Rathke | Knuth-Herzig | Milker [Hrsg.]

Sichtbarkeit von weiblicher wissenschaftlicher Leistung im Fokus

Nomos

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Julia Rathke | Katja Knuth-Herzig
Lena Milker [Hrsg.]

Sichtbarkeit von weiblicher wissenschaftlicher Leistung im Fokus

Nomos

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Diese Open-Access-Publikation wurde gefördert durch das Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR), Förderkennzeichen 01FP21038.

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

1. Auflage 2025

© Die Autor:innen

Publiziert von
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-7560-0373-0
ISBN (ePDF): 978-3-7489-3858-3

DOI: https://doi.org/10.5771/9783748938583

Onlineversion
Nomos eLibrary

Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Inhaltsverzeichnis

Julia Rathke
Einleitung: Sichtbarkeit weiblicher wissenschaftlicher Leistung im Fokus 7

Ute Klammer, Maren A. Jochimsen, Eva Wegrzyn, Lena Braunisch, Chantal Vomlela und Lara Altenstädter
Sichtbarkeit und Anerkennung von Wissenschaftlerinnen stärken: Erkenntnisse aus dem Projekt EXENKO 15

Gabriele Fischer, Ronja Philipp, Lina Spagert, Stephanie Thiemichen, Veronika Thurner, Stefanie Urchs und Elke Wolf
The Floor is yours!? (Un)Sichtbarkeiten von HAW-Professorinnen 47

Julia Rathke, Katja Knuth-Herzig, Rubina Zern-Breuer, Lena Milker, Philipp Komaromi, Christina Prautsch
SPARK – Sichtbare Potenzialträgerinnen als Rollen(vor)bilder weiblicher wissenschaftlicher Karrieren 73

Katja Knuth-Herzig
Wie viel Öffentlichkeit wagen?
Die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen zwischen privaten Informationen und Wissenschaftskommunikation 111

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Einleitung: Sichtbarkeit weiblicher wissenschaftlicher Leistung im Fokus

Julia Rathke

Obwohl Frauen – wie in vielen Bereichen der Gesellschaft auch – in der Wissenschaft stärker präsent sind als es noch vor wenigen Jahrzehnten der Fall war, werden sie als Leistungsträgerinnen und mit ihrer fachlichen Expertise in Wissenschaft und Forschung aktuell noch immer zu wenig gesehen. Hinzu kommt, dass Frauen in diesem Bereich auch weiterhin zahlenmäßig unterrepräsentiert sind (siehe GWK, 2020). Strukturierte Programme zur Unterstützung von Wissenschaftlerinnen sind dennoch nicht flächendeckend und für alle Karrierestufen vorhanden. Entsprechend kommt eine aktuelle Studie der Gemeinsamen Wissenschaftskonferenz (GWK) „Chancengleichheit in Wissenschaft und Forschung" zu dem Schluss: „Je höher die Besoldungsgruppe ist, desto niedriger ist der Anteil der Frauen" (GWK, 2020: 8). So waren im Jahr 2018 nur 24,7 % der Professuren in Deutschland mit Frauen besetzt, obwohl der Gesamtanteil an Promotionen, die von Frauen geschrieben wurden, seit Jahren konstant über 44 % liegt (Anteil an Promotionen 2010/11: 44,1 %, 2018: 45,2 %, GWK, 2012, S. 10 sowie GWK, 2020, S. 14). Das macht nicht nur die Frage nach der Chancengerechtigkeit evident, sondern lässt auch den Verlust von Expertise, Innovationskraft und Kompetenz für Wissenschaft und Forschung befürchten. Aber auch die Frauen, die in Wissenschaft und Forschung tätig sind, erreichen im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen häufig sehr viel weniger Sichtbarkeit. Ein gutes Beispiel hierfür ist der Gender Citation Gap in der Wissenschaft (vgl. z.B. Franzen, 2018), der die Beobachtung benennt, dass die Arbeit von Forscherinnen und Wissenschaftlerinnen statistisch bedeutsam seltener zitiert wird als die ihrer männlichen Kollegen.

Bisher wurden bereits verschiedene Maßnahmen angestoßen und umgesetzt, um exzellente Wissenschaftlerinnen sichtbar zu machen und so langfristig den Anteil an innovativen Frauen in Wissenschaft und Forschung zu erhöhen, darunter zählen z.B. das Professorinnenprogramm oder das Programm „Frauen an die Spitze" (BMBF, 2007 – 2016). Eine verstärkte wissenschaftsinterne und -externe Sichtbarkeit von Frauen in Forschung und Wissenschaft soll dazu führen, dass mehr junge Frauen eine entsprechende

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Karriere anstreben, mehr weibliche Rollen(vor)bilder in ihrem Bereich finden, an denen sie sich orientieren können und Frauen in der Wissenschaft insgesamt stärker gefördert werden, weil sie als ebenso innovativ wie Männer angesehen werden. Alle drei Punkte (Karrierewegentscheidung, Vorbildfunktion und Förderung) benötigen unterschiedliche, differenzierte Lösungsansätze. Auch gibt es bereits zahlreiche Angebote für Coachings, Datenbanken für Expertinnen, gezielt angelegte Netzwerke und nicht zuletzt eine Menge Bücher, Zeitschriftenbeiträge, Blogbeiträge und Vorträge zu diesem Thema (siehe z.B. Spektrum Kompakt: Be-/Verkannt – Frauen in der Wissenschaft).

Dennoch kommen diese im Alltag von Wissenschaftlerinnen aus verschiedenen Gründen nur sehr wenig an (z.B. Elsevier Gender Report, 2015). Ziel der BMBF-Förderlinie „Innovative Frauen im Fokus" ist es daher, mit konkreten Umsetzungsprojekten „Wissenschaftliche Leistungen und innovative Ideen von Frauen in der Gesellschaft sichtbarer (zu) machen" (www.bmbf.de/bmbf/de/home/_documents/innovative-frauen-im-fokus.html). In insgesamt drei Förderrunden hat der Bund hier bis zu 36 Millionen Euro sowie bis zu weitere 5 Millionen Euro zur Förderung eines vernetzenden Metavorhabens zur Verfügung gestellt. Das Metavorhaben IFiF hat am 1. März 2022 seine Arbeit aufgenommen und begleitet die geförderten Projekte. Es wird vom Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. umgesetzt (www.innovative-frauen-im-fokus.de).

In diesem Band werden die Ergebnisse von drei Projekten der ersten Förderrunde dieser Förderlinie zusammengetragen. Den Auftakt des Sammelbandes bildet der Beitrag „**Sichtbarkeit und Anerkennung von Wissenschaftlerinnen stärken: Erkenntnisse aus dem Projekt EXENKO**" von Ute Klammer, Maren A. Jochimsen, Eva Wegrzyn, Lena Braunisch, Chantal Vomlela und Lara Altenstädter. Das an der Universität Duisburg-Essen durchgeführte Forschungsprojekt EXENKO untersucht, wie sich Exzellenzverständnisse und Hochschulkommunikation auf die Wahrnehmung wissenschaftlicher Leistung von Frauen auswirken.

Die empirischen Ergebnisse deuten darauf hin, dass Wissenschaftlerinnen ihre Sichtbarkeit primär innerhalb ihrer Fachcommunity suchen, während öffentliche Wissenschaftskommunikation oft als karrieretechnisch irrelevant oder sogar risikobehaftet wahrgenommen wird. Viele Wissenschaftlerinnen berichten von fehlender institutioneller Unterstützung und strategischer Einbindung in die Hochschulkommunikation. Gleichzeitig zeigt sich, dass Frauen in Hochschulpublikationen häufig in informellen

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

oder persönlichen Rollen dargestellt werden, während Männer als fachliche Autoritäten und Experten inszeniert werden.

Ein zentrales Ergebnis der Studie ist die Erkenntnis, dass Hochschulkommunikation ein entscheidender, aber bislang unterschätzter Faktor für die wissenschaftliche Sichtbarkeit ist. In EXENKO wurden daher Workshops und Dialogformate zwischen Wissenschaftlerinnen und Hochschulkommunikationsverantwortlichen durchgeführt, um geschlechtersensible Strategien zu entwickeln. Die Ergebnisse belegen: Wissenschaftlerinnen benötigen nicht nur individuelle Strategien zur Stärkung ihrer Sichtbarkeit, sondern auch institutionelle Maßnahmen, die ihre wissenschaftlichen Leistungen gezielt in die Hochschulkommunikation integrieren.

Der zweite Beitrag, „**The Floor is yours!? (Un)Sichtbarkeiten von HAW-Professorinnen**", verfasst von Gabriele Fischer, Ronja Philipp, Lina Spagert, Stephanie Thiemichen, Veronika Thurner, Stefanie Urchs und Elke Wolf, beleuchtet die Sichtbarkeit von Professorinnen an Hochschulen für angewandte Wissenschaften (HAW).

Die Sichtbarkeit von Professor:innen wird häufig mit Forschungsleistung gleichgesetzt. Doch insbesondere Professorinnen an HAW stehen vor spezifischen Herausforderungen in ihrer Sichtbar-Werdung: Ihre Arbeit ist oft stärker auf Lehre und Praxistransfer ausgerichtet und wird dadurch weniger in der wissenschaftlichen Community wahrgenommen. Der Beitrag untersucht, wie Sichtbarkeit entsteht und welche geschlechtsspezifischen und strukturellen Barrieren dabei eine Rolle spielen. Das praxeologische Konzept des Doing Visibility bietet eine theoretische Grundlage, um Sichtbarkeitsprozesse als soziale Interaktionen zu verstehen und empirisch zu analysieren.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sowohl das Geschlecht als auch der Hochschultyp die Sichtbarkeit von HAW-Professorinnen beeinflussen. So treten Professorinnen an HAW in akademischen Rankings und Zitationsanalysen seltener in Erscheinung. Eine besondere Rolle spielt die digitale Sichtbarkeit: Professorinnen sind in akademischen Datenbanken unterrepräsentiert und werden in der öffentlichen Wahrnehmung häufiger über soziale Medien oder Praxisnetzwerke sichtbar als über klassische wissenschaftliche Publikationen. Darüber hinaus zeigt sich, dass Sichtbarkeit im Widerspruch zu Weiblichkeitsnormen stehen kann und es daher für Professorinnen eines erhöhten Aufwands bedarf, um sich in der Sichtbarkeitsarena darzustellen. Gleichzeitig berichten sie von negativen Erfahrungen, darunter stereotype Zuschreibungen oder direkte Anfeindungen. Die Ergebnisse von Prof:inSicht verdeutlichen die Komplexität von Sichtbarkeit

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

und die Verantwortung von Hochschulen bei der Sichtbarmachung von HAW-Professorinnen.

Der dritte Beitrag, „**SPARK – Sichtbare Potenzialträgerinnen als Rollen(vor)bilder weiblicher wissenschaftlicher Karrieren**", von Julia Rathke, Katja Knuth-Herzig, Rubina Zern-Breuer, Lena Milker, Philipp Komaromi und Christina Prautsch untersucht praxisnahe Sichtbarkeitsstrategien für Wissenschaftlerinnen.

