

Wie viel Öffentlichkeit wagen?

Die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen zwischen privaten Informationen und Wissenschaftskommunikation

Katja Knuth-Herzig

Academia ist nicht der häufig beschworene Elfenbeinturm, in dem Forschende in stiller Kontemplation nachdenken und forschen, Academia ist eine (Filter)Blase mit festen Regeln und Gewohnheiten. Eine davon ist es, Forschende dazu anzuhalten, alles, was innerhalb der Wissenschaftscommunity passiert, in der Relevanz stark zu überschätzen, während gleichzeitig die Welt außerhalb dieser Blase in ihrer Relevanz häufig massiv unterschätzt wird. Das gilt in großem Maße auch für die eigene Sichtbarkeit. Sie wird von Wissenschaftler*innen bisher noch allzu häufig ausschließlich innerhalb der Scientific Community gedacht, aufgebaut und gepflegt. Das Projekt EXENKO berichtet dazu passend beispielsweise in diesem Band davon, dass Fachpublikationen und Konferenzbeiträge aktuell den größten Raum beim Thema Sichtbarkeit einnehmen, während gleichzeitig ein Engagement im Bereich des Transfers von Wissen in die Gesellschaft kaum eine Relevanz für die Karriere als Wissenschaftler*in hat. Das Projekt Prof:inSicht zeigt darüber hinaus auf, dass eine größere Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen außerhalb der Wissenschaft sogar innerwissenschaftliche Sanktionierung nach sich ziehen kann. Sie erhalten deutlich häufiger negative und abwertende Reaktionen zu ihrer Sichtbarkeit als ihre männlichen Kollegen.

Zwar ist die Relevanz von Wissenschaftskommunikation über die vergangenen Jahre stetig gewachsen und zahlreiche Forschende kommunizieren inzwischen auch in und mit der Öffentlichkeit. Hierbei stehen dann aber die Sachinformation, die Forschungsergebnisse, das wissenschaftliche Arbeiten im Mittelpunkt. Die eigene Sichtbarkeit wird meist nur gestreift oder überhaupt nicht reflektiert und bewusst adressiert. Dabei wird diese Sichtbarkeit zunehmend wichtiger, wie wir später noch sehen werden.

Die persönliche Sichtbarkeit, die mit Wissenschaftskommunikation verbunden ist, kann aber durchaus verschiedene Abstufungen haben und sich über die Zeit verändern, wie ein Vorschlag von Susanne Geu (2023)

zeigt. Sie definiert für die Wissenschaftskommunikation, vier verschiedene Typen, die von beruflichen Zielen, Ressourcen, Workload Persönlichkeit und Affinität zu (digitalen) Medien abhängen und sich abstufen lassen. Die persönliche Sichtbarkeit, die damit verbunden ist, steigt dabei mit jeder Kategorie an.

Da ist zunächst die *CV-Wissenschaftler*in*, die online gefunden werden und gezielt in der Scientific Community einen guten Eindruck hinterlassen möchte. Hier ist die Sichtbarkeit nicht nur stark auf die Wissenschaft selbst begrenzt, sie ist auch passiv. Die Person wird nur gefunden, wenn jemand gezielt nach ihr sucht. Bevorzugte Kanäle hierfür sind etwa die Webseiten von Hochschulen und Forschungseinrichtung, ORCID, Google Scholar, ResearchGate oder LinkedIn.

Die (*akademische*) *Networker*in* sucht dagegen aktiv Kontakt zu Fachkolleg*innen und interagiert regelmäßig mit ihnen, bevorzugt auf X (ehemals Twitter), Bluesky oder LinkedIn. Dabei steht allerdings der fachliche Austausch im Fokus, die eigene Sichtbarkeit wird nur nebensächlich adressiert. Das gilt besonders für die Sichtbarkeit außerhalb der Scientific Community. Es geht hauptsächlich darum, den eigenen wissenschaftlichen Wirkungskreis zu erweitern, indem anlassbezogen über Artikel, Forschungsergebnisse, Konferenzteilnahmen, Vorträge usw. kommuniziert wird.

