderen Arbeitsmarktsektoren in Kontakt zu kommen und zum Beispiel neue Projekte zu starten. Ein homogenes Netz-

werk, z. B. in Bezug auf Ziele, Interessen, Sprache, Statusgruppe, bestätigt zumeist bestehende Informationen. Es ist eine Karriere-Filterblase. Das zeigt auch die karriere-relevante Forschung z. B. von Mark Granovetter. Auch aus meiner umfangreichen Coachingpraxis an Hochschulen kann ich dies bestätigen. Der nächste Job kommt häufig ganz woanders her, als es die Coachees erwarten. Als Expertin für Karriere-Netzwerkanalysen identifiziere ich täglich mit unserem Coachingtool NetQuest® genau diese Möglichkeiten der Anschlussfähigkeit von Lehr- und Forschungspraxis an die Arbeitsmarktmöglichkeiten zum Beispiel in der Industrie, in NGOs oder Klein- und mittelständischen Unternehmen oder auch die Fortführung einer Forschungskarriere im internationalen Kontext. Menschen fördern Menschen und ihre Ideen, wenn sie selber daran Interesse haben. Das ist gewissermaßen der Kern bei meiner Methode: Kommunizieren Sie, was Sie begeistert in Ihrem Netzwerk und bilden Sie so Interessenallianzen.

Wie Sie etwas vom Wissenschaftskuchen abbekommen können

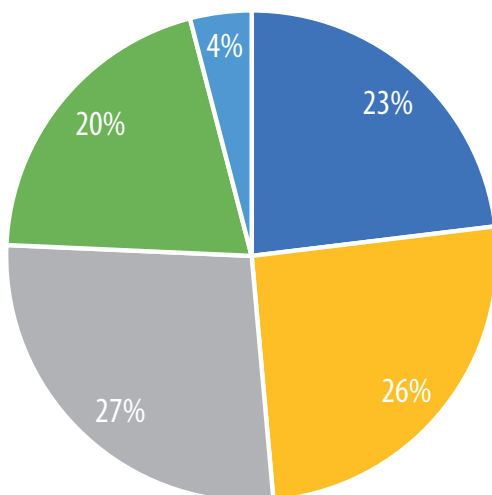
Die Form des Arbeitsvertrags und die Finanzierung können besondere Herausforderungen darstellen. Denn freie Promovierende und Stipendiat*innen sind durch mangelnde beziehungsweise fehlende Selbstverwaltungsbeteiligung in die universitären Strukturen oft nicht eingebunden, sodass diese weniger an karriererelevanten Informationen aus dem System partizipieren. Diese Phänomene erklären auch teilweise die Verbleibschancen in der Wissenschaft von Promovierten aus den unterschiedlichen Finanzierungsstrukturen (vgl. Abbildung 1).

Dies gilt auch für Bildungsaufsteigende und für Menschen mit Sprachbarrieren, z. B. durch Migrationshintergrund. Denn die Sprachbarriere erschwert den unmittelbaren Zugang zu Informationen, die Chancen bieten können. Sie können zudem zu isolierten Arbeitsmilieus mit hoher finanzieller und emotionaler Abhängigkeit von den jeweiligen Vorgesetzten führen.

Die Macht der Netzwerke in kleinen Welten

Jede*r kennt jede*n über sechs Ecken. Diese Aussage hat der Psychologe Stanley Milgram geprägt mit dem „Phänomen der kleinen Welt“. Auf einer breiten Datenbasis

Abbildung 1: Verbleib von Promovierten in der akademischen und nichtakademischen Forschung und Entwicklung sowie in der Lehre nach Struktur der Promotionsfinanzierung 1 Jahr nach Abschluss der Promotion



- WiMi_Haushaltsstelle
- WiMi_Drittmittelstelle
- Strukturiertes Promotionsprogramm
- Stipendium

Quelle: DZHW-Promoviertenbefragung, 4. Welle, 2018; www.promoviertenpanel.de/ergebnisse; eigene Darstellung

wurden Eigenschaften von 30 Milliarden Gesprächen mit 240 Millionen Menschen zusammengefasst. Die Studie bestätigte eine höhere Tendenz zur Kommunikation innerhalb der eigenen Komfortzone: mit Menschen in der Nähe sowie ähnlichem Alter und gleicher Sprache (vgl. Lescovec/Horvitz). Der Austausch innerhalb der eigenen Komfortzone ist erfahrungsgemäß nicht der Weg, neue Informationen zu gewinnen. Hinzu kommt: Sobald Machtverhältnisse mit einer dominierenden Gruppe auftauchen, können Sie jede*n auch nur über eine Ecke kennen – es wird Ihnen nicht helfen. Die Wahrscheinlichkeit, dieses Wissen in Zugangsmacht verwandeln zu können, sinkt, wenn Sie zu einer Minderheitengruppe gehören. Die nach wie vor abnehmenden Anteile an Frauen im akademischen Qualifikationsverlauf sind auch nur mit viel Zynismus als Hinweis auf weibliche Unlust an einer

Forschungskarriere zu deuten. Beobachtet man zum Beispiel den Anteil von Professor*innen mit Migrationshintergrund im deutschen Oberbau, wäre diese Interpretation genauso zynisch wie eindimensional.

Damit wird klar: Erfolgreiches Netzwerken gelingt nur, wenn Sie „Insider“ werden.

Praxistipp

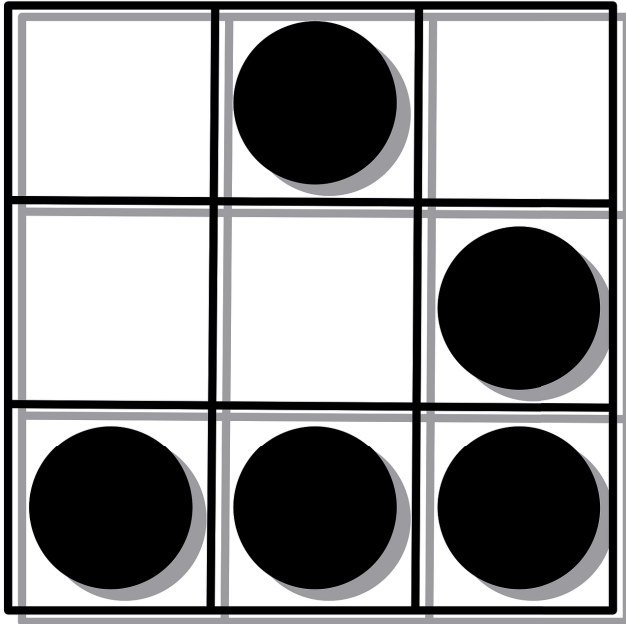
Beteiligen Sie sich aktiv in Gremien und Hochschulräten, um an karriererelevante Information zu kommen und damit das Netzwerk strategisch zu erweitern. Hier erfahren Sie, was zum Beispiel in Berufungsverfahren relevant ist, oder auch, welche personalrechtlichen Kniffe angewandt werden können, um Personal einzustellen bzw. zu halten.