SPARK kombinierte Workshops, eine deutschlandweite Online-Befragung und Transfermaßnahmen, um Wissenschaftlerinnen dabei zu unterstützen, gezielte Sichtbarkeitsstrategien zu entwickeln. Ein zentraler Bestandteil von SPARK war die Entwicklung eines Werkstatt-Workshops, in dem Wissenschaftlerinnen praxisnah verschiedene Sichtbarkeitsstrategien erprobten. Besonders erfolgreich erwies sich dabei die „Sichtbarkeits-Rallye", in der die Teilnehmerinnen gezielt an Präsentationsformaten, Social-Media-Nutzung und wissenschaftlicher Positionierung arbeiteten. Die Evaluation des Workshops unterstreicht, dass die bewusste Auseinandersetzung mit Sichtbarkeitsmechanismen und der Austausch mit Kolleginnen entscheidende Faktoren für eine erfolgreiche Wahrnehmung in der Wissenschaft sind.

Den Abschluss des Projekts bildete ein Transferworkshop, in dem die gewonnenen Erkenntnisse mit Hochschulkommunikationsverantwortlichen, Gleichstellungsakteur:innen und Wissenschaftlerinnen diskutiert wurden. Dabei wurde insbesondere die Notwendigkeit betont, Sichtbarkeit als strategische Kompetenz in der Wissenschaft zu verankern und Hochschulen stärker in die Verantwortung für die gezielte Förderung von Wissenschaftlerinnen zu nehmen.

Der abschließende Beitrag des Sammelbandes, „**Wie viel Öffentlichkeit wagen? Die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen zwischen privaten Informationen und Wissenschaftskommunikation**" von Katja Knuth-Herzig, thematisiert die Herausforderungen und Entscheidungsprozesse, mit denen Wissenschaftlerinnen in Bezug auf ihre öffentliche Sichtbarkeit konfrontiert sind. Die empirischen Ergebnisse deuten darauf hin, dass Wissenschaftlerinnen ihre Sichtbarkeit vorrangig innerhalb der Scientific Community anstreben, während eine Positionierung in der breiteren Öffentlichkeit vielfach mit Unsicherheiten behaftet ist.

Die Analyse verschiedener Sichtbarkeitstypen macht deutlich, dass Wissenschaftlerinnen je nach Karriereziel, persönlicher Präferenz und institutionellen Rahmenbedingungen unterschiedlich mit Öffentlichkeit umgehen. Während einige sich gezielt als Wissenschaftskommunikatorinnen

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

oder Sciencefluencerinnen positionieren, bevorzugen andere eine restriktivere Herangehensweise, die ihre Sichtbarkeit auf akademische Netzwerke beschränkt. Ein reflektierter Umgang mit der eigenen Sichtbarkeit ist – insbesondere im Hinblick auf die Abgrenzung zwischen fachlicher und persönlicher Darstellung – wichtig.

Ein zentraler Aspekt betrifft die Risiken und Belastungen, die mit hoher öffentlicher Sichtbarkeit einhergehen können. Wissenschaftlerinnen, die aktiv in sozialen Medien kommunizieren oder sich öffentlich zu wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Themen äußern, sind überdurchschnittlich häufig von Anfeindungen und negativen Reaktionen betroffen. Insbesondere Frauen sollten verstärkt strategische Entscheidungen darüber treffen, welche Inhalte sie kommunizieren und inwieweit sie persönliche oder private Informationen preisgeben.

Vor diesem Hintergrund plädiert der Beitrag für eine bewusste Auseinandersetzung mit individuellen Sichtbarkeitsgrenzen und die Schaffung von institutionellen Strukturen, die Wissenschaftlerinnen in der strategischen Gestaltung ihrer öffentlichen Präsenz unterstützen. Hochschulen und Wissenschaftseinrichtungen sind gefordert, nicht nur die Bedeutung von Sichtbarkeit anzuerkennen, sondern auch nachhaltige Schutzmechanismen für Forschende zu etablieren, die in der Öffentlichkeit stehen.

Allen Beiträgen dieses Sammelbandes ist gemeinsam, dass sie die vielschichtigen Mechanismen untersuchen, die die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen beeinflussen – sei es durch institutionelle Strukturen, individuelle Strategien oder die Rahmenbedingungen wissenschaftlicher Kommunikation. Die empirischen Erkenntnisse der drei geförderten Projekte machen deutlich, dass Sichtbarkeit nicht allein durch wissenschaftliche Exzellenz entsteht, sondern maßgeblich durch die Art und Weise, wie wissenschaftliche Leistung anerkannt, kommuniziert und strukturell verankert wird.

Die Projekte belegen, dass Wissenschaftlerinnen besonders in frühen und mittleren Karrierephasen mit erheblichen Sichtbarkeitsbarrieren konfrontiert sind. Die Hochschulkommunikation, die maßgeblich an der öffentlichen Wahrnehmung wissenschaftlicher Exzellenz beteiligt ist, folgt oftmals Logiken, die bestehende Ungleichheiten reproduzieren. Dies gilt für die ungleiche Repräsentation von Wissenschaftlerinnen in institutionellen Kommunikationskanälen ebenso wie für geschlechterspezifische Darstellungsformen in akademischen und digitalen Netzwerken. Gleichzeitig wird deutlich, dass Frauen in der Wissenschaft vor der strategischen Herausforderung stehen, sich sichtbar zu machen, ohne dabei in stereotype

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Zuschreibungen zu geraten oder ihre wissenschaftliche Autorität infrage gestellt zu sehen.

Ein weiteres zentrales Muster, das sich durch die Beiträge zieht, ist die Ambivalenz öffentlicher Sichtbarkeit. Während eine stärkere mediale Präsenz als potenziell karriereförderlich angesehen wird, heben die Untersuchungen auch hervor, dass Wissenschaftlerinnen verstärkt Abwägungen darüber treffen müssen, welche Informationen sie öffentlich teilen. Die Forschungsergebnisse belegen, dass insbesondere Frauen häufiger mit Anfeindungen und skeptischen Reaktionen konfrontiert sind, wenn sie sich in öffentlichen Debatten positionieren. Sichtbarkeit bedeutet für Wissenschaftlerinnen daher nicht nur eine Chance, sondern auch eine Gratwanderung zwischen Anerkennung und potenziellen Risiken.

Vor diesem Hintergrund plädieren die Autorinnen der Beiträge für eine strukturelle Neubewertung der Rahmenbedingungen wissenschaftlicher Sichtbarkeit. Hochschulen, Wissenschaftsorganisationen und Förderinstitutionen sind gefordert, Strategien zur gezielten Förderung weiblicher Sichtbarkeit zu entwickeln, Kommunikationskanäle geschlechtersensibel zu gestalten und Wissenschaftlerinnen in der Entwicklung individueller Sichtbarkeitsstrategien zu unterstützen. Es braucht nicht nur individuelle Maßnahmen, sondern auch eine nachhaltige strukturelle Veränderung, die Sichtbarkeit als integralen Bestandteil wissenschaftlicher Karrieren anerkennt – ohne dabei bestehende Ungleichheiten weiter zu verfestigen.

Die in diesem Sammelband versammelten Beiträge verdeutlichen, dass die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen weit mehr ist als eine Frage individueller Präsenz. Sie ist eingebettet in strukturelle, kommunikative und kulturelle Rahmenbedingungen, die maßgeblich darüber entscheiden, wer in der Wissenschaft wahrgenommen wird und wer nicht. Sichtbarkeit ist damit nicht nur ein Mittel der persönlichen Karrieregestaltung, sondern ein Indikator für die Funktionsweisen des Wissenschaftssystems selbst.

Zugleich wird deutlich, dass wissenschaftliche Exzellenz und ihre öffentliche Wahrnehmung nicht unabhängig voneinander betrachtet werden können. Die Art und Weise, wie über Wissenschaft gesprochen, geforscht und berichtet wird, formt das Bild dessen, was als bedeutend, innovativ und anerkennenswert gilt. In diesem Prozess spielen Geschlecht und gesellschaftliche Erwartungshaltungen eine entscheidende Rolle. Solange wissenschaftliche Sichtbarkeit nicht geschlechtersensibel gedacht und gefördert wird, besteht die Gefahr, dass bestehende Ungleichheiten weiter verstärkt werden.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Gleichzeitig machen die Beiträge dieses Bandes deutlich, dass sich ein Wandel abzeichnet. Wissenschaftlerinnen hinterfragen zunehmend, unter welchen Bedingungen sie sichtbar sein wollen und welche Strategien sie für sich selbst entwickeln können. Hochschulen und wissenschaftspolitische Akteure beginnen, sich mit diesen Fragen bewusster auseinanderzusetzen. Programme wie „Innovative Frauen im Fokus" oder institutionelle Initiativen zur Förderung von Wissenschaftskommunikation und Gleichstellung bieten erste Ansätze, müssen jedoch weiterentwickelt und langfristig in die Strukturen wissenschaftlicher Karrieren integriert werden.

Damit bleibt die zentrale Herausforderung bestehen: Sichtbarkeit darf nicht zur zusätzlichen individuellen Aufgabe von Wissenschaftlerinnen werden, sondern muss als gesamtinstitutionelle Verantwortung verstanden werden. Dies erfordert einen Paradigmenwechsel in der Wissenschaftskommunikation, in der Hochschulgovernance und in der Karriereförderung. Nur wenn wissenschaftliche Leistung unabhängig von Geschlecht gleichermaßen wahrgenommen und anerkannt wird, kann von echter Chancengleichheit in der Wissenschaft gesprochen werden.

Literatur

Elsevier Report (2015): Mapping Gender in the German Research Arena, online https://assets.ctfassets.net/o78em1y1w4i4/1YmyyfOg6igQmKLI2yJiRa/c9e2782cab09d0f2c2e0309594967b33/Elsevier-Germany-gender-report-2015.pdf, (11.3.2025).

Franzen, M. (2018): Matthäus schlägt Matilda. Der Gender Citation Gap in der Wissenschaft. In: WZB Mitteilungen, Heft 161, September 2018, online: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://bibliothek.wzb.eu/artikel/2018/f-21482.pdf&ved=2ahUKEwj-jv__mIKMAxUJ_rsIHTR8E6kQFnoECBUQAQ&usg=AOvVaw1FFC1K4kWPG8LsEGvJVD8S (11.3.2025)

Gemeinsame Wissenschaftskonferenz (GWK) (2020): Chancengleichheit in Wissenschaft und Forschung, 24. Fortschreibung des Datenmaterials (2018/2019) zu Frauen in Hochschulen und außerhochschulischen Forschungseinrichtungen, Heft 69, Bonn 2020, ISBN: 978–3- 947282–00–5, online: https://www.gwk-bonn.de/fileadmin/Redaktion/Dokumente/Papers/GWK-Heft-69_Chancengleichheit_in_Wissenschaft_und_Forschung_24._Fortschreibung_des_Datenmaterials_zu_Frauen_in_Hochschulen.pdf (11.3.2025)

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Sichtbarkeit und Anerkennung von Wissenschaftlerinnen stärken: Erkenntnisse aus dem Projekt EXENKO

Ute Klammer, Maren A. Jochimsen, Eva Wegrzyn, Lena Braunisch, Chantal Vomlela und Lara Altenstädter