Die *Wissenschaftskommunikator*in*, als dritter Typus, adressiert verschiedene Öffentlichkeiten, indem sie wissenschaftliche Inhalte verständlich für diese aufbereitet und veröffentlicht. Die eigene Sichtbarkeit innerhalb oder außerhalb der Scientific Community steht auch hier nicht im Fokus, kommt aber in einem gewissen Umfang hinzu. Sind die Beiträge gut aufbereitet und thematisieren Inhalte, die in diesem Moment gesellschaftlich oder politisch diskutiert werden, folgen oft Anfragen zu Interviews, Vorträgen oder als Gast in TV-Formaten. Dort sind dann sowohl die Person als auch die Expertise gut sichtbar.

Die *Sciencefluencer*in* schafft es hingegen, verschiedenen Öffentlichkeiten die Wissenschaft als spannendes Arbeitsfeld zu zeigen. Dabei steht auch das Leben als Wissenschaftler*in im Mittelpunkt und die Person hinter der Forschung wird stärker sichtbar als es bei den drei anderen Typen der Fall ist. Allerdings kosten diese Art und dieses Ausmaß an Kommunikation sehr viel Zeit und Arbeit. Zudem kommen weitere Aufgaben wie beispielsweise der Aufbau und die tägliche Pflege einer eigenen Community hinzu. Das ist mit einer Tätigkeit in der Wissenschaft zeitlich kaum noch vereinbar, daher wird die Tätigkeit als Sciencefluencer*in oft zum Hauptjob der Person. Wenn wir Sichtbarkeit im Sinne von Reichweite definieren, dann

hat die Sciencefluencer*in unbestreitbar die größte Sichtbarkeit unter den vier vorgeschlagenen Typen erreicht. Dementsprechend erhält sie häufig Presseanfragen und Einladungen als Expert*in, die dann wiederum neue Sichtbarkeit ermöglichen. Spätestens an diesem Punkt muss dann auch thematisiert werden, dass Sichtbarkeit und Reichweite große Verantwortung mit sich bringen und jederzeit mit Sorgfalt genutzt werden sollten. Fehler oder Fehlverhalten können schnell auf die gesamte Scientific Community zurückfallen.

Natürlich beschreiben diese vier Typen nicht die einzigen Formen von Sichtbarkeit, die Wissenschaftler*innen haben können. Zum einen sind die Übergänge zwischen den unterschiedlichen Typen fließend, zum anderen gibt es auch jeweils angepasste Formen, die sich stärker an den vorhandenen Ressourcen der einzelnen Person orientieren als der Prototyp. Dennoch zeigen diese Beschreibungen einerseits auf, dass Sichtbarkeit in der Wissenschaft immer fachliche und persönliche Anteile hat, die in ganz unterschiedlichen Mischverhältnissen stehen können und sie veranschaulichen andererseits, wie wichtig eine aktive und reflektierte Entscheidung ist, für welche Personengruppen man in welchem Umfang sichtbar sein möchte. Nach Befunden des Projekts EXENKO (in diesem Band) zeigt sich bisher aber noch ein gegenteiliges Bild. Allzu häufig scheinen auch Wissenschaftlerinnen in der Postdoc Phase noch keine klare Position in Bezug auf ihre mediale Sichtbarkeit gefunden zu haben. Sie scheinen noch mitten in dem Prozess zu stehen, abzuwägen, wie sie ihre eigene Sichtbarkeit ausgestalten möchten. Begleitet wird das von großer Unsicherheit und Befürchtungen, exponiert zu sein und auch außerhalb der Rolle als Wissenschaftlerin angreifbar zu werden. Daher gibt es natürlich auch ein Recht auf „Unsichtbarkeit“ - in individuellen Situation oder allgemein. Auch das sollte aber eine bewusste Entscheidung sein und sich nicht aus diffusen Befürchtungen zu möglichen Folgen der eigenen Sichtbarkeit ergeben. Denn solche Befürchtungen können zuweilen größer sein als es die realen Risiken sind, die wir später noch thematisieren werden. Ein schönes Beispiel hierfür ist die bereits erwähnte Diskussion, ob es für eine wissenschaftliche Karriere hinderlich ist, Wissenschaftskommunikation zu betreiben und dabei auch als Person in verschiedenen Medien sichtbar zu sein. Hier werden zurecht Sorgen und Bedenken ausführlich thematisiert, dabei aber oft vergessen, dass beispielsweise bei einer Bewerbung im Ausland unter Umständen ausdrücklich erwartet wird, dass Forschende Kommunikationserfahrung mitbringen. Solche Befürchtungen sollten daher immer mal wieder einen Realitätscheck erhalten und den Vorteilen gründlich gegenübergestellt wer-