Viele fühlen sich berufen, doch nur wenige sind aus-erwählt!

Wenn Sie zukünftig eine andere Position ausfüllen wollen, sollten Sie neben aller fachlicher Exzellenz die Gruppendynamik in Besetzungs- und Berufungsverfahren im Blick behalten. Sie können fachlich alles richtig gemacht haben und dennoch nicht zum Zuge kommen. Verschiedene Faktoren führen zu einer eher geringen sozialen Diversität im wissenschaftlichen Oberbau und den Führungsetagen. Wenn Ihr Ziel die autonome Forschung und Lehre ist, dann sollten Sie ebenso versiert netzwerken, wie Sie forschen und lehren. Ein exzellenter Beitrag muss an „Gatekeepern“ in Lektorat, Redaktion und Peer-Review vorbei; Ihre fantastische Lehre muss gesehen werden, wenn Sie dafür einen Preis erhalten wollen. Oder, um es mit dem Soziologen Goffman zu sagen: „Jemand kann sich Ehrerbietung wünschen, sie erwerben und verdienen, aber im allgemeinen [sic!] darf er sie sich nicht selber erweisen, sondern ist gezwungen, sie von anderen zu erstreben“ (Goffman 1986, S. 65).

Von der Fremden zur Gleichenden

Um Goffman hier noch mal praxisnah in die Netzwerk-Karrieresprache zu übersetzen: Sie *werden* promoviert und sie *werden* berufen. Diese beiden karriererelevanten Rituale im Wissenschaftssystem sind rezeptive Prozesse



der Einstellungspraxis, die von anderen Menschen abhängen. Allerdings habilitieren Sie sich. Ihr aktiver Part im Wissenschaftssystem auf dem Weg zur Professur liegt in der Selbstanpassung. Denn der reflexive Begriff ‚sich habilitieren‘ stammt von dem Wort *habilitare*, was so viel bedeutet wie ‚geschickt, befähigt sein‘. Das Stammwort dazu ist *habere*, das zugleich das Stammwort von *Habitus* ist. Der Habitus ist die Verkörperung und Internalisierung von kognitivem Wissen und feldpraktischer Kompetenz und er ist eine sichtbare Haltung. Die Bildung des Habitus folgt einem Selbstanpassungsprozess. Womit die Habilitation eine Selbstanpassung an die Umgangsformen und Netzwerkregeln des Wissenschaftssystems wäre. Die *Venia Legendi* wird also den Gleichenden verliehen. Wenn der Habitus durch Sie selbst im Feld Wissenschaft zwischen Promotion und Berufung herzustellen ist, so erkennt man die Gleichenden zum Beispiel am Drittmittelvolumen, den Veröffentlichungen, dem Renommee der bisherigen Forschungsstandorte sowie der Allianzen, also an den persönlichen Netzwerken. Diese tauchen als CV-Dots auf. Um bei gleichem Habitus unter vielen Habilitierten wiederum eine Hierarchie herzustellen, werden in der Regel Qualität und Quantität der vorliegenden CV-Dots mehr oder weniger transparent gewichtet.

Praxistipp

Achten Sie bei der Auswahl Ihrer Netzwerkpartner*innen auf verbindende gemeinsame Werte wie Kooperation, Autonomie, Effektivität, Nachhaltigkeit, Perfektion, Großzügigkeit etc. Das kann viele Aspekte der Unterschiedlichkeit kompensieren.

Der Statusaufstieg in die Professur folgt einem langfristig angelegten und weitgehend unbewussten „Assessment“ im Wissenschaftssystem, das mit der Promotion ernstzunehmend beginnt. Und wie bei jedem Assessment ist auch in der Wissenschaft der Prozess ergebnisoffen. Diese Anpassungsprozesse wirken selbstverständlich auch in der Wirtschaft, wenn Sie dort Führungskraft werden wollen. Es sind gruppenspezifische Prozesse in jedem Milieu und Netzwerk.

Was das Netzwerk von einer lockeren Gruppierung unterscheidet, ist zu einem sehr großen Teil die Stärke der Reziprozität, das heißt, die Intensität des Gabenaustauschs. Die Entscheidung über die Aufnahme erfolgt in der Regel der unbewussten Einschätzung und Abwägung der Ressourcen, die jemand mitbringt. Hieraus entsteht eine weitere Macht der Netzwerke: die gemeinsame Wertebildung. Sie tun also gut daran, auch die Psychodynamiken um sich herum bewusst wahrzunehmen, um souverän zu entscheiden, wem Sie ähnlicher werden wollen und wem nicht.

Das strategische Netzwerken löst die Quadratur des Kreises. Der Blick auf die eigene Vernetzung und die Wahrnehmung vernetzter Arbeitsmärkte bringt neue Perspektiven und größeren Handlungsspielraum und das bringt Sie Ihrer optimalen individuellen Lösung näher. Wie man die konkreten Tipps aus diesem Beitrag dann systematisch weiterentwickelt und die Netzwerkentwicklung Schritt für Schritt anpackt, das vertiefe ich in den kommenden Beiträgen Schritt für Schritt.

Literatur

Briedis, Kolja/Jaksztat, Steffen/Preßler, Nora/Schürmann, Ramona/Schwarzer, Anke (2014): Berufswunsch Wissenschaft? Laufbahnentscheidungen für oder gegen eine wissenschaftliche Karriere. DZHW: Forum Hochschule 8/2014. Hannover.

Döhling-Wölm, Jasmin (2016): Karriere, Macht und Netzwerke. Spielregeln und Felddynamiken akademischer Karriereentwicklung. Opladen/Berlin/Toronto.

Deutsche Forschungsgemeinschaft (2017): Statistische Informationen zur Entwicklung des Heisenbergprogramms. Bericht zum 5. Heisenberg-Vernetzungstreffen vom 1. bis 2. März 2017. Bonn.

Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (2018): DZHW-Promoviertenbefragung, 4. Welle, 2018. www.promoviertenpanel.de/ergebnisse. Zugriff am 6.2.2019.

Etzkowitz, Henry/Leydesdorff, Loet (1995): The Triple Helix: University-Industry-Government Relations: A Laboratory For Knowledge Based Economic Development. EASST Review 14 (1995, Nr. 1) 14–19.

