



BDI

Wissenschaftliches Publizieren im Verbandsumfeld – Ergebnisse einer Blitzumfrage

ZEW / FhG ISI Workshop „Wissenschaftliches Publizieren in Unternehmen:
Entwicklungen, Motivationen und Herausforderungen

Dr. Carsten Wehmeyer, 24.11.2020



Publizieren wir wissenschaftlich?

Im Verbandsumfeld wird ständig publiziert – aber ist das auch wissenschaftlich?



Setup der Blitzumfrage

Was ich wissen wollte

Fragestellung:

- Publizieren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus meinem Verband und unseren Unternehmen im Gremienumfeld?
- Gibt es spezifische Merkmalsausprägungen hinsichtlich des Publikationsverhaltens oder der Publikationsarten?
- Gibt es Hindernisse beim wissenschaftlichen Publizieren und was würde aus Sicht der Publizierenden/Publicationswilligen helfen, sie zu überwinden?

Zielsetzung:

- Orientierungswissen im eigenen Umfeld generieren
- Ggf. zielgerichtete Empfehlungen für die Arbeitsbedingungen im eigenen Verband aussprechen

Methode:

- Primärerhebung vom 23.10. – 6.11.2020

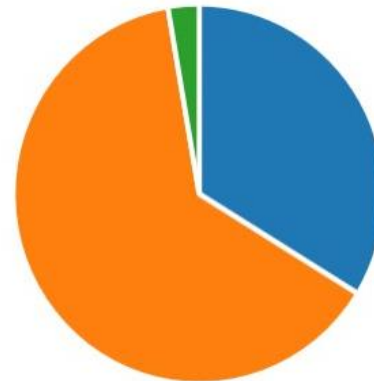
Definition wissenschaftliche Publikationen im Rahmen der Umfrage

1. Alle Veröffentlichungen, die nach den üblichen Standards des wissenschaftlichen Arbeitens verfasst wurden (u.a. relevante Forschungsfrage zur Erlangung neuen Wissens, klare und nachvollziehbare Zielsetzung und Methodik, Verifizierung bzw. Falsifizierung von Arbeitshypothesen, Nutzung und richtige Zitation wissenschaftlicher Quellen, Ergebnisoffenheit etc.) sowie
2. verbandswissenschaftliche Publikationen, die wissenschaftliche Prinzipien und Methoden anwenden, um eine neue relevante Fragestellung mit dem Ziel zu beantworten, deren wissenschaftlich fundierten Ergebnisse/Antworten für die Formulierung von Handlungsempfehlungen zu nutzen

Positionspapiere, Stellungnahmen sowie Dossiers sind keine wissenschaftlichen Publikationen.

Ergebnisse – Wer hat geantwortet?

Welchem Geschlecht gehören Sie an?



n=74

Für wen arbeiten Sie?



n=74

- An der Blitzumfrage haben 74 Kolleginnen und Kollegen teilgenommen, 234 Personen wurden angeschrieben, das entspricht einer Antwortquote von gut 30% (es kann nicht ausgeschlossen werden, dass einige Kollegen den Link auch mit weiteren Kollegen geteilt haben und der Verteiler insofern größer war)
- Die Kolleginnen sind trotz nochmaliger Ansprache klar in der Minderheit (meine Vermutung, es würden sich nur wenige Frauen melden, wurde leider bestätigt, obwohl der Frauenanteil z.B. im BDI bei etwa 50% liegt)
- Rückläufer aus Verbänden und Unternehmen halten sich in etwa die Waage

Ergebnisse

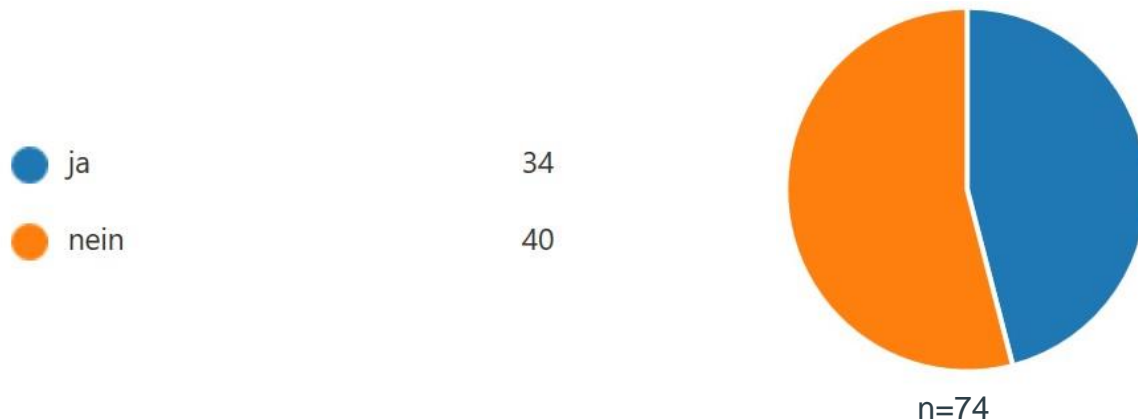
Welches ist Ihr höchster akademischer Abschluss/Grad?