den. Eine weitere Befürchtung, die weit verbreitet ist, betrifft die Verletzung von persönlichen Grenzen, die durch eine größere Sichtbarkeit ermöglicht wird. Um diese Problematik sorgfältig und ehrlich zu adressieren, ist es unabdingbar, auf dem Weg zur eigenen Sichtbarkeit zunächst einmal eigene Grenzen zu reflektieren und abzustecken.

Wie sichtbar möchte ich sein und wo sind meine Grenzen?

Wenn Wissenschaftlerinnen heute über ihre eigene Sichtbarkeit nachdenken, dann geht es dabei nicht mehr ausschließlich um eine Karriere innerhalb der Wissenschaft und welche Sichtbarkeit mit welchen Themen bei welchen Personen hierfür vorteilhaft sein könnte, es geht längst auch um einen Plan B. Nicht erst seit der Initiative #IchBinHanna, #IchBinReyan und dem zugehörigen Buch (Bahr, Eichhorn & Kubon, 2022) stellt sich für Wissenschaftlerinnen, spätestens nach der Promotion, die bange Frage, ob sie eine der wenigen Dauerstellen in Forschung und Lehre oder eine Professur ergattern werden können. Sonst bleibt nach vielen Jahren der Spezialisierung im eigenen Fachgebiet nur die Möglichkeit, sich beruflich noch einmal komplett neu zu orientieren. Frühzeitig auch an einer Sichtbarkeit außerhalb des Wissenschaftssystems zu arbeiten, kann in diesem Fall eine wertvolle Brücke hin zu einem Job außerhalb der Wissenschaft sein.

Da das Thema so viele Forschende betrifft, existieren inzwischen zahlreiche Angebote zum Thema Selbstmarketing mit Blick auf einen Arbeitsplatz in der freien Wirtschaft oder für den Weg in eine Selbstständigkeit. Das geht bis hin zu umfangreicher Literatur, Weiterbildungsveranstaltungen und Coachings, wie sich die eigene Person als Marke etablieren lässt. Für einige Forschende mag das passen, für andere führt diese Idee, die zuweilen fast schon als unvermeidliche Forderung formuliert wird, in ein öffentliches Zerrbild, das sich komplett daran orientiert, was wir glauben, dass andere Menschen sehen möchten. Echte Sichtbarkeit muss aber nicht nur zum antizipierten Wunsch der Zielgruppen oder zu den Zielen passen, die damit erreicht werden sollen, sie muss vor allem zu den eigenen Werten, zu den eigenen Ressourcen, zu unseren eigenen Grenzen und zu unserer Affinität zu verschiedenen Kanälen der Sichtbarkeit passen.