Goffman, Erving (1986): Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Frankfurt am Main.

Granovetter, Mark (1973): The Strength of Weak Ties. In: The American Journal of Sociology 78 (1973, Nr. 6), 1.360–1.380.

Leskovec, Jure/Horvitz, Eric (2008): Planetary-Scale Views on an Instant-Messaging Network. <https://arxiv.org/abs/0803.0939>. Zugriff am 30.3.2019.

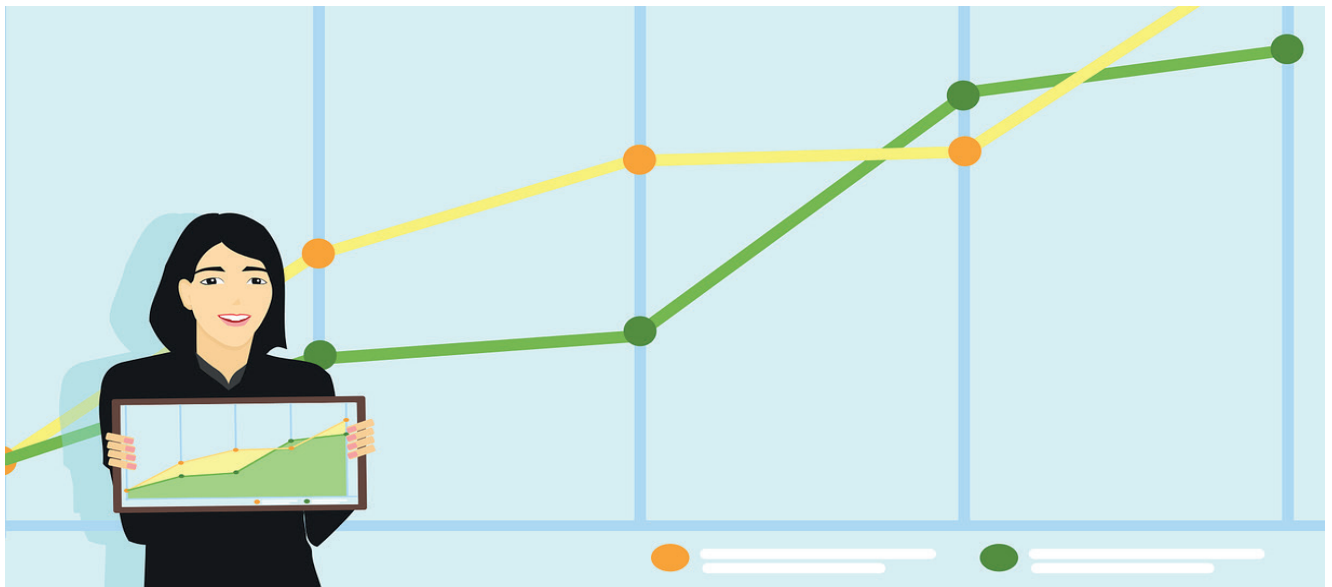


© privat

Statistisches Bundesamt (DESTASTIS) (2017): Bildung und Kultur 2016. Personal an Hochschulen. Fachserie 11, Reihe 4.4.

Die Autorin

Jasmin Döhling-Wölm baute als Pädagogin und Wissenschaftsmanagerin an den Universitäten Hannover, Bremen und Oldenburg wissenschaftlich konzipierte Lehr- und Personalentwicklungsprogramme für Studierende, Forschende und Lehrende auf. 2001 gründete sie das Consulting-Institut für akademische Karriereentwicklung *karrierekunst* (www.karrierekunst.de) mit dem heutigen Sitz in Bremen. Mit ihrem Team ist sie in Deutschland, Österreich und der Schweiz tätig als Consultant und Coach für Fach- und Führungskräfte in inner- und außeruniversitären Karrieresystemen.



Statistik: Gut geplant ist halb gewonnen

von Daniela Keller

Statistik ist oft ein ungeliebtes Thema. Bei quantitativen Studien ist sie jedoch unumgänglich und spielt bereits bei der Planung einer Studie eine entscheidende Rolle. Deshalb sollten Sie schon vor der Erhebung die spätere statistische Auswertung im Blick behalten und so die Weichen für die gute Qualität Ihrer Ergebnisse stellen. In diesem Artikel gebe ich Ihnen dazu drei wichtige Themen.

Grundgesamtheit und Stichprobe

Definieren Sie für Ihr Projekt die Grundgesamtheit. Die Grundgesamtheit ist die Menge aller Untersuchungsobjekte, die in Ihre Stichprobe eingehen könnten. Aus der Grundgesamtheit wird dann Ihre Stichprobe gezogen.

Es ist entscheidend für die Interpretation der späteren Ergebnisse, dass Sie sich über die Grundgesamtheit im Klaren sind und auch die Stichprobenziehung aus dieser Menge entsprechend planen, denn am Ende wollen Sie die an Ihrer Stichprobe berechneten statistischen Ergebnisse auf diese Grundgesamtheit verallgemeinern. Sie wollen also die Aussagen, die Sie aus den Resultaten der

Stichprobe gezogen haben, allgemein für die Grundgesamtheit interpretieren.

Damit diese Verallgemeinerung möglich ist, sollte die Stichprobe repräsentativ sein. Das bedeutet, sie sollte die Grundgesamtheit in wichtigen Kennwerten widerspiegeln. Das ist theoretisch dann der Fall, wenn die Stichprobe zufällig aus der Grundgesamtheit gezogen wurde. Meist ist das zufällige Ziehen praktisch nicht möglich und es wird deshalb teils mit Klumpenziehung oder geschichteten Stichproben die komplett zufällige Ziehung angepasst (ADM 2014).

Um später Aussagen über die Repräsentativität der Stichprobe treffen zu können, wird die Stichprobe in relevanten Merkmalen beschrieben und deskriptiv mit den bekannten Kennwerten der Grundgesamtheit verglichen. Für Personenstichproben können diese Kennwerte z. B. Geschlechterverteilung, Altersdurchschnitt und Verteilung des sozioökonomischen Status sein.

Studiendesign

Machen Sie sich ausgehend von Ihrer Forschungsfrage eingehend Gedanken zu Ihrem Studiendesign: Werden mehrere Gruppen untersucht? Wenn ja, welche? Und wie werden die Untersuchungsobjekte den Gruppen zugeordnet? Zufällig oder nach bestimmten Kriterien? Sind mehrere Messzeitpunkte notwendig? Wenn ja, wie viele und in welchen Abständen? Sie können sich dazu an bestehender Forschung in Ihrem Fachgebiet orientieren und dort verwendete Studiendesigns an die Anforderungen Ihres Projekts anpassen.