1. Einleitung

Wissenschaftler:innen schaffen mit ihren Forschungsleistungen Grundlagen- und Orientierungswissen über die Beschaffenheit der Welt oder finden neue Ansätze für die Lösung konkreter gesellschaftlicher Probleme. Dabei bedarf es jedoch der Kommunikation dieser wissenschaftlichen Erkenntnisse in die Öffentlichkeit, da nur in der Öffentlichkeit sichtbare Befunde Orientierung bieten können. Doch das Wissenschaftssystem ist im Hinblick auf seine Personalauswahl und die Sichtbarmachung von Leistungen selektiv. So waren bis ins 20. Jahrhundert hinein Frauen in Deutschland weitgehend aus dem Wissenschaftssystem ausgeschlossen und hatten damit kaum eine Chance, ihre mit wissenschaftlicher Arbeit verbundenen gesellschaftlichen Gestaltungspotentiale auszuschöpfen. Studentinnen wurden nur in Ausnahmefällen zugelassen. Das Hochschulsystem war strukturell so angelegt, dass Frauen nicht nur der physische Zugang verwehrt wurde. Der bürgerlichen Geschlechterideologie zufolge wurde der weibliche Teil der vermeintlich aufgeklärt-aufstrebenden modernen Gesellschaften an Heim und Herd verwiesen (Hausen 1976). Die Fiktion eines weiblichen Geschlechtscharakters galt als inkompatibel mit qualitativ hochwertiger wissenschaftlicher Arbeit. Bis heute halten sich Geschlechterstereotype, die dazu beitragen, dass wissenschaftliche Leistungsfähigkeit und wissenschaftliche ‚Exzellenz' – ein Begriff, der als soziales Konstrukt ohnehin umstritten ist – unbewusst eher mit Männlichkeit assoziiert werden, wie die psychologische Stereotypenforschung herausgearbeitet hat (Eckes 2008). Dies ist ein Grund dafür, dass die Leistungen von Frauen schon in frühen Stadien ihrer wissenschaftlichen Karriere, insbesondere in der Postdoc-Phase, tendenziell unzureichend sichtbar (gemacht) und Wissenschaftlerinnen auch seltener als ihre männlichen Kollegen in der Öffentlichkeit als Innovatorinnen wahrgenommen werden.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Hier setzt das 2021–2024 an der Universität Duisburg-Essen durchgeführte Forschungs- und Praxisprojekt „Exzellenz entdecken und kommunizieren. Sensibilisierung und Kompetenzentwicklung zum Thema Exzellenz und Gender für PostDocs und Akteur*innen der Hochschulkommunikation (EXENKO)“ an. Es zielt darauf ab, gemeinsam mit Postdocs/ Juniorprofessorinnen und Verantwortlichen der Hochschulkommunikation (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit), einer bislang in der hochschulischen Gleichstellungspraxis wenig beachteten Personengruppe, ihr jeweiliges Leistungs-, Exzellenz- und Innovationsverständnis zu reflektieren. Wem werden auf welche Weise forscherische Fähigkeiten zugesprochen und wie werden wissenschaftliche Leistungen in die Öffentlichkeit gebracht und dort verhandelt? Was müssen Frauen in Wissenschaft, Forschung und Innovation bereits früh in ihrer Karriere tun, um als Wissenschaftlerinnen und Innovatorinnen sichtbar zu werden? Wie können Verantwortliche der Hochschulkommunikation als zentrale Kommunikator:innen von Wissenschaft in die Lage versetzt werden, ihren eigenen Leistungs- und Exzellenzbegriff im Hinblick auf die Sichtbarmachung von Wissenschaftlerinnen zu reflektieren und so zur besseren Sichtbarkeit von Forscherinnen in Hochschule und Gesellschaft beizutragen?

Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, zu den genannten Fragen nach einer allgemeinen, literaturgestützten Einführung ins Themenfeld einige Ergebnisse des Projekts EXENKO vorzustellen. Zunächst wird in Abschnitt 2 anhand einer Auswahl von aktuellen Forschungsbefunden dargelegt, wie der Zusammenhang von Sichtbarkeit und Geschlecht theoretisch beschrieben werden kann. Anschließend werden in Abschnitt 3 das methodische Vorgehen des EXENKO-Projekts und in Abschnitt 4 die Ergebnisse der Interviewstudie sowie die Praxismodule vorgestellt. Abschnitt 5 fasst ausgewählte Erkenntnisse des Projekts in drei Kernbotschaften zusammen und verweist auf die im Projekt entwickelte Handreichung.

2. Theoretische und empirische Perspektiven auf den Gender Visibility Gap: Ungleiche Sichtbarkeit und Anerkennung in Wissenschaft und Medien

Sichtbarkeit in der Wissenschaft ist die Voraussetzung dafür, dass Leistungen und die Personen, die sie erbracht haben, Anerkennung finden und Reputation erlangen. Sie ist vielschichtig und umfasst sowohl die Arbeit an der Wahrnehmung durch andere, im eigenen Fachgebiet arbeitende Kolleg:innen, als auch zunehmend die Bemühung, dass Forschungsideen und

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

-ergebnisse von einer breiteren Öffentlichkeit rezipiert werden (Friedrichsmeier/ Fürst 2012). So appellieren politische Akteur:innen an Forschende, über die internen Reputationslogiken ihrer Fachdisziplin hinaus Kommunikationsstrategien zu entwickeln, um ihre Erkenntnisse in die öffentliche Diskussion einzubringen und über ihre Arbeit allgemeinverständlich zu kommunizieren, so dass Zusammenhänge auch von Lai:innen nachvollzogen werden können (Bundesministerium für Bildung und Forschung 2019: 2). Dabei spielt nicht nur die Legitimierung der Verwendung erhaltener Steuermittel gegenüber der Öffentlichkeit eine Rolle, sondern auch das Desiderat, Forschungsergebnisse anhand ihres wissenschaftlichen Nutzens und ihrer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verwertbarkeit zu rechtfertigen. Dieser Transfer von wissenschaftlichem Wissen aus dem Wissenschaftsbereich in außerwissenschaftliche Bereiche und der Austausch darüber mit der Gesellschaft, Kultur, Wirtschaft und Politik, ein im Hinblick auf Akteur:innen und Zielgruppen, Inhalte, Funktionen und Ziele vielfältiges Feld, wird als Wissenschaftskommunikation bezeichnet (Wissenschaftsrat 2021: 7).

Nicht alle Forschungsprozesse und -ergebnisse erhalten aber die Beachtung, die sie verdienen, oder werden als exzellent, innovativ oder wichtig wahrgenommen. Das betrifft vielfach wissenschaftliche Leistungen, die von Forscherinnen erbracht werden (Banholzer et al. 2024). In Printmedien, Radio und Fernsehen, deren Inhalte durch Redaktionsteams selektiert und aufbereitet werden, bestehen große Unterschiede dahingehend, wer als Repräsentant:in und Expert:in für ein bestimmtes Fachgebiet oder eine gesellschaftliche Problemlage sprechen darf (Prommer, Linke 2019; Niemi/ Pitkänen 2017). Medien und die für sie arbeitenden Journalist:innen haben eine diskursive Macht in Bezug darauf, was als bedeutsam gilt, welche Rollenvorbilder geschaffen werden, ob und wie Geschlechterstereotype transportiert oder auch aufgebrochen werden können (Steinke 2013).

Die Unsichtbarkeit vieler Wissenschaftlerinnen in den audiovisuellen Medien hat weitreichende Folgen. Die Bedingungen ihrer Repräsentation sind ein in der feministischen Organisations- sowie gleichstellungsbezogenen Hochschulforschung gut erforschtes Feld (Borgwardt 2023). Dies betrifft die numerische (Unter-)Repräsentation von Frauen auf den verschiedenen wissenschaftlichen Qualifikationsstufen wie auch die Qualität ihrer Einbindung in Entscheidungsprozesse von Hochschulen und Forschungseinrichtungen sowie die Teilhabe von Wissenschaftlerinnen an den für Forschung bereitgestellten Ressourcen. Unter den Studierenden und Promo-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

vierenden haben sich die Frauen- und Männeranteile in der Wissenschaft in den letzten Jahren zunehmend angeglichen, wenngleich z. B. der Anteil der promovierenden Frauen vor dem Hintergrund des hohen Anteils von jungen Frauen mit Studienzugangsberechtigung höher sein könnte (Löther 2021: 7). Bemerkenswert ist, dass trotz sehr guter Leistungen und einer hohen Aspiration, Wissenschaft als Beruf zu betreiben, deutlich mehr promovierte Frauen als Männer das Arbeitsfeld Hochschule in der Postdoc-Phase wieder verlassen (GWK 2024: 11). Dieses Phänomen beschäftigt die Geschlechterforschung bereits seit längerer Zeit, und als Gründe für den Dropout von Wissenschaftlerinnen wurden u. a. Betreuungsverhältnisse und erlebte Diskriminierungserfahrungen identifiziert (s. bereits Kahlert 2015: 75). Selbst jene Frauen, die die gläserne Decke im Wissenschaftssystem durchbrochen haben und als Professorinnen Macht durch das Bekleiden einer hohen Position im hierarchischen Gefüge haben,[1] sind nicht gefeit vor Diskriminierung. Vielmehr müssen sie um ihre Anerkennung und daraus resultierende Sichtbarkeit innerhalb ihrer Statusgruppe ringen, wie Tanja Paulitz und Leonie Wagner in ihrer qualitativen Studie mit Professorinnen an deutschen Hochschulen belegen (Paulitz/ Wagner 2020). Sie zeigen anhand von Interviewmaterial auf, dass Sichtbarkeit nicht von Personen selbst generiert werden kann, denn sie wird in

> *„informellen Praktiken der wechselseitigen Anerkennung hergestellt […]: Sie entsteht in und durch Benennungspraktiken, durch das sich Beziehen auf (oder Übergehen von) Äußerungen oder Leistungen. Erst mit der Benennung durch andere erhält eine Äußerung oder Leistung Bedeutung, Wert und genau genommen auch erst eine Existenz. So macht unterlassene Benennung unsichtbar, explizite Benennung schafft Reputation" (Paulitz/ Wagner 2020: 140).*

Die Autorinnen stellen heraus, dass Professoren sich gegenseitig in ihren Verdiensten hervorheben, die Initiative von Kolleginnen in ihrer Darstellung aber oft „vergessen". Dies sei aber kein zufälliger Lapsus, sondern verweise auf ein Muster „symbolische[n] Reputationsaustausch[s]" im Zuge homosozialer Kooptation. Eine Studie von Bianca Prietl zeigt auf, dass die Erzählungen von beruflich erfolgreichen Ingenieurinnen auf einen nach wie vor bestehenden Widerspruch zwischen der Bekundung von Gleichheit

1 Ihr Frauenanteil lag 1997, kurz nach Beginn der ersten gleichstellungspolitischen Initiativen im Wissenschaftssystem, bei nur 9 Prozent und knapp 30 Jahre später, 2021, bei rund 27 Prozent (Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V.).

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

und Gleichberechtigung zwischen Frauen und Männern in technischen Berufen einerseits und konkreten „Marginalisierungserfahrungen" andererseits schließen lassen (Prietl 2018: 125). Die „männlich verfasste kulturelle Kategorie ‚Ingenieur(_in)' strukturiert also die Möglichkeiten der Partizipation bzw. Sichtbarkeit von Frauen im Ingenieurberuf (vor)" (ebd.: 133). Die geringere Repräsentation weiblicher Personen auf statushohen Qualifizierungsstufen und beruflichen Positionen in Hochschulen hat zur Folge, dass ihre „Erfahrungen, Perspektiven und Fähigkeiten in Forschung und Lehre, im akademischen Diskurs und bei Innovation und Transfer einen geringeren Einfluss haben" (Borgwardt 2023: 2), was etwa im Hinblick auf die Abschätzung der Folgen von technologischen Entwicklungen weitreichende Konsequenzen hat (Hummel et al. 2020).