Ein wichtiger erster Schritt, um diese Passung zu finden, ist es, eine ganz individuelle Definition von positiver Sichtbarkeit vorzunehmen. Dabei können bereits veröffentlichte Definitionen hilfreich sein, wie sie das

Projekt SPARK und das Projekt EXENKO im Rahmen dieses Buches aus ihrer Arbeit vorstellen. Die beiden zentralen Fragen sollten aber immer lauten: Was bedeutet es für die einzelne Wissenschaftlerin, in positiver Weise sichtbar zu sein und wo liegen für sie die persönlichen Grenzen dieser Sichtbarkeit? Eine bewusste Definition dieser Grenzen ist so früh im Prozess hilfreich, um u.a. Ängste und Hürden abzubauen, die das Thema Sichtbarkeit bei Wissenschaftlerinnen häufig mit sich bringt und die ja auch nicht unbegründet sind (siehe z.B. die Wahrnehmung von Wissenschaftsfeindlichkeit bei Blümel, 2024). Erst wenn diese beiden grundsätzlichen Dinge geklärt sind, sollte eine strategische Planung für die eigene Sichtbarkeit und deren Umsetzung erfolgen.

Die Frage, wie viel persönliche oder private Information in die Kommunikation einfließen darf oder sollte, ist aus der Erfahrung des SPARK Projekts bei der Definition der persönlichen Grenzen eine der zentralen Überlegungen. Dazu ist zunächst eine ganz individuelle Unterscheidung zwischen privater und persönlicher Information notwendig. Zu den persönlichen Informationen zählen laut Duden (2024) alle Informationen, die eine Person betreffen. Beispielsweise wo eine Person arbeitet oder welchen Studienabschluss sie besitzt. Ein großer Teil der persönlichen Informationen findet sich bei Forschenden ohnehin bereits auf der Webseite der eigenen Einrichtung. Der Kategorie „persönliche Informationen“ untergeordnet ist die Kategorie der „privaten Informationen“. Private Informationen betreffen alle Informationen, die sich auf das Leben außerhalb des Beruflichen beziehen. Dazu zählt beispielsweise, ob eine Person Familie oder Haustiere hat, was sie gerne isst, welche Hobbies sie hat oder auch der eigene Menstruationszyklus. Der Duden (2024) definiert diese Informationen als „nur die eigene Person angehend“, „nicht für alle, nicht für die Öffentlichkeit bestimmt“ und „außerdienstlich“. In die Kategorie dieser privaten Informationen fallen zudem häufig Dinge, die nicht ausschließlich die eigene Person betreffen z.B. die Information ob man verheiratet ist oder Kinder hat.

Wie helfen diese Definitionen nun beim Thema Sichtbarkeit? Indem eine Wissenschaftlerin sorgfältig für sich selbst definiert, welche Informationen individuell in welche Kategorie fallen, kann sie eine gut begründete Grenze ziehen, was Teil der öffentlichen Sichtbarkeit sein soll und was nicht. Eine sehr einfache, aber auch sehr nützliche Hilfestellung kann es dabei sein, eine Liste anzulegen und griffbereit zu haben, auf der notiert ist, welche Dinge in welche Kategorie fallen. Eine solche Liste erinnert auch daran, einen regelmäßigen Check durchzuführen, ob die Sortierung in die

beiden Kategorien noch aktuell ist oder verändert werden muss und ob Dinge hinzugenommen werden müssen. Sowohl die eigene Sicht, als auch die äußeren Umstände können und sollten immer wieder zu Änderungen führen.

Mit Hilfe dieser Reflexion kann eine authentische Persona für die öffentliche Kommunikation aufgebaut werden, die für die Sichtbarkeit als Wissenschaftlerin genutzt wird, ohne eigene Grenzen zu verletzen. Berufliche Informationen und Wissenschaftskommunikation können so mit Informationen abgerundet werden, die über sachliche oder fachliche Dinge hinausgehen und Anknüpfungspunkte zur eigenen Person bieten. Das kann besonders im Bereich Social Media stark auf die eigene Sichtbarkeit einzahlen, da eine solche Personalisierung der eigenen Kommunikation u.a. eine parasoziale Interaktion (siehe Horton & Wohl, 1956) ermöglicht. Nicht umsonst tun sich unpersönliche Accounts von Hochschulen und Einrichtungen eher schwer mit ihrer Reichweite in den sozialen Medien.