Überlegen Sie außerdem, welche Parameter Sie erheben müssen, um Ihre Fragestellungen zu untersuchen. Suchen Sie dazu geeignete Messverfahren und denken Sie auch an mögliche Kontrollvariablen sowie die Parameter, die Sie zur Beschreibung der Stichprobe benötigen.

Falls Sie Fragebögen einsetzen, so achten Sie besonders auf eine gute Qualität dieser Messinstrumente. Verwenden Sie möglichst nur validierte Fragebögen mit gut dokumentierten und positiven Ergebnissen aus den Validierungsstudien (Bühner 2011). Wenn Sie selbst formulierte Fragen verwenden müssen, so untersuchen Sie Ihren Fragebogen zumindest in einem kleinen Pretest grob auf seine Tauglichkeit.

Fallzahlplanung

Die Fallzahl, also die Größe Ihrer Stichprobe, sollte zum einen groß genug sein, um die gewünschten Effekte als signifikant nachweisen zu können. Auf der anderen Sei-

te sollte sie auch möglichst klein sein, um mit möglichst wenig finanziellem und zeitlichem Aufwand Ihre Fragestellung beantworten zu können.

Um diesen beiden Ansprüchen gerecht zu werden, können Sie vorab eine Fallzahlplanung durchführen. Bei so einer Fallzahlplanung berechnen Sie für Ihre wichtigste Hypothese die benötigte Fallzahl. Diese Fallzahl ist dann die Mindestanzahl an Stichproben, die Sie brauchen, um den erwarteten Effekt als signifikant nachzuweisen.

Für diese Berechnung müssen Sie bereits einige Zahlen vorgeben: Als Signifikanzniveau und gewünschte Teststärke (Power) werden meist Standardwerte verwendet, z. B. 5 Prozent für das Signifikanzniveau und 80 Prozent für die Teststärke. Daneben benötigen Sie aber auch Informationen zum erwarteten Effekt. Meist wird dieser mit einer Zahl, der so genannten Effektstärke angegeben. Diese Zahl entnehmen Sie beispielsweise bereits publizierten Studien aus Ihrem Forschungsbereich oder eigenen Daten zum Beispiel aus Voranalysen. Wenn keine solche Zahlen als Orientierung vorliegen, können Sie den erwarteten Effekt grob abschätzen im Sinne eines kleinen, mittleren oder starken Effekts. Für diese grobe Abschätzung existieren Zuordnungen zu den entsprechenden statistischen Zahlen (Cohen 1988).

Die so ermittelte Fallzahl ist die Mindestanzahl an Stichproben, die Sie für die Beantwortung Ihrer wichtigsten Hypothese benötigen. Beachten Sie hierbei, dass die Fallzahl nur eine grobe Richtlinie darstellt und auf Vorannahmen wie dem erwarteten Effekt basiert. Fällt der Effekt stärker aus, würde eine geringere Fallzahl für einen signifikanten Nachweis ausreichen. Bei geringerer Effektstärke bräuchten Sie eine größere Fallzahl.

Denken Sie außerdem an mögliche Dropouts, vor allem bei Messungen über mehrere Messzeitpunkte oder bei unvollständig ausgefüllten Fragebögen. Planen Sie eine realistische Dropout-Rate mit ein und erhöhen Sie die benötigte Fallzahl entsprechend.

Wenn Sie sich vor dem Start Ihrer Studie intensiv mit diesen drei Themen der Grundgesamtheit und Stichprobe, dem Studiendesign und der Fallzahlplanung be-



© pixabay 2019, Foto: Mudassar Iqbal

schäftigen, sind Sie mit Ihrer Studie bestens aufgestellt. Sie werden die geplanten Analysen vermutlich ohne Abstriche rechnen können und die erwarteten Effekte als signifikant nachweisen. Ihre Ergebnisse können Sie auf dieser Grundlage sinnvoll interpretieren. So erhalten Sie aussagekräftige Ergebnisse und verbessern die Qualität Ihrer Forschung.

Literatur

Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (2014²): Stichproben-Verfahren in der Umfrageforschung. Eine Darstellung für die Praxis. Wiesbaden.

Bühner, Markus (2011³): Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion. München.

Cohen, Jacob (1988²): Statistical power analysis for the behavioral sciences. Hillsdale, NJ.



© privat

Die Autorin

Daniela Keller ist leidenschaftliche Statistik-Expertin und berät Studierende und Wissenschaftler*innen zu allen Themen der statistischen Datenanalyse. Während ihres Studiums der Diplom-Mathematik gründete sie mit Kommilitonen eine studentische statistische Beratung und arbeitete anschließend selbständig in diesem Feld. Neben Einzelberatungen und Workshops unterstützt sie Ihre Kund*innen seit 2019 mit der Statistik-Akademie, ihrem Online-Mitgliederbereich für alle, die Statistik verstehen und selbständig anwenden wollen. Ihr Blog (www.statistik-und-beratung.de/blog) und ihr YouTube-Kanal sind Fundgruben für leicht verständlich aufbereitetes Statistikwissen für die Praxis.



Bildung schützt nicht vor Altersarmut

von Anette Weiß

Gibt es eigentlich Unterschiede darin, wie Akademiker*innen und Nicht-Akademiker*innen mit ihrem Geld umgehen? Welche Form der Vorsorge sie betreiben oder wie riskant ihre Geldanlagen sind? Wie es um die statistische Situation steht, kann ich nicht beurteilen, aber im Laufe meiner 30 Jahre in der Finanzbranche habe ich mit unzähligen Menschen aus den verschiedensten Bildungsschichten zusammengearbeitet und tatsächlich drei typische Verhaltensweisen in Sachen Geld ausgemacht, die zwar bei allen Menschen vorkommen, aber bei den akademisch Gebildeten unter meinen Klient*innen besonders häufig anzutreffen sind:

Die Elitejobfalle

Studienanfänger*innen spekulieren nicht darauf, später als Taxifahrer*innen oder Verwaltungsangestellte zu arbeiten. Die Erwartung ist viel mehr, dass die lange Ausbildungszeit mit den vielen stressigen Prüfungen zu einem annehmbaren (hohen) Salär führen wird.