Der Zusammenhang von Repräsentation, Sichtbarkeit innerhalb und außerhalb der Wissenschaft und dem Zugang zu Macht ist damit vergeschlechtlicht (Blome/Fuchs 2017: 57), wobei die Gründe für die Persistenz dieses Verhältnisses in der Geschichte liegen. In ihrer Studie „Weibliche Unsichtbarkeit" setzt sich die Historikerin Marylène Patou-Mathis (2021) mit der Art und Weise auseinander, wie Daten und Quellen sowie historische Artefakte zur Menschheitsgeschichte interpretiert und tradiert wurden und werden. Die patriarchale Behauptung, dass Frauen seltener als Entdeckerin, Kämpferin, Macherin oder kreativer Geist in Erscheinung traten, hat keine empirische Evidenz. Die Leistungen von Frauen wurden auch in der jüngeren Geschichte systematisch durch patriarchale Narrative einer männlichen Überlegenheit gegenüber dem weiblichen Geschlecht in der Wissenschaft und ihrer Geschichtsschreibung unsichtbar gemacht und geleugnet (Patou-Mathis 2021) – ein Phänomen, das von der Historikerin Margaret Rossiter als „Matilda-Effekt" benannt wurde und sich auf den Matthäus-Effekt bezieht, in dem es um die „unverhältnismäßige Anerkennung geht, die bereits bekannten oder gut situierten Personen gezollt wird" (Rossiter 2015: 204). Beim Matilda-Effekt geht es um die Aberkennung, die ohnehin schon marginalisierte Gruppen erfahren. So sind Preise und Ehrungen für die Sichtbarkeit und Reputation in der Wissenschaft bedeutsam. Lokman Meho hat in einer statistischen Analyse zum Gender Award Gap die geschlechtsspezifischen Unterschiede bei der Vergabe von 141 der prestigeträchtigsten internationalen Forschungspreise untersucht. Das Fazit: Verzerrungen in der Beurteilung von Leistungen, Persönlichkeiten und Karrieren sind an der Tagesordnung und zeigen nach wie vor „that women tend to get less recognition than men for similar performance and record" (Meho 2021: 986). Dies zeigt sich auch in der Repräsentati-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

on von Frauen in zentralen Fachgesellschaften und Berufsvereinigungen außerhalb von Hochschulen (Vaid/ Geraci 2016). Untersuchungen zeigen, dass Frauen durch die Zuschreibung als primäre Sorgeverantwortliche für Kinder geringere Zeitbudgets für die Arbeit an Fachpublikationen haben, was in der Corona-Pandemie besonders deutlich wurde: Die Ergebnisse von Rusconi et al. (2020) zu den coronabedingten Zeitinvestitionen, u. a. in vermehrte Sorgearbeit und Online-Lehre, verweisen auf einen schon länger bestehenden Gender Publication Gap bzw. Gender Productivity Gap in der Wissenschaft (King/ Fredrickson 2020).

Die historisch gewachsenen und systemisch verankerten Ungleichheiten in der Sichtbarkeit und Anerkennung von Wissenschaftlerinnen werfen grundlegende Fragen auf: Wie können diese tief verwurzelten Strukturen aufgebrochen werden, und wie können wissenschaftliche Leistungen unabhängig vom Geschlecht der Forschenden sichtbar (gemacht) werden? Um sich einer Antwort auf diese Fragen theoretisch anzunähern, lässt sich das Konzept der Resonanz heranziehen. Resonanz, wie von Hartmut Rosa (2016) entwickelt, beschreibt eine Form der Weltbeziehung, in der Subjekte auf ihr Umfeld einwirken und zugleich von diesem berührt werden. Im wissenschaftlichen Kontext kann Resonanz als wechselseitige Beziehung zwischen Forschenden und ihrer akademischen sowie gesellschaftlichen Umwelt verstanden werden. Betrachtet man die dokumentierten Ungleichheiten in der Sichtbarkeit und Anerkennung von Wissenschaftlerinnen durch die Linse der Resonanztheorie, ergeben sich neue Möglichkeiten des Verstehens. So kann der von Margaret Rossiter (2015) beschriebene Matilda-Effekt als Störung der Resonanzbeziehung zwischen Wissenschaftlerinnen und der Scientific Community eingeordnet werden, da die systematische Aberkennung von Leistungen verhindert, dass Forscherinnen in gleichem Maße gehört und gesehen werden wie ihre männlichen Kollegen.

Auch die von Prietl (2018) aufgezeigten Marginalisierungserfahrungen von Ingenieurinnen deuten auf eine gestörte Resonanz zwischen diesen Wissenschaftlerinnen und ihrem akademischen Umfeld hin, da es die männlich verfasste kulturelle Kategorie Ingenieur(in) Frauen erschwert, in diesem Feld Resonanzerfahrungen zu machen. Ebenso kann die von Lokman Meho (2021) belegte Unterrepräsentation von Frauen bei der Vergabe prestigeträchtiger Forschungspreise als Indikator für eine mangelnde Resonanz zwischen den Leistungen von Wissenschaftlerinnen und den Bewertungsstrukturen des Wissenschaftssystems interpretiert werden.
Die geringere Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen tangiert verschiedene Dimensionen: die strukturelle, die symbolische, die körperliche und die

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

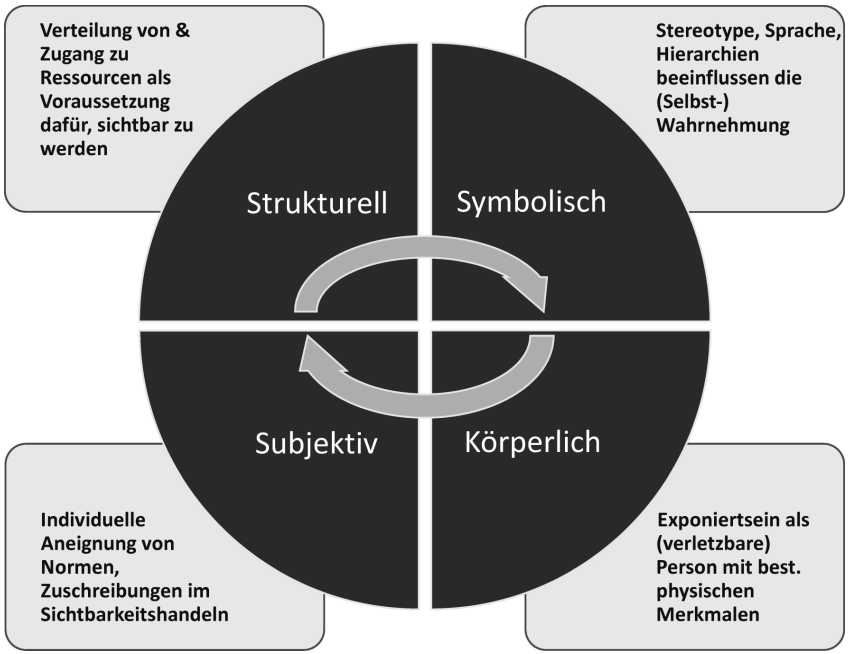

Abbildung 1: Der vierdimensionale Zusammenhang von Geschlecht und Sichtbarkeit

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Wegrzyn/ Jochimsen (2023).

subjektive (s. Abb. 1). Die strukturelle Komponente zeigt sich in dem skizzierten ungleichen Zugang zu Ressourcen und institutionellen Positionen, die wiederum Sichtbarkeitschancen von Wissenschaftlerinnen beeinflussen. Hiermit steht die symbolische Dimension in Verbindung, da geschlechtsspezifische Stereotype und Hierarchien, aber auch Zuschreibungen von Exzellenz, im Zusammenhang mit bestimmten Positionen im Hochschulsystem die Wahrnehmung und Bewertung wissenschaftlicher Leistungen prägen. Geschlechterstereotype wiederum verweisen auf die körperliche Dimension von Sichtbarkeit, da das physische Exponiertsein als Frau in einem männlich dominierten Feld zusätzliche Herausforderungen schafft. Nicht zuletzt hat Sichtbarkeit auch eine subjektive Dimension, indem internalisierte Normen und Zuschreibungen das Sichtbarkeitshandeln von Wissenschaftlerinnen beeinflussen können, etwa in Bezug auf die Selbstpräsentation oder das Bewerbungsverhalten.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Der vierdimensionale Zusammenhang von Geschlecht und Sichtbarkeit macht deutlich, dass die Herstellung von Sichtbarkeit kein einfaches Handeln darstellt, das jeder und jedem selbst obliegt, sondern Fragen der Wahrnehmung, der Repräsentation, der Anerkennung und der Zugehörigkeit berührt.

3. Methodisches Vorgehen im Projekt EXENKO

Das Forschungs- und Praxisprojekt EXENKO knüpft an die Fragen rund um Geschlecht und Sichtbarkeit an und leuchtet die Resonanzbeziehung und deren Spannungsfelder zwischen Wissenschaftlerinnen und Kommunikationsverantwortlichen an Hochschulen aus. In vier Modulen: Forschung (Interviewstudie), Dialog (Dialogveranstaltungen), Intervention (Sensibilisierungstrainings) und Multiplikation (Abschlussveranstaltung und Dissemination) wurde im Projekt EXENKO das in der Wissenschaft bestehende Verständnis von Exzellenz und Leistung im Zusammenhang mit der Sichtbarkeit und Sichtbarwerdung von Wissenschaftlerinnen untersucht und kritisch hinterfragt. Alle Module wurden in Kooperation mit vier Partnerhochschulen (Universität Duisburg-Essen, RWTH Aachen University, Universität zu Köln und der Hochschule Ruhr West) durchgeführt.

In der Interviewphase wurden 52 leitfadengestützte Interviews mit verschiedenen Akteur:innengruppen an den vier genannten Partnerhochschulen geführt. Das Sample setzt sich zusammen aus sieben männlichen und 14 weiblichen Postdocs, 14 Professorinnen mit Lebenszeitprofessur, vier Akteurinnen und sechs Akteuren der Hochschulkommunikation sowie sieben Akteurinnen, die im Feld der Gleichstellung an Hochschulen tätig sind. Auf Postdoc-Ebene wurden sämtliche auf den Webseiten der Hochschulen identifizierten Forschenden derjenigen natur- und ingenieurwissenschaftlichen Fächer angeschrieben, die bundesweit einen Frauenanteil von unter 25 Prozent bei den Studierenden bzw. Professuren aufweisen. Dies sind die Fächer Physik (ohne Lehramt) und Elektrotechnik an den Universitäten. An der beteiligten Hochschule für angewandte Wissenschaften wurden promovierte Personen ohne Professur aus den Fächern Informatik und Maschinenbau angeschrieben. Weiterhin wurden Personen der Fächergruppe Wirtschaftswissenschaften adressiert. Diese Fächergruppe weist bei den Studierenden etwa paritätische Frauen- und Männeranteile auf; bei Professuren liegt der Frauenanteil dann aber deutlich unter 50 Prozent. Die Wahl fiel auf diese Fächergruppen, da sie zwei unterschiedli-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

che Disziplinen und Fachkulturen repräsentieren, bei denen Wissenschaftlerinnen auf der Ebene der Professur deutlich unterrepräsentiert sind, das Ausmaß des Dropouts von Frauen in der wissenschaftlichen Karriere sich aber unterschiedlich darstellt. Den individuell verschickten Einladungen folgten auf Postdoc-Ebene sieben Männer (Elektrotechnik (5), Physik (1), Wirtschaftswissenschaften (1)) und 14 Frauen. Bei den Frauen war das Interviewsample fachlich heterogener (Wirtschaftswissenschaften (6), Elektrotechnik (5), Informatik (2), Physik (1)).

Ziel der Interviews war es, das vorherrschende Exzellenzverständnis zu erforschen und verschiedene Perspektiven auf die Sichtbarmachung und Sichtbarkeit von wissenschaftlicher Leistung zu erfassen. Die Interviews wurden transkribiert und anschließend mit dem Integrativen Basisverfahren nach Kruse (2014) ausgewertet.