Schaut man weiter, was als Basis und Grundstein unter den persönlichen Grenzen liegt, dann sind das, unter anderem, handlungsleitende persönliche Werte. Auch diese sollten vor dem Schritt in eine größere Sichtbarkeit, aber auch danach, regelmäßig reflektiert werden. Als Hilfestellung dazu kann eine einfache Liste mit einer Aufzählung von solchen Werten genutzt werden, die in Büchern aus dem Themenfeld Coaching, sowie online, vielfältig zu finden sind (siehe z.B. bei Schmidt et. al., 2007). Sollte es trotzdem schwerfallen, solche Werte für sich selbst zu identifizieren, kann sich als Katalysator ein Gespräch mit einer Person aus dem privaten oder beruflichen Umfeld zum Thema persönliche Werte eignen. Basierend auf den dabei herausgearbeiteten individuellen Werten und umgeben von den eigenen Grenzen, wird nicht nur eine bewusste Entscheidung bezüglich der eigenen Sichtbarkeit möglich, beides legt auch die notwendige Basis für ein echtes und dauerhaftes Commitment zur eigenen Sichtbarkeit.

Grenzüberschreitungen durch Sichtbarkeit

Überlegungen zu den persönlichen Grenzen der eigenen Sichtbarkeit sollten natürlich nicht ausklammern, sich auch über mögliche Grenzüberschreitungen und die eigene Reaktion darauf frühzeitig Gedanken zu machen. Einige dieser Grenzüberschreitungen sollen hier noch kurz angesprochen werden, ohne jedoch vorgefertigte Reaktionsmöglichkeiten oder Lösungen dafür anbieten zu können.

Die vielstimmigen Forderungen der vergangenen Jahre nach mehr Wissenschaftskommunikation und damit auch nach stärkerer Sichtbarkeit von Forschenden (für eine Übersicht siehe Knuth-Herzig, 2022) wird zunehmend davon konterkariert, dass Forschende, die sich öffentlich äußern (verbal) angegriffen werden (siehe Nogrady, 2021; O’Grady, 2022; Blümel, 2024). Das legt auf den ersten Blick eher einen Rückzug aus der Sichtbarkeit, zumindest außerhalb der Forschungscommunity, statt eine Steigerung der eigenen Sichtbarkeit nahe. Zwar gibt es inzwischen dringend notwendige Unterstützung für den Extremfall, wie z.B. den SciComm Support (<https://scicomm-support.de/>), der Forschende vom Leitfaden zum Umgang mit Angriffen bis hin zur persönlichen Beratung und juristischen Unterstützung zur Seite steht, dennoch spielt es dauerhaft eine wichtige Rolle für die Abwägung von Risiko und Nutzen der eigenen Sichtbarkeit, dass Wissenschaftsfeindlichkeit und (verbale) Angriffe zugenommen haben. Ganz besonders für Frauen.