Leider gibt es diesen Automatismus nicht – wir alle kennen Geschichten von gut ausgebildeten Akademiker*in-

nen, die in ihrem Bereich keine oder zumindest keine hochdotierte Anstellung finden. Während die akademischen Berufsgruppen wegen der langen Ausbildungszeit erst vergleichsweise spät ins Erwerbsleben einsteigen, können gleichzeitig nicht die Gehaltsvorstellungen realisiert werden, die dem Ausbildungsgrad angemessen wären bzw. der eigenen Vorstellung entsprechen. In dieser unseligen Kombination von „Spät-anfangen“ und „Wenig-verdienen“ findet sich bereits das zugrunde liegende Risiko für eine späteren Altersarmut.

Die Desinteressenfalle

Akademiker*innen sind Spezialist*innen. Die Spezialisierung auf ein Kerngebiet führt nicht selten zu einer Vernachlässigung anderer Wissensgebiete; und meiner Erfahrung nach liegen Themen – wie Finanzen, Rente, Vorsorge – an der Spitze dessen, was vernachlässigt wird. Selbst bei einigen Wirtschaftswissenschaftler*innen habe ich hier ein für mich erstaunliches Desinteresse beobachten können. Häufig ist es so, dass Dinge uns nicht interessieren, weil sie uns schwerfallen – und umgekehrt. Bei einem so grundlegenden Themenbereich wie der Al-

tersvorsorge kann dies fatale Folgen haben. Denn wenn die eigene Kompetenz- und Wissensbildung vernachlässigt wird, ist fraglich, ob wir angemessen handeln können.

Aber, so sagen Sie vielleicht: Es gibt ja zum Glück die Expert*innen!

Die Vertrauensfalle

Die Desinteressenfalle führt uns direkt zum nächsten Stolperstein, nämlich in die Vertrauensfalle. Viele Menschen, und besonders Akademiker*innen, gehen davon aus, dass Finanzprofis genauso für ihr Wissensgebiet brennen, wie sie für ihres. Das ist ein verhängnisvoller Trugschluss. Viele Finanzprofis sind spezialisiert – aber im Zweifelsfall nicht darauf, wie sie das Beste für ihre Kund*innen erreichen, sondern darauf, wie sie am besten ihre Produkte verkaufen.

Ich bin immer wieder erstaunt, wie viele Universitäten Strukturvertrieben für Versicherungen und Finanzprodukte einen Rahmen bieten, ihre Studierenden als Kunden einzufangen. In Veranstaltungen, die als Aufklärungsvorlesung bezeichnet werden, wird den jungen Leuten Angst vor der großen bösen Finanzwelt gemacht und die – einfache – Lösung gleich mitpräsentiert: „Werdet schon heute unsere Kunden und ihr könnt euch voll und ganz eurer Profession widmen. Wir kümmern uns um alles!“ Natürlich ist die Versuchung groß, sich so des ungeliebten Themas zu entledigen – und wie groß ist das Entsetzen, wenn sich Jahre später herausstellt, dass es um die eigene finanzielle Situation lange nicht so komfortabel bestellt ist, wie man immer dachte.

Die Realität ist: Die Verantwortung für und die Antizipation der eigenen finanziellen Zukunft kann einem niemand abnehmen. Und es hilft nichts: Das Grundwissen in finanzieller Bildung muss selbst erlernt werden, am besten möglichst früh und aus unabhängiger Quelle. Nur auf diese Weise können Akademiker*innen überhaupt beurteilen, ob die angebotenen Vorsorge- und Anlageprodukte geeignet sind, ihre Zukunft zu sichern. Diese Quellen zu finden, fällt im Angebotsdschungel nicht leicht. Ein gutes erstes Auswahlkriterium ist es, darauf zu achten, dass das Bildungsangebot nicht von Produkt-

gebern – also von Versicherungen und Banken – kommt, sondern von übergeordneter oder produktferner Seite, wie der deutschen Börse oder aus der freien Finanzbloggerszene (z. B. der „Finanzrocker“, die „Geldfrau“ oder auch mein Blog unter www.finanzbildung.jetzt/blog/). Auch das „Finanztest“-Heft der Stiftung Warentest bietet immer wieder wertvolle Einblicke und Erkenntnisse und unter der gedruckten Finanzliteratur finden sich mittlerweile viele Einsteiger- und Fortgeschrittenenbücher mit sehr hoher Fachkompetenz.



© privat

Die Autorin

Anette Weiß lebt und arbeitet in Saarbrücken. Bevor sie sich 2010 mit ihrer geld.wert finanzbildung GmbH (www.finanzbildung.jetzt) als eine der wenigen rein honorar-basierten Finanzexpert*innen in Deutschland selbstständig gemacht hat, arbeitete sie 20 Jahre lang als studierte Anlage- und Vorsorgespezialistin im genossenschaftlichen Bankbereich. Sie ist ehrenamtliche Geldlehrerin für Schulen bei geldlehrer.org, Investmentspezialistin und ausgebildeter Finanzcoach mit Schwerpunkt Wissensvermittlung und Ausbildung.

Nachwuchstipps

Rezensionen

Handbuch Wissenschaftliches Schreiben



Akademisches Schreiben ist (nicht nur) für Studierende eine Herausforderung. Selten wird diese fundamentale wissenschaftliche Fertigkeit systematisch vermittelt, Erwartungshaltungen und Konventionen hinreichend transparent gemacht. Vor diesem Hintergrund konzeptualisiert Norbert Francks Handbuch wissenschaftliches Schreiben als erlernbares „Handwerk“ und bietet hierzu eine „Anleitung von A bis Z“.

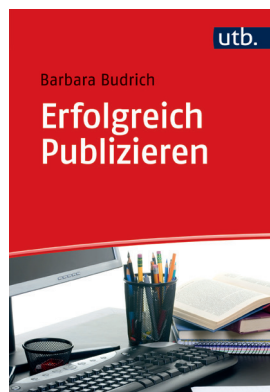
Franck erläutert in präziser und leicht zugänglicher Sprache die Funktion unterschiedlicher Textgattungen (Hausarbeit, Exposé etc.) und ihrer Bestandteile (z. B. Abstracts, Einleitung, Anhänge). Zudem werden unterschiedliche Phasen des wissenschaftlichen Arbeitsprozesses – vom Erstellen von Mindmaps bis zur Schlusskorrektur – in gesonderten Abschnitten besprochen. Die Heterogenität dieser Themenkomplexe führt allerdings zu einer Irritation im Umgang mit der Struktur des Buches: Die „A bis Z“-Gliederung behandelt zum Teil kategorial verschiedene Gegenstandsbereiche. Zudem zielt die Struktur des Buches auf einen schnellen, stichwortbezogenen Zugriff ab, der in einigen Fällen durch die Benennung der Abschnitte (vgl. die unter „P“ zu findende Übersicht „problemstrukturierender Begriffe“) unwahrscheinlich wird.