Die Ergebnisse dienten der Konzeption der Dialogveranstaltungen, in denen die genannten Personengruppen zusammengebracht wurden, um sich über die Ergebnisse im Hinblick auf Hindernisse und Handlungsspielräume im Prozess der Sichtbarwerdung von Wissenschaftlerinnen auszutauschen. Die Veranstaltungsergebnisse wurden in Protokollen festgehalten und dienten zusammen mit den Interviews als Grundlage zur Entwicklung der anschließenden Sensibilisierungstrainings im dritten Projektmodul.

In den darauffolgenden beiden Projektphasen ging es darum, Sichtweisen zu erweitern, indem neue Handlungsansätze vermittelt und erprobt wurden. Dafür wurden Workshopformate (Sensibilisierungstrainings) – je beteiligte Hochschule zwei Trainings für Wissenschaftlerinnen (vor allem weibliche Postdocs und Juniorprofessorinnen) sowie ein Training für Verantwortliche der Hochschulkommunikation – durchgeführt. Alle Workshops wurden dokumentiert und durch die Teilnehmenden über Feedbackbögen evaluiert.

In der Multiplikationsphase wurden die Projektergebnisse in einer Abschlussveranstaltung rund 75 Multiplikator:innen aus den Bereichen Gleichstellung, Hochschulkommunikation, hochschulische Weiterbildung und Wissenschaft vorgestellt und diskutiert. Unterstützt wurde die Präsentation der Erkenntnisse aus dem Projekt durch zwei Keynote-Vorträge und eine Podiumsdiskussion. Die im Projektverlauf erprobten und darauf aufbauende Bausteine zur Förderung der Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen und ihrer wissenschaftlichen Leistungen wurden schließlich in eine

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Handreichung überführt.[2] Diese enthält Vorschläge für praxisorientierte Maßnahmen und kann von Personen an Hochschulen und Universitäten als Anregung für Veränderungen von Kommunikationswegen und Sichtbarkeitsprozessen genutzt werden. Im Folgenden werden ausgewählte Erkenntnisse aus der EXENKO-Interviewstudie, den Dialogveranstaltungen sowie den Sensibilisierungstrainings dargestellt.

4. Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen im Spannungsfeld: Perspektiven, Barrieren und Handlungsansätze

4.1 Interviewstudie: Unterschiedliche Sichtweisen und Erwartungen

Was bedeutet Sichtbarkeit im Kontext von Wissenschaft und welche Bedeutung hat hier die Wissenschaftskommunikation? Welche Erwartungen haben Forschende an die Kommunikationsverantwortlichen an Hochschulen und umgekehrt? Die folgende Darstellung ausgewählter Ergebnisse hierzu aus der EXENKO-Interviewstudie fokussiert insbesondere die wechselseitigen Erwartungshaltungen von Wissenschaftlerinnen und Kommunikationsverantwortlichen in Bezug auf Kommunikationswege, -arten und -prozesse.

Perspektiven von Wissenschaftler:innen

Wissenschaftliches Arbeiten wird von den interviewten Wissenschaftler:innen, Professorinnen und Postdocs gleichermaßen, als im hohen Maße sinnstiftend wahrgenommen, da sie hier viele Gestaltungsfreiheiten erkennen, die sie in einem Job in der freien Wirtschaft nicht hätten. Die Elektrotechnikerin Postdoc w-6 führt hierzu beispielsweise aus, dass sie in der Industrie viel mehr Geld verdienen könne. Ihr mache jedoch dezidiert die „Forschung Spaß, Konferenzen, Papers schreiben, Anträge, daher ist es halt schon eine schöne Möglichkeit, auch wenn man vielleicht nicht so viel Geld verdient wie in der Industrie“ (Postdoc w-6[3], Z. 85 f.). Forschung hat für die Interviewpartner:innen auch eine moralisch-normative Dimension, viele von ihnen verbinden mit einer Arbeit an der Hochschule die Gelegenheit, Umwelt und Gesellschaft zu verbessern. So möchte Informati-

2 https://doi.org/10.17185/duepublico/82719
3 Das Kürzel w steht für „weiblich“, m für „männlich“.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

kerin Postdoc w-14 mit ihrem Team „dazu beitragen, dass Menschen besser und kompetenter und mit einem guten Gefühl mit Medien und Technik umgehen" (Postdoc w-14, Z. 259 f.). Die Physikerin Postdoc w-3 möchte mit ihrer Forschung „etwas Gutes" tun und das Leben der Menschen „besser oder einfacher" machen, „echte Probleme" lösen (Postdoc w-3, Z. 372 f.). Diese Orientierung im Sinne eines Nutzens wissenschaftlicher Arbeit für die Gesellschaft verbinden mehrere der Interviewpartner:innen auch mit wissenschaftlicher Exzellenz.

Für die interviewten Wissenschaftler:innen in der Postdoc-Phase, die noch auf dem Weg zu einer gesicherten Position sind, steht allerdings trotz des wiederholt formulierten gesellschaftlichen Anspruchs in Bezug auf Sichtbarkeit diejenige in ihrem eigenen Fach im Fokus. Sichtbarkeit in der eigenen Scientific Community ist für sie ein Gradmesser dafür, ob man von Kolleg:innen für die eigene Arbeit wahrgenommen wird und Anerkennung und Resonanz erfährt. Von fachlicher Sichtbarkeit hängt zumeist ab, ob sich weitere berufliche Perspektiven in der Wissenschaft eröffnen. Unsere Interviewstudie zeigt, dass Sichtbarkeit im Kontext von Wissenschaft in den von uns untersuchten Fächern der Elektrotechnik, Informatik, Physik und den Wirtschaftswissenschaften vor allem erfolgreiches Publizieren in möglichst renommierten Fachzeitschriften und das Präsentieren der Arbeit auf bekannten Fachkonferenzen bedeutet. Wirtschaftswissenschaftlerin Postdoc w-11, die sich als sichtbar, bekannt und gut vernetzt in ihrem Fachbereich betrachtet, konstatiert: „Publikationen [sind] das Allerwichtigste. Drittmittel [sind] das zweitwichtigste. Und dann kommt mit langem Abstand erst mal nichts" (Postdoc w-11, Z. 238). Die Zitationen der eigenen Arbeit durch andere seien ein Gradmesser dafür, wie viel Anerkennung einer Person gezollt wird und ob man ernst genommen werde für seine Arbeit, so die Elektrotechnikerin Postdoc w-6 (Z. 177). Insbesondere Forschende, die am Anfang ihrer Karriere stehen, erleben dabei die Herausforderung, ihre Arbeit so bekannt zu machen, dass andere sie zitieren.

In den Interviews wird auch deutlich, dass neben dem Publizieren auch ein Präsentieren der eigenen Arbeit auf Konferenzen zum Zwecke der Netzwerkbildung essentiell ist. Selbst für bereits berufene Professorinnen ist diese Form der Sichtbarkeit wichtig für die Reputation – besonders, wenn sie die Position noch nicht lange innehaben. Die Bedingungen des Netzwerkens sind dabei für Wissenschaftlerinnen deutlich schwieriger. So weisen Studien nicht nur ihre Unterrepräsentanz in relevanten Settings nach, sondern betonen auch, dass Sichtbarkeit mit Vorbildern, Mentor:innen und sozialer Unterstützung zusammenhängt (u. a. Gunja et al. 2021). Für

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

das Sichtbarwerden ist nicht zuletzt der Faktor Zeit entscheidend, so die übereinstimmende Ansicht der interviewten Wissenschaftler:innen. Auch die Wirtschaftswissenschaftlerin Postdoc w-12, die sich dezidiert als nicht schüchtern bezeichnet, sieht es als zentral an, „die wichtigen Menschen an dem richtigen Punkt kennenzulernen, […] vielleicht einen wichtigen Mentor, der an diese eher Junior-Person glaubt und vertraut und eine Chance gibt, das glaube ich, all diese Dinge […] spielen eine Rolle" (Postdoc w-12, Z. 234 f.). Eine hohe Sichtbarkeit durch qualitativ hoch bewertete Publikationen in möglichst internationalen, englischsprachigen Fachzeitschriften, denen ein hoher Impact Faktor zugeschrieben wird, und Konferenzbeiträge nehmen im beruflichen Handeln der Forschenden daher viel Raum ein.

Wissenschaftskommunikation wird von den Interviewpartner:innen in der Postdoc-Phase als erstrebenswert und wichtig betrachtet, schließlich sollen andere von innovativen Ansätzen und Ideen profitieren und dies können sie nur, wenn ihnen die Ergebnisse bekannt sind (u. a. Postdoc w-14, Z. 261). Weitgehend Einigkeit herrscht jedoch gleichzeitig darüber, dass ein Engagement im Bereich des gesellschaftlichen Transfers kaum Relevanz für die Karriere als Wissenschaftler:in habe. Obwohl viele Postdocs nach eigener Aussage einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen wollen, wird die Wissenschaftskommunikation in die breitere Öffentlichkeit nicht zuletzt aus Zeitgründen gegenüber den Bemühungen um Sichtbarkeit in der Fachcommunity oft zurückgestellt, denn: „Es müssen ja Prioritäten gesetzt werden" (Postdoc w-14, Z. 512). Die Informatikerin Postdoc w-14 geht sogar weiter indem sie zu bedenken gibt, dass man „für Vorträge, die sich nicht ans Fachpublikum richten, sogar ein bisschen belächelt" werde (Postdoc w-14, Z. 512 f.).

Zugleich gibt es durchaus auch eine Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten, öffentlich sichtbar zu werden, verbunden mit unterschiedlichen Bewertungen und persönlichen Schlussfolgerungen. Postdoc m-1, Elektrotechniker, sieht in der Social Media-Präsenz eine Chance, um sich als potentieller Kandidat für eine Professur bekannter zu machen, etwa wenn er z. B. auf LinkedIn oder Twitter (nun: X) auf aktuelle Publikationen hinweise. Dies würde dazu führen, dass sich Netzwerke ausbilden können mit Personen seines Fachs, die er selbst noch nie auf einer Konferenz persönlich getroffen habe. Wirtschaftswissenschaftlerin Postdoc w-11 sieht Social Media-Aktivitäten dagegen kritisch, da sie zeitintensiv seien und sie lieber Energie für Forschung oder ihr Privatleben aufwenden würde. Twitter nutze sie gar nicht, bei LinkedIn stehe nur ihr Lebenslauf (Postdoc w-11, Z. 311). Die Elektrotechnikerin Postdoc w-6 sieht die Wissenschaftskom-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

munikation nach außen als wichtig an, um für Personen aus Wirtschaft und Industrie sichtbarer zu werden und über diese Kontakte Aufträge für praxisnahe Forschungsprojekte zu akquirieren. Außerhalb des Hochschulkontextes sichtbar zu werden, sei daher sehr wichtig:

> „Wenn ich ja erfolgreich werden will in der Wissenschaft, dann müssen mich die Firmen genauso kennen und wissen was ich tue als Person, damit die Leute dann zu mir kommen oder mir ein E-Mail schreiben, mich anrufen und eben nicht zu einem anderen Institut gehen die vielleicht ähnliche Sachen machen und an einer anderen Uni sitzen. Also das ist mindestens genauso [wichtig], weil die Konferenzen sind schön, die sind, da hat man wissenschaftliches Prestige, aber das was nachher Geld bringen würde, gerade auch als Juniorprofessorin, das sind eben Projekte. Und da müssen die einen auch ernst nehmen" (Postdoc w-6, Z. 499 f.).