Eine weitere wichtige Grenze, die beim Thema Sichtbarkeit schnell überschritten wird, sind die eigenen Ressourcen (siehe Abbildung 8 „Welche Herausforderungen sind in Bezug auf die Erhöhung Ihrer Sichtbarkeit als Wissenschaftlerin relevant?“ im Kapitel SPARK). Für die eigene Sichtbarkeit ist Ausdauer angesagt, denn „Sichtbarkeit ist ein Marathon und kein Sprint“ (Rathke, 2023). Da nicht nur der Aufbau von Sichtbarkeit, sondern auch das Pflegen und das Erhalten von Sichtbarkeit Ressourcen kostet, müssen diese auch dauerhaft zur Verfügung stehen und eingeplant werden. In einem Wissenschaftssystem, das stark unter (Zeit-)Druck steht, ist das oft eine Frage des Wertes, der eigener Sichtbarkeit zugerechnet wird. Dieser muss im Vergleich mit den zahlreichen anderen Aufgaben im Arbeitsalltag hoch genug sein, um die Arbeit an der eigenen Sichtbarkeit nicht immer wieder ans Ende der To-Do Liste rutschen zu lassen. Das ist umso wichtiger, wenn man Erkenntnisse wie die des Projekts Prof:inSicht (in diesem Band) einbezieht. Bezüglich der zeitlichen Ressourcen konnten sie zeigen, dass Professorinnen wesentlich mehr unbezahlte Care-Arbeit übernehmen als Professoren und ihnen bereits dadurch weniger Zeit für die Arbeit an der eigenen Sichtbarkeit zur Verfügung steht. Da verwundert es nicht, dass das auch das Projekt EXENKO (in diesem Band) berichtet, dass die eigene Sichtbarkeit auch aus Zeitgründen, hinter die fachliche Sichtbarkeit in der Fachcommunity zurückgestellt wird.

Zu einer guten Planung der Ressourcen für die Sichtbarkeit gehört aber im Gegenzug dazu auch, sich sorgfältig zu überlegen, welche Angebote man annehmen möchte und welche ggf. nicht (für eine Reflexion dazu

siehe z.B. Bahr, 2024). Wer ein gewisses Maß an Sichtbarkeit innerhalb und außerhalb der Wissenschaft erreicht hat, bekommt zunehmend Anfragen aus der Presse, für Vorträge oder Keynotes, zu Kooperationen für neue Forschungsprojekte oder auch Einladungen in Podcasts. Forschende bringen aus dem Arbeitsumfeld Wissenschaft die Tendenz mit, alle diese Angebote anzunehmen, da es sich ja im Nachgang als nachteilig erweisen könnte, etwas nicht getan zu haben. Wenn sich durch höhere Sichtbarkeit die Anzahl der Anfragen erhöht, ist das aber schlicht nicht mehr dauerhaft leistbar. Es gilt, einen bewussteren Umgang mit den vorhandenen Ressourcen zu finden und zu pflegen – auch beim Thema Sichtbarkeit. Dazu kann es hilfreich sein, ein festes tägliches, wöchentliches oder monatliches Zeitbudget einzuplanen und sowohl Über- als auch Unterschreitungen kritisch im Auge zu behalten.

In jüngster Zeit steht zudem noch eine weitere Grenze vermehrt in der Diskussion, die Frage nach dem Übergang zwischen Wissenschaftskommunikation und Aktivismus. Persönliche Sichtbarkeit hört ja, wie bereits beschrieben, nicht bei den eigenen Forschungsergebnissen bzw. der fachlichen Expertise auf oder muss dort zumindest nicht aufhören. Will man mit authentischer Kommunikation sichtbar sein, gehören persönliche Einstellungen und politische Überzeugungen möglicherweise dazu. Die wichtige Rolle, die eigene Werte für die Sichtbarkeit spielen können, ist hier das Bindeglied. Nicht nur allgemeine politische Themen wie Klimaschutz, auch wissenschaftspolitische Themen wie die weit verbreitete Befristung von Arbeitsverträgen im Mittelbau sind hier betroffen. Die drei Initiator*innen der #IchBinHanna Bewegung (siehe dazu z.B. Bahr, Eichhorn & Kubon, 2022) Amrei Bahr, Kristin Eichhorn und Sebastian Kubon haben durch ihr Engagement für bessere Arbeitsbedingungen in der Wissenschaft sehr viel Sichtbarkeit erreicht, müssen dafür aber in Kauf nehmen, dass sie weniger mit ihrer Forschungstätigkeit sichtbar sind als mit ihrem Aktivismus und dass dieser nicht überall unkritisch gesehen wird.