Insgesamt bietet der kleine Band jedoch eine Übersicht von Anleitungen und Illustrationen, die ich meinen Studierenden jederzeit gerne weitergeben werde: Maßgeb-

lich die Ausführungen zu im studentischen Alltag essenziellen „kleinen“ Schriften wie Protokollen und Berichten sind eine gelungene Ergänzung zu existierenden, häufig „abschlussarbeitsfokussierten“ Handreichungen. Die prozessorientierten Abschnitte des Buches hätten zwar durch ergänzende Hilfestellungen zur Zeitplanung und zur Gestaltung von Feedback-Gesprächen mit Dozierenden und studentischen Peers profitiert. Im Großen und Ganzen wird die Darstellung den Bedürfnissen Studierender in großem Maße gerecht: Franck thematisiert nicht nur Phasen des Schreibprozesses und Kriterien der Entwicklung sinnvoller Fragestellungen, sondern diskutiert auch explizit Schreibhürden und verrät Techniken, um sie zu überwinden. Diese prozessorientierten Hilfestellungen sind praxisnah und erfahrungsgesättigt – und dürften damit dem Ziel des Handbuchs gerecht werden, Studierenden „das Schreiben (und Leben) [zu] erleichtern“ (s. S. 9). Dannica Fleuß

Norbert Franck (2019): Handbuch Wissenschaftliches Schreiben. Eine Anleitung von A bis Z. Paderborn. utb (Verlag Ferdinand Schöningh).

Erfolgreich Publizieren



Seit der Erstauflage 2009 ist „Erfolgreich Publizieren“ zum Standard-Publikationsratgeber für die Sozial-, Erziehungs- und Geisteswissenschaften geworden und im Grunde ein „Muss“ für alle, die vor ihrer ersten Veröffentlichung stehen und diese fokussiert, ohne unnötige Umwege angehen wollen. Doch auch erfahrene Autor*innen profitieren von den Grundlagen und Tipps in diesem Buch. Warum? Weil es die Verlagsperspektive aufgreift. Diese Einblicke helfen nicht nur bei der Auswahl des passenden Publikationspartners, sie scheinen ein Licht

auf Aspekte des Publikationsprozesses, die für Außenstehende im Dunkeln liegen, und geben Antworten auf Fragen, die Sie bislang nicht gestellt haben mögen – wie sollten Sie auch etwas in Betracht ziehen, von dem Sie nicht wussten, dass Sie es nicht wussten ...

Bevor Sie sich mit einzelnen Ratgebern zu Vertrags- und Urheberrecht, Buchmarketing etc. unnötig ausführlich befassen, hat Barbara Budrich zusammengetragen, was für Sie als Autor*in von Bedeutung ist – ohne Sie mit fachlichen Informationen zu erschlagen, die Ihren persönlichen Zuständigkeitsbereich weit überschreiten. Wie gewohnt findet sie klare Worte – und schafft Ordnung in einem diffusen Feld aus verschiedensten Faktoren. Die Informationsfülle, die in diesem Buch zusammenkommt, ist hervorragend strukturiert und überschaubar, nicht zuletzt aufgrund der Gabe der Autorin, das Wesentliche ohne überflüssige Worte auf den Punkt zu bringen.

Der Ratgeber besteht aus vier Teilen: Verlagsperspektive, redaktionelle und typografische Fragestellungen und Interaktion zwischen Autor*innen und Verlag. Im vierten Teil werden die Fäden zusammengeführt. Die dritte, überarbeitete und erweiterte Auflage greift Entwicklungen und Neuerungen der letzten Jahre auf, geht u. a. auf gerankte, peer-reviewte englischsprachige Zeitschriften, und Open Access ein. Der Dissertationsveröffentlichung und ihren Besonderheiten ist ein eigenes Kapitel gewidmet.

Barbara Budrich (2019): Erfolgreich Publizieren. Grundlagen und Tipps für Autorinnen und Autoren aus den Sozial-, Erziehungs- und Geisteswissenschaften. Opladen & Toronto. utb (Verlag Barbara Budrich).

Auszeichnungen

Heinz Maier-Leibnitz-Preis

Der Heinz Maier-Leibnitz-Preis wird an Nachwuchswissenschaftler*innen für herausragende wissenschaftliche Arbeiten vergeben. Er ist mit 20.000 Euro dotiert und soll die Ausgezeichneten darin unterstützen, ihre wissenschaftliche Laufbahn weiterzuverfolgen. Für den von der Deutschen Forschungsgemeinschaft und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung verliehenen Preis kann man sich nicht selbst bewerben, sondern nur vorgeschlagen werden. Auf der Webseite der DFG gibt es ein informatives Video, das alle we-

sentlichen Informationen knapp zusammenfasst und auch die Institutionen benennt, die Kandidat*innen zur Wahl stellen können: www.dfg.de/gefoerderte_projekte/wissenschaftliche_preise/leibnitz-preis/index.jsp. Hier sind auch Ansprechpersonen und weitere Details zu finden. Bewerbungsfrist für die Preisverleihung 2021 ist der 31. August 2020.

academics Nachwuchspreis

academics, das Online-Karriereportal für Wissenschaft und Forschung, zeichnet jährlich eine Person aus, die mit herausragenden und zukunftsweisenden Forschungsleistungen den jeweiligen Wissenschaftsbereich nachhaltig vorangebracht hat und sich darüber hinaus durch beispielhaftes Handeln und ehrenamtliches Engagement für die Wissenschaft auszeichnet. Die Ausschreibung richtet sich an promovierende oder promovierte Nachwuchswissenschaftler*innen aller Forschungsrichtungen bis zu einem Alter von 35 Jahren zum Zeitpunkt der Bewerbung (Erziehungszeiten werden berücksichtigt). Der Preis ist mit 5.000 Euro dotiert und wird nicht zweckgebunden vergeben. Eine individuelle Bewerbung ist nicht möglich, Kandidat*innen können nur durch andere vorgeschlagen werden. Bewerbungsschluss ist der 30. September 2020. Der/die Gewinner*in wird im November verkündet. Alle weiteren Informationen finden Sie auf der Internetseite: www.academics.de/angebote/nachwuchspreis-nachwuchswissenschaftler-des-jahres#subnav_werden_sie_nachwuchswissenschaftlerin_des_jahres_2019.