Wenngleich es im Aufgabenbereich der Kommunikationsverantwortlichen an Hochschulen liegt, Wissen, das von Forschenden generiert wurde, zu verbreiten, sei es über Social Media oder andere Kanäle, sind nach Aussage der Postdocs ihre Berührungspunkte mit der zentralen Hochschulkommunikation bisher wenig systematisiert, oft sogar nicht existent. Dies hat aus Sicht der Interviewten unterschiedliche Gründe. Postdoc w-11 aus den Wirtschaftswissenschaften wurde kurz nach ihrer Berufung auf der Hochschulwebseite vorgestellt und eingeladen, einen niedrigschwelligen Vortrag für die interessierte Universitätsöffentlichkeit zu halten. Grundsätzlich sieht sie aber das Interesse der Medien an ihrer Forschung als gering an, da sie, anders als Forschende in der Robotik oder Medizin, „extreme Grundlagenforschung" betreibe (Postdoc w-11, Z. 366). Verallgemeinernd spricht Postdoc w-9, Wirtschaftswissenschaftlerin, davon, dass auf Universitätsebene im Wesentlichen „natürlich große Projekte […] oder besondere Personen" hervorgehoben würden (Postdoc w-9, Z. 477 f.). Sie selbst sieht die Bedeutung einer breiten auch außerfachlichen Sichtbarkeit für die Karriere als bedeutsam an und reflektiert mögliche Herangehensweisen:

> „Ich weiß selbst, dass man irgendwie eine gewisse Art Content regelmäßig produzieren müsste und da bin ich an dem Punkt, wo ich denke: Okay, was kann ich Sinnvolles regelmäßig produzieren […]. Da müsste man sich wahrscheinlich wirklich Gedanken drübermachen: Was könnte man machen? […] Wen spricht man an? Wie spricht man die Leute

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

an? Auch so ein bisschen vielleicht: Wie viel möchte ich von mir privat offenbaren und wie viel halt nicht?" (Postdoc w-9, Z. 517 f.).

Deutlich wird, dass sie – wie viele andere interviewte Postdocs – noch keine klare Position in Bezug auf mediale Sichtbarkeit für sich gefunden hat und abwägt, wie sie diesen potentiellen Resonanzraum ausgestalten möchte. Gleichzeitig schwingen Unsicherheiten bezüglicher der potentiellen neuen Adressierungen mit, die sich aus dem Exponiertsein ergeben und damit auch die Gefahr bergen, über die Rolle als Wissenschaftlerin hinaus angreifbar zu sein.

Öffentlich exponiert zu sein scheint insbesondere für einige Wissenschaftlerinnen in Fächern, in denen sie unterrepräsentiert sind, z. B. in den ingenieurwissenschaftlichen Fächern, öfter mit Unbehagen einherzugehen. So schildert beispielsweise Postdoc w-6 dies im Zusammenhang mit Darstellungen von ihr auf den Social Media-Kanälen der Hochschule als Promotionspreisträgerin: Die Frage, was andere denken könnten, sei sehr präsent, etwa dahingehend, dass ihr unterstellt werden könnte, dass sie den Preis aufgrund von Geschlechterquoten erhalten habe oder dass grundsätzlich wenige Promotionen in ihrem Fach verfasst würden und sich damit die Chance deutlich vergrößere, ausgezeichnet zu werden (Postdoc w-6, Z. 278). Sie verspüre eine geringere Selbstsicherheit als ihre Kollegen, die sich ihrer Ansicht nach eher selbstbewusst für Imagefilme der Fakultät zur Verfügung stellen würden. Erfahrungen mit der zentralen Stelle für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat sie bisher, wie die meisten Postdocs, nicht gemacht.

Die interviewten Professorinnen berichten deutlich häufiger als die Postdocs von Erfahrungen in der Wissenschaftskommunikation und mit den Kommunikationsverantwortlichen an Hochschulen. So bekommen Neuberufene die Gelegenheit, sich für die Homepage der Hochschule porträtieren zu lassen oder auch Interviews für lokale Medien zu geben (Professorin w-2, Z. 631 f.). Die Zusammenarbeit mit der Hochschulkommunikation wurde von Professorin w-2 dabei als sehr unterstützend erlebt, jedoch wäre sie gerne darüber informiert gewesen, dass z. B. Zeitungsartikel vor dem Erscheinen durch die Interviewte gegengelesen und freigegeben werden dürfen.

Eine Professorin aus der Informatik berichtet verärgert über die Erfahrungen mit einem Medienvertreter. Zu Beginn ihrer Tätigkeit als Hochschullehrerin habe sie sich über die Darstellung ihrer Berufung in der Zeitung gewundert. Es sei ein „großes Bild in die Zeitung gesetzt" worden,

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

in dem aber nicht auf ihre Fachlichkeit, sondern auf ihr Aussehen abgehoben wurde: „ah, jetzt guckt sie mal süß" (Professorin w-1, Z. 341 f.). Ihrer Einschätzung nach würden Wissenschaftlerinnen in der medialen Berichterstattung einem stereotypen Frauenbild entsprechend dargestellt. Ihr sei die Wissenschaftskommunikation dennoch sehr wichtig (Professorin w-1, Z. 455 f.). In dem beschriebenen „Spiel" des Netzwerkens und Sich-bekannt-machens hätten Frauen aufgrund männerbündischer Tendenzen und Geschlechterstereotypen nach wie vor Nachteile (ebd.). Darüber hinaus erführen Professor:innen an Hochschulen für angewandte Wissenschaften dahingehend Nachteile, dass ihre Hochschulen nicht als Institutionen angesehen würden, die gute Forschung betreiben (Professorin w-1, Z. 410).

Perspektiven von Akteur:innen der Hochschulkommunikation

Ein zentrales Thema, das aus den Interviews rekonstruiert wurde, ist die Einschätzung des eigenen Handlungsspielraums bzw. der Handlungsmacht. Zunächst einmal waren sich die Interviewten darin einig, dass die Hochschulkommunikation grundsätzlich eine Agenda Setting-Funktion habe. Kommunikationsverantwortliche hätten die Möglichkeit und auch den Auftrag, Themen auf ihren Nachrichtenwert hin zu prüfen, zu setzen und damit die Kommunikationsarbeit einer Hochschule nach innen und außen zu gestalten. Zu beachten seien dabei für die eigene Hochschule spezifizierte Regeln: „passt es zu unseren Leitlinien, die wir da festgelegt haben?" (AHK[4] w-2, Z. 191 f.).

Eine Akteurin der Hochschulkommunikation, die eine leitende Funktion innehat, betont ebenfalls einerseits den Handlungsspielraum, den sie bezüglich der Auswahl und der Setzung von Themen habe, andererseits organisationale Abhängigkeiten:

> „Ich denke, dass die Hochschulkommunikation selektiert. Die kann verstärken und unterdrücken, Themen unterdrücken. Sowohl in der internen Kommunikation als auch in der Kommunikation nach außen. Kann keine Welten neu erschaffen […], weil sie sehr, sehr stark abhängig ist von der Hochschulleitung. Wird auch vermutlich keine eigene Agenda irgendwie entwickeln. […] Aber der eigentliche Job ist ja, Themen zu posten gegenüber anderen Themen" (AHK w-3, Z. 409 ff.).

4 Das Kürzel „AHK" steht für Akteur:in der Hochschulkommunikation.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Eine weitere Redakteurin der Hochschulkommunikation bestätigt, dass die Profilschwerpunkte und strategischen Ziele der Universität „verstärkt nach draußen" gebracht werden sollen. Gleichzeitig gehe es ihr um aktuelle gesellschaftliche Relevanz: man müsse „natürlich gucken, wenn jemand kommt und ein Thema hat, was jetzt gerade ein gesellschaftlich aktuelles Thema ist" (AHK w-2, Z. 219 f.). Insgesamt wird deutlich, dass die Hochschulkommunikation als Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit die Wirklichkeit mitgestaltet, was ihr eine gewisse gesellschaftliche Macht verleiht (vgl. auch zusammenfassend: Kirchhoff 2019). Auch die Darstellung von Vielfalt wird dabei durchaus bei der Auswahl von Themen als Ziel verfolgt:

> „Natürlich […] wollen wir eine gewisse Diversität darstellen. Wir gucken schon auch, dass wir Frauen, Männer, internationale Personen die gleiche Bühne geben" (AHK w-2, Z. 242 ff.).

Letztlich gebe es jedoch keine Quote für Frauen in der Darstellung, vielmehr entscheide letztlich das gängige „journalistische Kriterium einer guten Geschichte", welches Thema dargestellt wird und welches nicht:

> „Am Ende sind wir eine Pressestelle, die Geschichte muss natürlich schon irgendwie eine Pressegeschichte sein. Man tut natürlich keiner Frau einen Gefallen, sie jetzt nur zu nehmen, damit man eine Frau hat, wenn die Geschichte oder die Forschung oder sie als Person nicht überzeugt. […] also, das muss schon alles stimmen, sonst hat die Frau auch nichts davon" (AHK w-1, Z 521 ff.).

Letztlich sei – unabhängig vom Geschlecht – die wissenschaftliche Leistung entscheidend:

> „Also deswegen betrachten wir es eigentlich immer von der Sache raus und fragen gar nicht danach, ist das ein Mann oder ist es eine Frau? Weil es letzten Endes völlig unerheblich ist, aus unserer Sicht, sondern es kommt allein auf die wissenschaftliche Leistung an, auf das Forschungsthema" (AHK m-4, Z 321 ff.).

Das skizzierte Spannungsfeld zwischen der Darstellung von Vielfalt und der sogenannten Hochschulwirklichkeit wird gebrochen am Thema der Bildsprache (Siggener Kreis 2021). Dieses hat in den Augen der Interviewten in letzter Zeit an Bedeutung gewonnen. Bei dem Thema der Bildsprache geht es darum, wie und wie häufig Männer und Frauen in der Wissenschaft bspw. auf der hochschulinternen Webseite, auf Social Media-Kanälen etc.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

mit ihrer Forschung dargestellt werden. Ein zentrales, immer wieder genanntes Problem ist hierbei das bekannte Ungleichverhältnis in der Verteilung von Männern und Frauen in höheren Positionen (Professuren) in der Wissenschaft und die Frage, wie die Hochschulkommunikation mit diesem strukturellen Problem umgeht. Ein Interviewpartner bringt die Herausforderung wie folgt auf den Punkt:

> „Ich glaube, wir haben da auch nach wie vor ein Mengenproblem, also dass es einfach mehr Männer sind, die in den Medien vorkommen als Frauen. […] Wir versuchen jetzt […] stärker auch darauf zu achten, dass wir die Wissenschaftlerinnen, die wir haben, auch häufiger zu Wort kommen lassen, wenn das geht und sich anbietet" (AHK m-2, Z 903 ff.).

Bei der Frage nach der Darstellung von Akteur:innen aus verschiedenen Hierarchieebenen des Wissenschaftssystems sei ein ausgewogenes Verhältnis der Bilder erstrebenswert. Wer über das Wissenschaftssystem kommuniziert, kann beispielsweise entscheiden, ob Frauen in einer Männerdomäne in ihrem tatsächlichen (wahrheitsgemäßen) Anteil gezeigt werden oder im angestrebten ausgewogenen Geschlechterverhältnis. Bilder bilden demnach nicht nur die Realität ab, sondern haben auch das Potenzial, eine gewollte Wirklichkeit zu befördern (Siggener Kreis 2021).