Wissenschaftliches Publizieren (Interesse am Thema) ist eine Domäne der Promovierten, die jedoch im Verteiler unterrepräsentiert sind (aus Zeitgründen hier nicht berechnet)

Von den 41 Promovierten sind 31 männlich (66% der Männer), 8 weiblich (32% der Frauen), beide Diverse sind promoviert

Unterstützt Ihr Unternehmen/Verband wissenschaftliches Publizieren (extra Zeit wird eingeräumt, Vorgesetzte fordern und fördern wissenschaftliches Publizieren, es sind Aufstiegschancen damit verbunden etc.)?

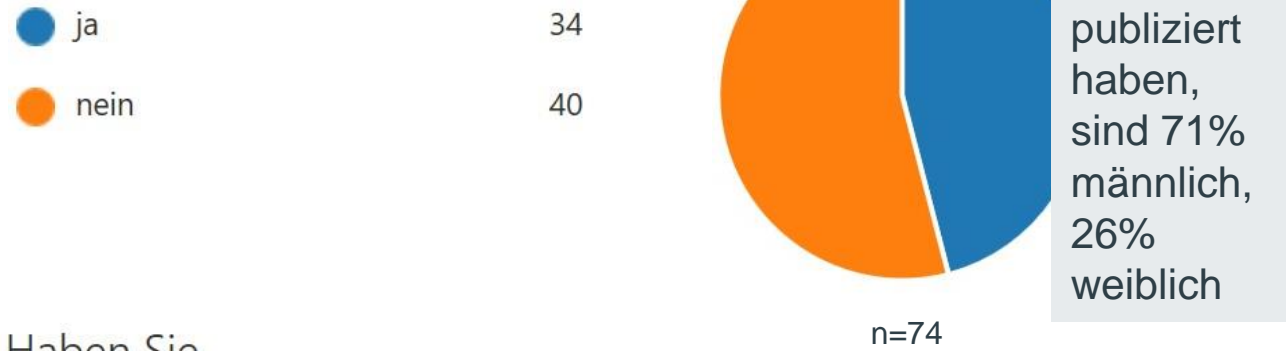


Nicht einmal die Hälfte aller Antwortenden wird vom Arbeitgeber beim wissenschaftlichen Publizieren unterstützt

24 von 38 Unternehmen unterstützen das Publizieren (63%), doch nur 9 von 35 Verbänden (26%) (Rest: 1 Forschungsvereinigung; ja)

Ergebnisse - Publikationsverhalten

Haben Sie in den letzten 18 Monaten wissenschaftlich publiziert?



Haben Sie

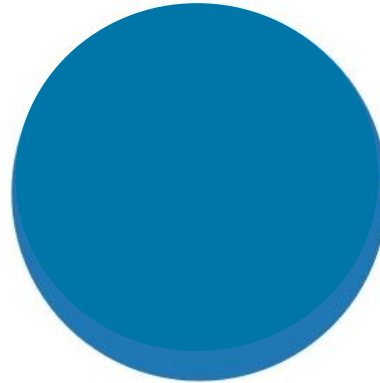
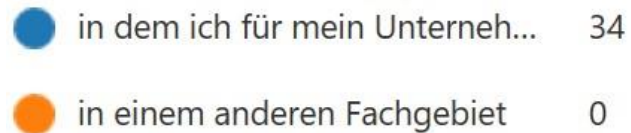


Mehrfachantworten möglich

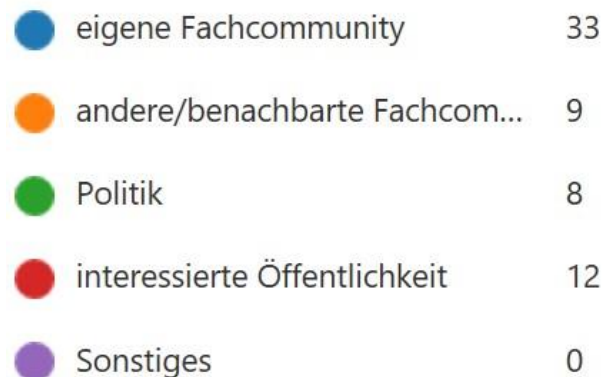
- Die Frage, ob publiziert wurde, ist auf einen willkürlichen Zeitraum von 18 Monaten eingegrenzt. Dem liegt die Vermutung zugrunde, dass Mitarbeiter, die dies im beruflichen Kontext „müssen“ und diejenigen, die es aus Interesse tun, dies auch mit einer gewissen routinemäßigen Häufigkeit ausführen und insofern über den Zeithorizont erfasst werden dürften
- Mehr als die Hälfte hat nicht publiziert
- Von den männlichen Teilnehmern (47) haben 24 (51%) publiziert, von den weiblichen (25) hingegen 9 (36%)
- Die Antwortenden publizieren vor allem unter eigenem Namen oder in Gemeinschaft mit weiteren Autoren

Ergebnisse - Publikationsverhalten

In welchem Fachgebiet publizieren Sie?