Akademiepreis

Der von der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften alle zwei Jahre verliehene Preis wird für herausragende wissenschaftliche Leistungen aus allen Fachgebieten vergeben. Er ist mit 50.000 Euro dotiert. Die Verleihung des Akademiepreises erfolgt Mitte des Jahres im Rahmen der jährlichen Festsitzung zum Leibniztag der Akademie. Der/die Preisträger*in stellt seine Forschungsarbeiten im Rahmen des Auszeichnungsaktes mit einem wissenschaftlichen Kurzvortrag vor. Auch hier werden Kandidat*innen zur Nominierung von anderen Personen genannt.

Nominierungsfrist für die Verleihung 2022 ist der 30. November 2020. Fragebogen und weitere Hintergründe auf der Webseite: www.bbaw.de/die-akademie/auszeichnungen/preise/akademiepreis.

Autor*innenportraits



arbeitete über 10 Jahre im Verlag Leske + Budrich ihres Vaters, bevor sie 2004 den Verlag Barbara Budrich gründete. Sie hat zahlreiche Bücher und Aufsätze publiziert, übersetzt und geschrieben. Seit 2012 geben sie und ihr Team im von ihr etablierten Unternehmen budrich training ihr Know-how zum wissenschaftlichen Publizieren und Schreiben systematisch in Vorträgen, Workshops und Coachings weiter. Neuestes Projekt für den wissenschaftlichen Nachwuchs ist die Zeitschrift *Exposé*, deren Herausgeberin sie ist.



baute als Pädagogin und Wissenschaftsmanagerin an den Universitäten Hannover, Bremen und Oldenburg wissenschaftlich konzipierte Lehr- und Personalentwicklungsprogramme für Studierende, Forschende und Lehrende auf. 2001 gründete sie das Consulting-Institut für akademische Karriereentwicklung *karrierekunst* mit dem heutigen Sitz in Bremen. Mit ihrem Team ist sie in Deutschland, Österreich und der Schweiz tätig als Consultant und Coach für Fach- und Führungskräfte in inner- und außeruniversitären Karrieresystemen.



ist leidenschaftliche Statistik-Expertin und berät Studierende und Wissenschaftler*innen zu allen Themen der statistischen Datenanalyse. Während ihres Studiums der Diplom-Mathematik gründete sie mit Kommilitonen eine studentische statistische Beratung und arbeitete anschließend selbständig in diesem Feld. Neben Einzelberatungen und Workshops unterstützt sie Ihre Kund*innen seit 2019 mit der Statistik-Akademie.



lebt und arbeitet in Saarbrücken. Bevor sie sich 2010 mit ihrer geld.wert finanzbildung GmbH als eine der wenigen rein honorar-basierten Finanzexpert*innen in Deutschland selbstständig gemacht hat, arbeitete sie 20 Jahre lang als studierte Anlage- und Vorsorgespezialistin im genossenschaftlichen Bankbereich. Sie ist ehrenamtliche Geldlehrerin für Schulen, Investmentspezialistin und ausgebildeter Finanzcoach mit Schwerpunkt Wissensvermittlung und Ausbildung.



hat in Soziologie promoviert und ist seit 2013 als wissenschaftlicher Schreibcoach tätig. Er arbeitet als Schreibcoach für die Universitätsbibliothek Bern und ist Inhaber der Mind Your Writing Schreibberatung. Er hat mehrere Bücher beim Verlag Barbara Budrich veröffentlicht.

Workshops

Workshops zum wissenschaftlichen Schreiben

Schreiben ist die Schlüsselqualifikation in der Wissenschaft. Im Mittelpunkt steht üblicherweise das „Was“, das „Wie“ wird jedoch häufig vernachlässigt. Wir vermitteln, wie Sie Ihre Gedanken fachlich und stilistisch angemessen in Form bringen, und geben Ihnen Praxistipps und Werkzeuge an die Hand, mit deren Hilfe Sie sicher durch den Schreibprozess navigieren.

Workshops zum wissenschaftlichen Publizieren

Wer in den Wissenschaften nicht publiziert, verbreitet seine Erkenntnisse und Leistungen nicht und ist damit im Fachbereich nicht präsent. Auf Grundlage jahrzehntelanger Verlagserfahrung entwickeln wir mit Ihnen für Ihre Publikation die passende Strategie, finden geeignete Partner*innen zur Veröffentlichung und die angemessene Form für Ihren Text.

Alle Angebote in deutscher und englischer Sprache.

Online-Schreibclub

Der Schreibclub richtet sich an Autorinnen und Autoren, die Wissenschaftstexte oder fundierte Sachtexte verfassen (möchten). Jeden Monat treffen wir uns in einer kleinen Gruppe von maximal sechs Teilnehmerinnen und Teilnehmern online zum Austausch.

Einmal pro Monat reichen Sie einen Text ein, den Barbara Budrich Ihnen anredigiert zurückreicht. Sie erhalten eine Fülle an Praxismaterialien, die Sie beim Schreiben und Publizieren unterstützen.

Es ist nicht notwendig, bereits publiziert zu haben (aber es schadet auch nicht), um aus dem Coaching viel für Ihre Karriere mitzunehmen.

Coaching-Angebote

Wir unterstützen Sie rund um alle Belange der Wissenschaftskommunikation, von der Entwicklung Ihres Schreibstils und der Überwindung von Schreibblockaden bis hin zur Druckreife Ihres Manuskripts und dem Entwurf Ihres individuellen akademischen Kalenders.

Sie haben dabei die Wahl zwischen 1:1-Coachings im persönlichen Gespräch oder 1:1-Coachings per Telefon oder online über eine Meeting-Software.

Unser halbjähriges **Online-Wissenschaftscoaching** hilft Ihnen beim Aufbau Ihrer wissenschaftlichen Karriere. Zur Auswahl stehen eine Basis-, Profi- und Premiumvariante sowie eine unverbindliche Schnupperversion.

Unser **Online-Kurs „Vom ersten „PUH!“ zur Publikation“** hilft Ihnen mit wöchentlichen Coaching-Mails in sieben Schritten zur Veröffentlichung.

Schlüsselkompetenzen für die Wissenschaft

Unsere Trainer*innen

Als Lektor*innen, Berater*innen und Verlagsmensen begleiten wir die Wissenschaft seit Jahrzehnten mit Schwerpunkten im Bereich des wissenschaftlichen Schreibens und Publizierens. Unsere persönlichen Erfahrungen haben wir systematisch aufbereitet und geben sie in Workshops, Vorträgen und Coachings weiter.