In den Interviews unserer Studie zeigt sich, dass sich Kommunikationsverantwortliche immer wieder mit der Frage beschäftigen, ob sie Mitarbeitende an der Hochschule so darstellen, wie sie tatsächlich zahlenmäßig repräsentiert sind. Die andere Option ist die, in der Bildsprache nach gender- sowie diversity-sensiblen Maßstäben auf eine Darstellung von Vielfalt an der Hochschule zu achten. Ein Mitarbeiter im Bereich Kommunikation betont die Relevanz, „keine grundsätzliche Mann-Frau-Hierarchie auf Bildern" zuzulassen – „Also der große Wissenschaftler, den die junge Kollegin devot von unten anlächelt, wird es bei uns nicht geben" (AHK m-3, Z 637 f.). Er betont, dass seine Kolleg:innen und er in diesem Bereich „sehr, sehr, sehr sensibilisiert" seien und diese Machtasymmetrien bereits beim Fotografieren vermeiden würden (ebd.).

Die Interviews verdeutlichen somit, dass die Handlungsmacht der Kommunikationsverantwortlichen in Bezug auf die bessere Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen von unterschiedlichen Anforderungen wie insbesondere den Vorgaben und Erwartungen der Hochschulleitungen, aber auch ihren eigenen inhaltlichen und journalistischen Zielen überlagert und bestimmt wird. Entsprechend bewegen sich die Interviewten aus dem Feld der Hochschulkommunikation zwischen der Wahrnehmung einer

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

begrenzten Handlungsmacht und dem Bewusstsein einer aktiven Gatekeeper-Funktion in Bezug auf die Unterstützung der Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen und der Beförderung von Chancengleichheit im Wissenschaftssystem.

4.2 Dialogmodul: Barrieren und Wünsche

Viele der interviewten Personen aus der Gruppe der Hochschulkommunikation und Gleichstellung folgten der Einladung zur Dialogveranstaltung, die im Rahmen des EXENKO-Projekts im Anschluss an die Interviewstudie jeweils an den vier Partnerhochschulen durchgeführt wurde. Bei den Postdocs war die Reaktion deutlich verhaltener, ihre Absage begründeten sie vorwiegend mit Zeitknappheit. Neben den bereits interviewten Personen wurden sämtliche an den Hochschulen tätige promovierte Wissenschaftler:innen aller Fächer, nicht nur jene des Interviewsamples (MINT und Wirtschaftswissenschaften), zu den Dialogen eingeladen. Die schlussendlich teilnehmenden Postdocs und Juniorprofessorinnen, Professorinnen, Verantwortlichen der Hochschulkommunikation, Gleichstellungsbeauftragten und Vertreter:innen des Bereichs Gender & Diversity kamen im Rahmen der Veranstaltung in einen regen Austausch miteinander. Neben individuellen Präferenzen der Sichtbarkeit wurden vor allem strukturelle Hindernisse und Spannungsfelder der Sichtbarwerdung und -machung, aber auch darauf aufbauende Ideen für deren Abbau thematisiert.

Sichtbarkeit stellte sich auch hier als bedeutsam auf drei Ebenen heraus: Sichtbarkeit innerhalb der eigenen Hochschule (für (Be)Förderungen, auch über die Pressestellen hergestellte Sichtbarkeit), Sichtbarkeit innerhalb der Fachcommunity sowie Sichtbarkeit in der interessierten Öffentlichkeit. Die Mehrdimensionalität von Sichtbarkeit impliziert unterschiedliche Mittel und Kanäle der Sichtbarwerdung. So erfordert die Sichtbarkeit innerhalb der eigenen Fachcommunity ein jeweils fachspezifisches Vorgehen. Geht es jedoch um die Kommunikation der eigenen Forschung in die Gesellschaft, kann es der Unterstützung durch die Expertise von Akteur:innen der Hochschulkommunikation bedürfen.

Die Zeit für die Entwicklung von Sichtbarkeitsstrategien über die eigene Fachcommunity hinaus ist für Wissenschaftlerinnen, so bestätigen es die Dialoge, gerade in der Postdoc-Phase knapp. Gerade weil der Karrierenutzen nicht sicher ist oder der Einsatz für Wissenschaftstransfer und Lehre in Berufungsverfahren oft erst hinter gängigen Exzellenzkriterien wie

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Publikationsindikatoren Anerkennung findet, bleibt für Wissenschaftskommunikation oft keine Zeit. Strukturelle (Zeit) und subjektive Faktoren (Persönlichkeit, Lebenskontext, Wissensstand, Ressourcen) sind Hindernisse aus Sicht aller Akteur:innengruppen.

Die Wissenschaftler:innen äußern als größtes Problem mangelnde zeitliche Ressourcen. Da Stellen zumeist befristet angelegt sind und nach wie vor klassische Exzellenzkriterien in Berufungsverfahren hoch gewichtet werden, gilt es, die verfügbare Zeit möglichst zielführend einzusetzen. Gleichzeitig fällt die Zeit der Promotions- und Postdoc-Phase oft mit der Familiengründung zusammen, sodass hier doppelte Belastungen für Personen mit Care-Verantwortung entstehen. Da diese nach wie vor überwiegend von Frauen übernommen wird, zeigt sich hier auch ein genderspezifischer Unterschied. Neben dem Faktor Care-Arbeit gibt es auch auf intraorganisatorischer Ebene in vielen Fällen eine vergeschlechtlichte Aufgabenteilung, sodass Frauen eher Aufgaben übernehmen, die dem Team zugutekommen, wie zum Beispiel das Schreiben von Berichten oder Gremienarbeit (vgl. auch Babcock et al. 2017), und die eigene wissenschaftliche Arbeit dafür zurückstellen. Wissenschaftskommunikation muss in diesem zeitlichen Korsett oft entfallen, denn auch wenn Ausschreibungen für Forschungsförderung immer öfter auch Vorgaben zum Öffentlichkeitstransfer und der Kommunikation machen, sind in Berufungsverfahren weiterhin forschungsinterne Kriterien, wie Publikationszahlen, Impact-Faktoren oder Konferenzbeiträge ausschlaggebend. Diese sind jedoch, wie in Abschnitt 2 ausgeführt, stark vergeschlechtlicht. Dennoch begreifen viele Wissenschaftler:innen – wie unsere Interviewstudie zeigt – die Kommunikation der eigenen Arbeit als Mehrwert und integralen Bestandteil ihres Berufs.

Im Rahmen der Dialogveranstaltungen wurden einige Sorgen deutlich, die Wissenschaftlerinnen im Zusammenhang mit Sichtbarwerdung und -machung empfinden. Genderspezifische Herausforderungen wie die Sorge, als Quotenfrau wahrgenommen zu werden, oder auch das Gefühl, keine kommunikationswürdigen Ergebnisse vorweisen zu können (Imposter-Syndrom) wirken auf individueller Ebene der Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen entgegen. Auch sorgen Forscherinnen sich vermehrt vor frauenfeindlichen Hasskommentaren und Shitstorms. Zusätzlich fehlt Wissenschaftler:innen aller Geschlechter Wissen über Kommunikationsmittel, -kanäle und -formen, sodass sie sich nicht ausreichend befähigt fühlen, Wissenschaftskommunikation zielführend zu betreiben. Für alle genannten Hindernisse wurden von den Akteur:innen spezifische Mentoring-Formate und Workshopangebote zur Stärkung und Reflexion der eigenen Positionie-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

rung im Sichtbarkeitskontext sowie zum Erlernen praktischer Skills thematisiert. Diese sollten jedoch, so das Ergebnis der Dialoge, niemals ohne die strukturelle Ebene gedacht werden, da diese den Rahmen der möglichen Kommunikation abstecke (vgl. auch Braunisch/ Wegrzyn 2024) und die Resonanzbeziehungen zwischen Wissenschaftlerinnen und Scientific Community, Kommunikationsverantwortlichen sowie der breiten Öffentlichkeit formen.

Aus der Perspektive der Hochschulkommunikation wurde Gleichstellung als wichtiges Ziel und wertvoller Parameter dargestellt. Dennoch fehle es auch den oft knapp besetzten Abteilungen für Hochschulkommunikation an zeitlichen Ressourcen zur expliziten Recherche von Expertinnen innerhalb der eigenen Hochschulen. Ebenso sehen sie sich einer gewissen Darstellung der Wirklichkeit verpflichtet und möchten beispielsweise ungleiche Geschlechterverhältnisse an männerstarken Fachbereichen nicht über die Hervorhebung ausgewählter Wissenschaftlerinnen in der Darstellung verzerren. Auch die Einhaltung journalistischer Kriterien bei der Auswahl einer relevanten Geschichte und ihrer Einbettung wurde von vielen Kommunikationsverantwortlichen – wie schon im Rahmen des Interviewmoduls – als wichtiger Baustein ihrer Arbeit geschildert.

Deutlich wird, dass verschiedene strukturelle und subjektive Hindernisse durch Kommunikationsverantwortliche an Hochschulen wie auch durch Wissenschaftlerinnen in Bezug auf die Sichtbarmachung von Forscherinnen und ihrer akademischen Leistungen wahrgenommen werden. Diese Wahrnehmung spiegelt ungleiche Voraussetzungen für die Anerkennung von Forschungsleistungen von Frauen und Männern in der Gesellschaft und in der Wissenschaft wider. Die vier Dimensionen der Interaktion von Sichtbarkeit und Geschlecht manifestierten sich auch in den Dialogveranstaltungen in unterschiedlicher Art und Weise.

Insgesamt haben die Dialogveranstaltungen deutlich gemacht, dass ein regelmäßiger Austausch oder zumindest die Möglichkeit einer stärkeren Vernetzung zwischen Gleichstellungsverantwortlichen, Kommunikationsverantwortlichen und Wissenschaftlerinnen von allen als gewinnbringend eingeschätzt wird. Dieser ermöglicht es, Wissen auszutauschen und Transparenz herzustellen – einerseits im Hinblick auf den Austausch über die an der Hochschule stattfindende Forschung der Wissenschaftlerinnen, so dass Kommunikationsverantwortliche z. B. bei Medienanfragen auch Expertinnen besser vermitteln können, andererseits im Hinblick auf die Identifikation möglicher Kommunikationsanlässe, so dass Wissenschaftlerinnen mehr Verständnis für die Auswahlkriterien für Meldungen entwickeln. Zusätzlich

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

kann eine Weitergabe und Vermittlung bestimmter Kommunikationsfähigkeiten durch die Kommunikationsverantwortlichen an die Wissenschaftlerinnen zu einer selbstbestimmten Wissenschaftskommunikation durch diese selbst beitragen und Kommunikationshemmnisse abbauen.