Für welche Zielgruppe publizieren Sie?



- Die Schuster bleibt bei ihren Leisten – das eigene professionelle Fachgebiet ist ausschließlich Publikationsthema – ist das ein Indiz für Silodenken in Zeiten disziplinenübergreifender Herausforderungen oder traut sich keiner über den Tellerrand zu schauen?
- Die eigene Fachcommunity ist die Hauptzielgruppe, gefolgt von interessierter Öffentlichkeit und Nachbardisziplinen/Politik

Mehrfachantworten möglich

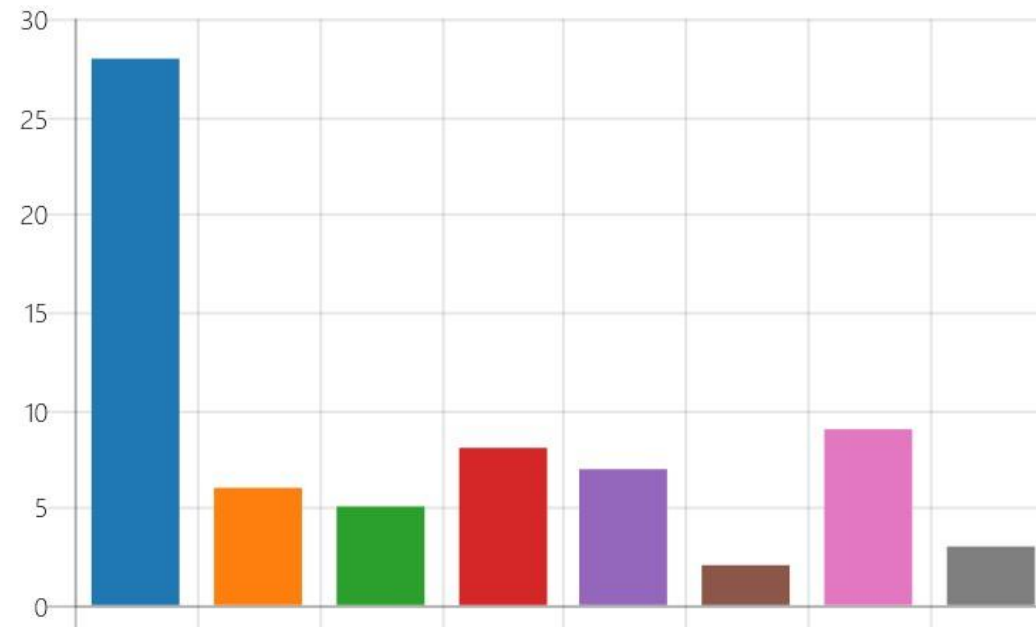
Ergebnisse - Publikationsverhalten

Wo bzw. in welcher Form publizieren Sie?

Fachmagazin	28
Monografie	6
Sammelband	5
Zeitschriften-/Zeitungsartikel	8
Verbandsmagazin/-zeitschrift ...	7
Unternehmensmagazin	2
Internetdokument / Online	9
Sonstiges	3

Mehrfachantworten möglich

Das **klassische Fachmagazin** ist das favorisierte Medium, in großem Abstand gefolgt von Online