Barbara Budrich

Verlegerin, Autorin & Übersetzerin, jahrzehntelang als Wissenschaftslektorin tätig

Miriam von Maydell

Programmleiterin im Verlag Barbara Budrich, Studium der Germanistik und Anglistik (Schwerpunkt: Gender Studies) in Bonn, Potsdam und Lancaster, ehem. freie Lektorin

Jakob Horstmann

Journalist und Lektor in Deutschland, Großbritannien und Osteuropa, ehem. Lektor bei Zed Books in London, nun selbstständig

Feedback

*„Im Rahmen unseres Mentoring-Programms für Nachwuchswissenschaftler*innen ist Barbara Budrich jährlich zu Gast und gibt den Teilnehmer*innen wertvolle Einblicke hinter die Kulissen eines Verlags. Sie gibt Tipps zum Publizieren in der Wissenschaft und schafft es mit ihrer warmherzigen und nahbaren Art, den Teilnehmer*innen die Scheu vor der Ansprache von Verlagen zu nehmen.“*

Julia Küchel, Koordinatorin der Veranstaltungen des Gleichstellungsbüros der Universität Siegen

„Bevor man sich nicht intensiv mit dem Thema „wissenschaftliches Publizieren“ auseinander gesetzt hat, ahnt man gar nicht, wie viel man darüber nicht weiß. Es war sehr interessant und wird mir langfristig helfen. Besonders die Besprechung eigener Texte und individueller Fragen war wesentlich hilfreicher als ein ‚one size fits all‘-Vortrag.“

Esther Kronsbein, Teilnehmerin am Workshop „Wissenschaftliches Publizieren“ an der Universität Kassel



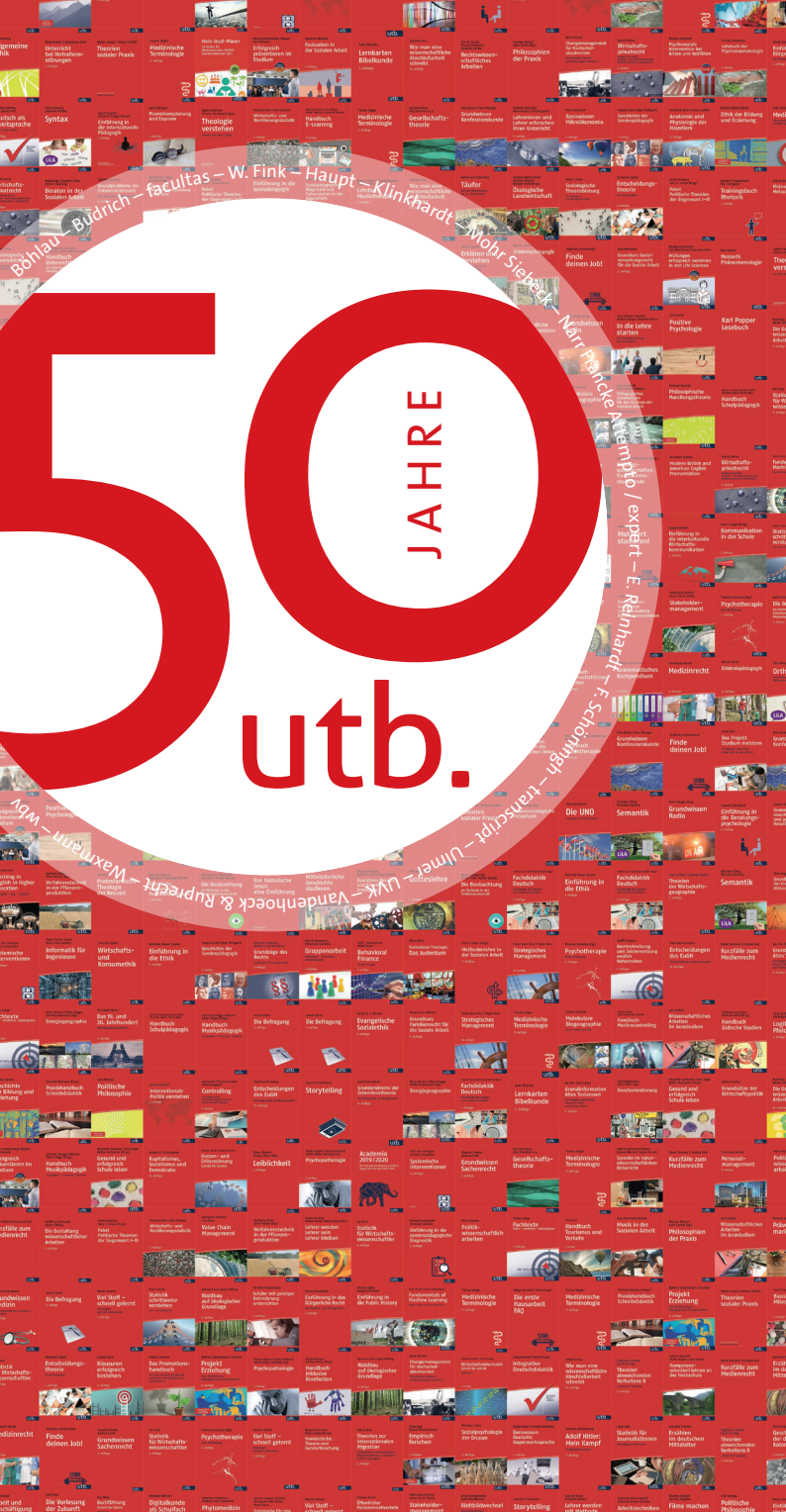
Kontakt

budrich training | Magdalena Gromada

Stauffenbergstr. 7 | 51379 Leverkusen

Tel.: (+49) (0)2171 79491 50 | Fax: (+49) (0)2171 79491 69

magdalena.gromada@budrich.de | www.budrich-training.de



1970–2020

50 Jahre Erfolg durch Kooperation

16 Verlage für ein gemeinsames Lehrbuchprogramm in 30 Fachbereichen

Studienliteratur print und online mit über 1500 lieferbaren Titeln

Fachliteratur für alle Phasen des Studiums und für die Hochschullehre



ISBN 978-3-8252-5233-5



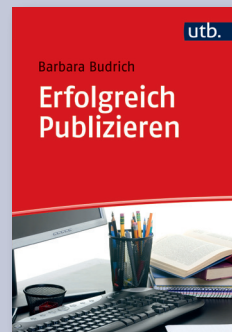
ISBN 978-3-8252-5026-3



ISBN 978-3-8252-4453-8



ISBN 978-3-8252-4877-2



ISBN 978-3-8252-5148-2



ISBN 978-3-8252-4732-4



ISBN 978-3-8252-5219-9



ISBN 978-3-8252-5209-0

Weitere Titel unter www.utb-shop.de