Aktuell wird innerhalb der Scientific Community heftig diskutiert, wie aktivistisch Forschende oder die Wissenschaft allgemein sein sollen, dürfen oder sogar müssen (vergl. Bahr, 2024; Schröder, 2024 und Schröder, 2023) und es zeichnet sich nicht ab, dass hier in nächster Zeit ein Konsens gefunden wird. Gleichzeitig steigt durch die weltpolitische Lage in vielen Bereichen der Druck auf die Wissenschaft, sich zu äußern und klar zu positionieren. Die Abwägung bleibt also vorerst ohne offizielle Leitplanken den einzelnen Forschenden überlassen. Zentraler Grundpfeiler sollte dabei aber immer sein, dass klar die Rolle genannt wird, aus der heraus in

der einzelnen Situation kommuniziert wird. Spricht man auf Basis der eigenen Forschung und Expertise oder in der Rolle als Bürger*in, zwar mit vertieftem Verständnis für die Wissenschaft und deren Prozesse, aber ohne fachlichen Hintergrund. Meinungen, Einschätzung und Werte sollten auf jeden Fall immer als solche benannt werden.

Wie viel Öffentlichkeit also wagen?

Es wird zurecht oft betont, dass sichtbare Frauen auch eine Vorbildfunktion haben. Was Kinder sehen, können sie sich leichter für sich selbst und ihre eigene Zukunft vorstellen. Das ist besonders wichtig, wenn intersektional gedacht wird und sollte uns ein Auftrag sein. Auch für Erwachsene wird es durch mehr sichtbare Frauen in der Wissenschaft, in Führungspositionen oder auch in „Männerberufen“ sehr viel selbstverständlicher, uns in diesen Positionen zu sehen. Das ist ein wichtiger Weg zur Selbstverständlichkeit von Gleichstellung.

Dennoch kann es auf die Frage, wie sichtbar eine einzelne Wissenschaftlerin sein möchte, immer nur eine sehr individuelle Antwort geben. Sichtbarkeit sollte aber mehr als bisher eine bewusste, gut informierte und aktiv unterstützte Entscheidung sein. Dazu reicht es nicht aus, sich einmal mit dem Thema zu beschäftigen, es muss dauerhaft und immer wieder passieren. Daher ist es sehr wünschenswert, dass dieses Thema bereits beim Start einer wissenschaftlichen Karriere aktiv aufgeworfen wird und danach wiederholt adressiert. Vorgesetzte, Betreuungspersonen und Institutionen sind dabei in der Pflicht. Sie sollten nicht nur die initiale Zündung geben, sondern auch den weiteren Weg begleiten und beispielsweise mit finanziellen Ressourcen für den Kompetenzaufbau oder für Beratung und Coaching unterstützen. Sollte das nicht möglich sein, müssen zumindest zeitliche Ressourcen gegeben werden, aktiv und kontinuierlich an der eigenen Sichtbarkeit zu arbeiten. Das gilt auch oder sogar ganz besonders für die Sichtbarkeit außerhalb Academia. Das praxeologische Modell „Doing Visibility“ des Projekts Prof:inSicht (in diesem Band) kann hierbei eine große Hilfe sein, da es den Prozess der Herstellung von Sichtbarkeit nachzeichnet. Das Projekt EXENKO (in diesem Band) liefert mit seinem stark forschungszentrierten Ansatz die Grundlage, Sichtbarkeit noch besser zu verstehen, und das Projekt SPARK (in diesem Band) zeigt eine Möglichkeit, ganz praktisch mit seinem Workshop und den begleitenden Erfahrungen, die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen zu stärken. Förderprogramme

wie „Innovative Frauen im Fokus“ des BMBF, in dessen Rahmen diese Projekte finanziell ermöglicht wurden, sind also ein sehr guter Startpunkt. Die Sichtbarkeit von Frauen innerhalb und außerhalb der Wissenschaft darf aber nicht im Anschluss an die vorgesehenen drei Förderphasen und mit der Veröffentlichung der letzten Projektberichte wieder hinter anderen Themen verschwinden. Hier sind wir alle in der Pflicht, weiterzutragen und weiterzuentwickeln, was wir uns erarbeitet haben. Auch auf dieser Ebene ist Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen ein Marathon.