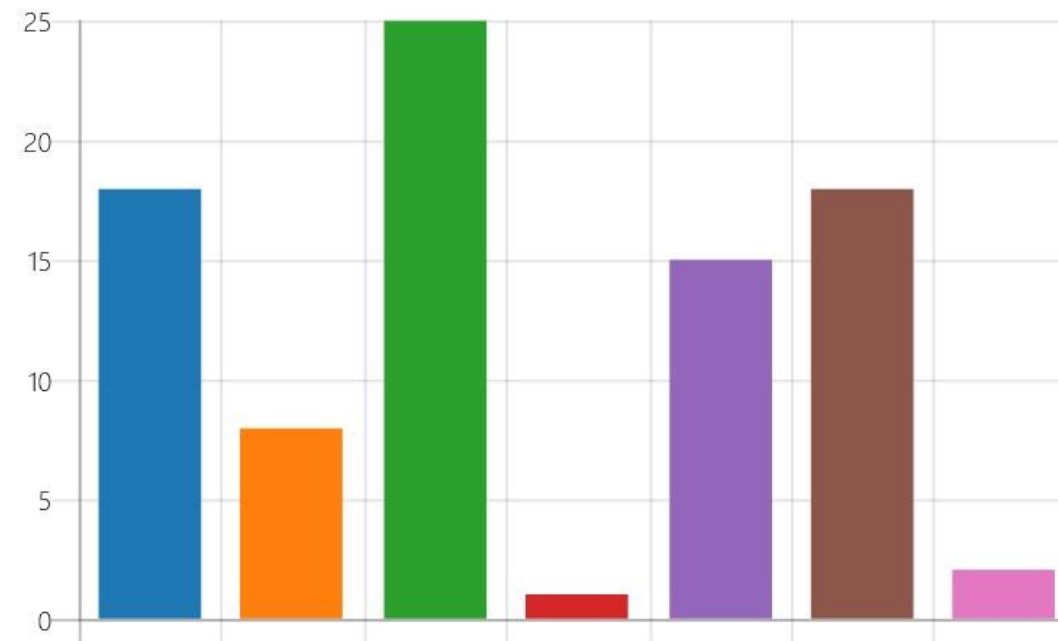
Ergebnisse - Motivation

Warum publizieren Sie?



Mehrfachantworten möglich

Neugierde und Spaß an der Wissenschaft sind das Hauptmotiv, Incentives weit abgeschlagen



Es fehlt die Zeit

Wenn sie bislang nicht wissenschaftlich publiziert haben, es aber gern täten (oder gern mehr publizieren würden)- welche Unterstützung würden Sie sich wünschen?

Allein 20 Nennungen von 31 beziehen sich auf die **fehlende Zeit** für Recherche und das Schreiben wissenschaftlicher Arbeiten

Hindernisse bestehen auch in **fehlender Anerkennung, Wertschätzung, und Unterstützung**

Wiederkehrender Wunsch ist, mit dem Publizieren **konkrete Anreize zu verbinden**
(Ressourcen wie Zeit, Aufstiegschancen, Anerkennung)

O-Töne

„Dafür eingeplante **Zeit**, Möglichkeit sich alleine ein Thema zu suchen oder einem Call for Papers zu antworten und leider ganz wichtig, dass die **Publikation unter dem eigenen Namen** und nicht dem eines Vorgesetzten veröffentlicht wird.“

„**Unterstützung des Arbeitgebers** bspw. durch Gewährung von ausreichend Zeit, um sich auf die wissenschaftliche Arbeit und Recherche konzentrieren zu können. Hierzu bedarf es ggf. einer **Freistellung von anderen Aufgaben** und die Möglichkeit für **flexibleres Arbeiten**.“

„Seltenes oder gar kein Publizieren liegt für Angestellte von Industrie-Unternehmen in der Natur der Sache, es sollen **keine Betriebsgeheimnisse offengelegt** werden. Daher liegt ein stärkerer Fokus auf Patente.“

„In der Regel stehen allerdings andere Rahmenbedingungen im Unternehmen (wie z.B. **Geheimhaltungsvereinbarungen** oder **Zielkonflikte mit Patentanmeldungen**) im Widerspruch zu wissenschaftlichen Publikationen.“

Fazit



männlich, promoviert, dominiert



Neugierde und Spaß am wissenschaftlichen Arbeiten sind Hauptmotiv



Fachmagazin (Papier?) schlägt Online



Unternehmen fördern entschlossener als Verbände



Zeit ist die knappste Ressource und wohl auch eine Folge fehlender Anerkennung und Wertschätzung für wissenschaftliches Arbeiten in den Organisationen

Empfehlungen



Potential der Frauen fördern und incentivieren (mehr Flexzeit, betriebliche Karrierewege zum wissenschaftlichen Arbeiten (Promotionsmöglichkeiten etc.) eröffnen



Kreativität und Neugier von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern fördern und ihnen Zeit für Recherche und Austausch mit anderen Fachdisziplinen einräumen, Offenheit bewusst fördern, Eigenmotivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterstützen



Über Publikationsmöglichkeiten informieren und Wege eröffnen, auch „Fehler“ zulassen



Arbeitszeit bewusst für wissenschaftliches Publizieren einräumen, wissenschaftliche Leistung mit konkreten Karrierechancen verbinden und in Unternehmen-/Verbandskultur verankern



Wissenschaftliches Arbeiten in den Organisationen mit anderen Aufgaben zeitlich vereinbar machen oder sogar prioritär verankern, ggf. in Betriebs- oder Einzelvereinbarungen verankern, Anerkennung und Wertschätzung öffentlich machen

Kontakt

Dr. Carsten Wehmeyer | Senior Manager | Abteilung Digitalisierung und Innovation

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.

Breite Straße 29 | 10178 Berlin

T. +49 30 20281580 | M. c.wehmeyer@bdi.eu