Literatur

- Bahr, A., Eichhorn, K. & Kubon, S. (2022). *#IchBinHanna: Prekäre Wissenschaft in Deutschland*. Suhrkamp Verlag.
- Bahr, A. (2024). Mut zur Absage: Warum Zusagen in der Wissenschaft nicht über allem stehen sollten. <https://arbeitinderwissenschaft.substack.com/p/mut-zur-absage-warum-zusagen-in-der> (abgerufen am 11.10.2024)
- Bahr, A. (2024). Stimme erheben für unsere Demokratie: Wissenschaft muss lauter werden! <https://arbeitinderwissenschaft.substack.com/p/stimme-erheben-fur-unser-e-demokratie> (abgerufen am 13.02.2025)
- Blümel, C. (2024). Anfeindungen gegen Forschende. Eine repräsentative Studie des Projektes KAPAZ. Kurzdossier für die Berichterstattung. Herausgeber: Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung GmbH (DZHW). https://scicomm-support.de/wp-content/uploads/2024/05/2024_05_16_Studie-Anfeindungen-gegen-Forschende_KAPAZ-1.pdf (abgerufen am 24.10.2024)
- Duden (2024). Definition „persönlich“. <https://www.duden.de/rechtschreibung/persoenlich>, abgerufen am 21.07.2023.
- Duden (2024). Definition „privat“. <https://www.duden.de/rechtschreibung/privat>, abgerufen am 21.07.2023.
- Geu, S. (2023). Wie viel Sichtbarkeit brauchen Wissenschaftler*innen? Quelle: <https://usannegeu.de/wie-viel-sichtbarkeit/> (Abgerufen 12.11.2023)
- Horton, D. & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Knuth-Herzig, K. (2022). Kernimpulse für Hochschulen zum Thema Wissenschaftskommunikation aus aktuellen Papieren unterschiedlicher Akteure aus dem Wissenschaftssystem. In S. Harris-Huermert, P. Pohlenz & L. Mitterauer (Hrsg.), *Hochschulen neu denken! Herausforderungen, Risiken und Chancen* (S. 111–134). Waxmann.
- Nogrady, B. (2021). ‘I hope you die’: how the COVID pandemic unleashed attacks on scientists. *Nature* 598, 250–253 (2021), doi: <https://doi.org/10.1038/d41586-021-02741-x>
- O’Grady, C. (2022). In the line of fire. *Science*, Vol 375, Issue 6587. <https://www.science.org/content/article/overwhelmed-hate-covid-19-scientists-face-avalanche-abuse-surveys-shows> (abgerufen 14.10.2023)

- Rathke, J. (2023). Interview: „Sichtbarkeit ist ein Marathon und kein Sprint“. <https://www.innovative-frauen-im-fokus.de/projekte/spark?projektimfokus=true> (abgerufen 17.03.2024)
- Schmidt, P., Bamberg, S., Davidov, E., Herrmann, J., & Schwartz, S. H. (2007). Die Messung von Werten mit dem “Portraits Value Questionnaire”. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 38(4), 261–275.
- Schröder, M. (2024). Wissenschaftler dürfen keine Aktivisten sein. https://www.zeit.de/2024/13/aktivismus-wissenschaft-objektivitaet-forschung-soziologie?wt_zmc=sm.ext.zonaudev.twitter.ref.zeitde.share.link.x (abgerufen am 09.10.2024)
- Schröder, S. (2023). Darf Wissenschaftskommunikation aktivistisch sein? <https://www.wissenschaftskommunikation.de/darf-wissenschaftskommunikation-aktivistisch-sein-73805/> (abgerufen am 09.10.2024)