4.3 Workshops: Reflexion, Positionierung und Einübung neuer Praktiken

Im Rahmen der dritten Projektphase wurden zwei verschiedene Sensibilisierungstrainings (Workshops), zum einen für Wissenschaftlerinnen und zum anderen für Akteur:innen der Hochschulkommunikation, an allen Partnerhochschulen erprobt. Im Aufbau waren beide Formate ähnlich, denn sie bestanden aus Input, Übungen und Zeit zum Austausch. Inhaltlich unterschieden sie sich voneinander: Die Konzeption der Trainings für die Wissenschaftlerinnen zielte darauf ab, den Teilnehmerinnen Räume für Reflexion, Positionierung und Austausch zu ihrer Sichtbarkeit als Wissenschaftlerinnen zu eröffnen. Adressiert wurden hauptsächlich Postdocs und Juniorprofessorinnen, zudem nahm an vier der Workshops jeweils eine für die Hochschulkommunikation zuständige Person teil und brachte ihre Expertise in die Reflexion ein.[5] In einem Input durch das EXENKO-Team zu Beginn der Veranstaltung wurden die bisherigen Projektergebnisse vorgestellt. In der anschließenden ersten Übung „Science Pitch" sollten die Teilnehmerinnen sich und ihre Forschung in 120 Sekunden vorstellen. Ziel der Übung war es, neben der praktischen Einübung von Kommunikationssituationen, die Reflexion und bewusste Präzisierung der eigenen Fachexpertise anzuregen. Durch diese Form der Selbstanerkennung wurde die resonante Selbstbeziehung der Wissenschaftlerinnen bestärkt, was anerkennungstheoretisch bedeutsam ist, da die Anerkennung der eigenen Leistungen und Expertise eine der Voraussetzungen für Sichtbarkeit ist. Dieser Prozess der Selbstverortung ist zudem zentral, um einen Standpunkt zu der eigenen Position in der Fachcommunity und zum Thema Sichtbarkeit zu entwickeln. Dies war ein Teil der zweiten Übung, in der die Wissenschaftlerinnen angeleitet wurden, Eckpunkte einer eigenen Sichtbarkeitsstrategie zu entwickeln. Die zugrundeliegenden Fragen der vorangestellten

5 In alle Workshops wurden Kommunikationsverantwortliche der Partnerhochschulen eingeladen. Bei jenen Workshops, bei denen keine Person aus der Hochschulkommunikation anwesend sein konnte, wurde ein Video-Input einer Journalistin gezeigt, in dem die Workshopteilnehmenden praktische Tipps zur Wissenschaftskommunikation erhielten.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Reflexion waren, ob, und wenn ja in welchem Format, die Wissenschaftlerinnen Sichtbarkeit erzielen wollen. Die Teilnehmerinnen entwickelten sodann ein konkretes Wissenschaftskommunikationsprojekt entlang der SMARTen-Ziele (Doran 1981), indem sie eine [s]pezifische, [m]essbare, für sich [a]ttraktive, in Bezug auf die eigenen Ressourcen [r]ealistische und [t]emporär begrenzte Sichtbarkeitsabsicht formulierten und im Plenum präsentierten.

In den anschließenden Diskussionen zeigte sich, dass sich einige Teilnehmerinnen bereits sehr bewusst waren, dass Wissenschaftlerinnen auf Anerkennung angewiesen sind, sich in ihrer Weiblichkeit jedoch das mehrfache Risiko der Nicht-Anerkennung oder Verkennung und damit eine Adressierung jenseits ihrer Fachexpertise begründet. Sie formulierten, dass für sie Sichtbarwerdung in der Öffentlichkeit nur in kontrollierbaren Formaten, z. B. in schriftlichen Interviews, in denen sie vor der Veröffentlichung wörtliche Zitate überprüfen und freigeben können, in Frage käme. Spontanes Reagieren auf die Fragen von Medienschaffenden, z. B. bei TV-Auftritten oder im Radio, lehnten sie überwiegend als zu risikobehaftet ab. Hieran wird die Relevanz deutlich, die der Ausgestaltung und den Partizipationsmöglichkeiten an medialen Settings zukommt. Zusätzlich wurden die Gefahren, fachlich inkompetent dargestellt zu werden oder das Ziel von Online-Belästigung zu werden, adressiert. Diese wurden als weitere Gründe angeführt, weshalb sich Sichtbarkeitsbemühungen bisher vor allem auf die Wahrnehmung durch die Fachcommunity beschränken.

Die Erfahrungen aus den Trainings zeigen, dass Vernetzung über Fachkulturen hinweg und ausreichend Zeit für den Austausch zentral sind, um eine reflektierte Position zu Sichtbarkeit zu entwickeln. Ebenso ist wechselseitige Anerkennung von großer Bedeutung im Zusammenhang mit dem Thema Sichtbarkeit. Durch den Austausch konnten die Teilnehmerinnen ihre jeweiligen Perspektiven auf mediale Sichtbarkeit schärfen, ihre Leistungen und Expertise sichtbar machen, anerkennen und voneinander lernen. Die Teilnehmerinnen meldeten zurück, dass sie die Trainings als ermutigend empfunden hätten und es sich lohne, sich mit dem Thema Sichtbarkeit und Wissenschaftskommunikation stärker zu beschäftigen, um sich selbstsicherer zu präsentieren.

Die Konzeption und Inhalte der Workshops für Akteur:innen der Hochschulkommunikation zielten auf die Reflexion der eigenen Position und unbewusster Geschlechterstereotype ab, um bisherige Denk- und Handlungsmuster zu hinterfragen und Gestaltungsspielräume nutzen zu können. Weibliche und männliche Teilnehmende waren an den vier Hochschulen in

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

etwa paritätisch vertreten. Die Reflexionsarbeit im Workshop wurde durch die Teilnahme von verschiedenen Personen aus dem Bereich Gender & Diversity der Partnerhochschulen, die ihre spezifische Expertise einbrachten, unterstützt. Nach einem kurzen Input zu den Ursachen für weiterhin bestehende Geschlechterdiskriminierung an Hochschulen und die Auswirkung von strukturellen Ungleichheiten auf die Sichtbarkeit von Frauen in der Wissenschaft folgte die erste Übung. In dieser setzten sich die Teilnehmenden mit stereotypen Darstellungen von Frauen in der Wissenschaftskommunikation auseinander und reflektierten, inwiefern sie selbst zu einer geschlechtergerechten Wissenschaftskommunikation beitragen können. In einem zweiten Input ging es um die Bedeutung von Bildsprache und Bildkomposition mit dem Fokus, Geschlechterasymmetrien zu vermeiden. Ein Beispiel dafür ist Abbildung 2, in der zwar eine Frau abgebildet ist, jedoch keine Augenhöhe hergestellt wurde.

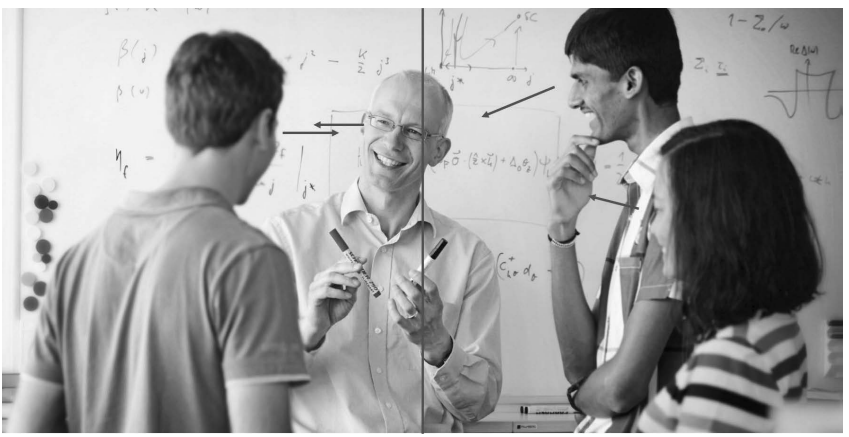

Abbildung 2: Beispiel Bebilderung

Quelle: Screenshot Homepage der TU Dresden, Exzellenzcluster, Dezember 2023. Fotograf: Amac Garbe.

Dies zeigt sich sowohl in der tieferen und unscharfen Platzierung am Bildrand als auch in dem Fokus auf einen weißen Wissenschaftler auf der Bildmittellinie. Dieser wird durch seine Körpersprache und die Blickachsen in der szenischen Choreografie zum zentralen erklärenden Akteur im Bild. Es entsteht dabei der Eindruck, dass die Interaktion zwischen den abgebildeten Männern stattfindet, während der Wissenschaftlerin eine passive Rolle

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

zukommt. Durch Fotos dieser Art können unbewusst Geschlechterstereotype verstärkt sowie eine ungleiche Verteilung von Aktivität und Bedeutung suggeriert werden. Daher ist von Kommunikationsverantwortlichen auf eine ausgewogene, aktive Darstellung sowie gleichberechtigte Interaktion der Geschlechter bei der Bildauswahl und Bildbeauftragung zu achten.

In der hieran anknüpfenden Diskussion problematisierten einige Teilnehmende von sich aus stereotype Darstellungen von Wissenschaftlerinnen in den Medien, insofern häufig normschöne Frauen in unrealistischen Szenarien abgebildet werden. Oft liege der Fokus in Interviews zudem auf Care-Verpflichtungen und nur nachgeordnet auf der eigenen wissenschaftlichen Arbeit. Andere Teilnehmende rahmten dagegen die Frage nach den familiären Umständen als einen wichtigen Ausdruck von Wertschätzung gegenüber Wissenschaftlerinnen mit Kindern. Wie bereits in den Dialogveranstaltungen wurde das Spannungsverhältnis zwischen dem realen Geschlechteranteil an der Hochschule bzw. dem Studiengang und einer ausgewogenen Darstellung der Geschlechter im Bild thematisiert und damit der wahrgenommene geringe Handlungsspielraum von Kommunikationsverantwortlichen begründet.

Die Erfahrungen aus den Sensibilisierungstrainings zeigen, dass ein bereichsübergreifender Austausch innerhalb von Hochschulen von zentraler Bedeutung für die Reflexion der eigenen Position und Erkennung von Gestaltungs- und Handlungsspielräumen ist. Während die Hochschulkommunikation an manchen Hochschulen bereits gut aufgestellt ist, äußerten sich viele Teilnehmende positiv über den durch den Workshop ermöglichten Austausch und die Sensibilisierung zum Thema Bildsprache. Sie nahmen sich vor, in Zukunft Bilder stärker zu hinterfragen und dem Thema generell wachsamer gegenüber zu sein.

Es lässt sich festhalten, dass es beim Thema Sichtbarkeit von Frauen in der Wissenschaft und der Gesellschaft zwar Fortschritte gibt, jedoch noch viele unbewusste Stereotype und ein großer bisher ungenutzter Handlungsspielraum auf Seiten der Kommunikationsverantwortlichen an Hochschulen vorhanden sind. Von entscheidender Bedeutung ist es daher, die Akteur:innengruppen in den Austausch zu bringen, eigene Positionen, Gestaltungs- und Handlungsspielräume zu reflektieren und auf diese Weise Kommunikationsbrücken zu bauen.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

5. Sichtbarkeit und Anerkennung von Wissenschaftlerinnen stärken: Limitationen und Handlungsfelder

Aus der Interviewstudie des Projekts EXENKO und den unterschiedlichen Workshopformaten an den vier Partnerhochschulen ergaben sich vielfältige Erkenntnisse zur Wahrnehmung und Darstellung von wissenschaftlicher Leistung, die helfen können, die Sichtbarkeit und Anerkennung von Wissenschaftlerinnen künftig zu stärken. Einige seien abschließend noch einmal hervorgehoben:

I. *Geschlechtergerechte Wissenschaftskommunikation an Hochschulen erfordert einen reflektierten, dialogorientierten, kooperativ-integrierenden Ansatz, der Hochschulleitungen, zentrale und dezentrale Kommunikationsverantwortliche, Verantwortliche der Bereiche Gleichstellung und Gender & Diversity, Verantwortliche im Bereich der Weiterbildung und Personalentwicklung und Wissenschaftler:innen einschließt.*

Anliegen von Hochschulleitungen sollte es daher sein, die Schaffung einer Kultur der offenen und geschlechtersensiblen Wissenschaftskommunikation in ihre strategische Agenda aufzunehmen, die die Vielfalt der Forschenden und der Entstehungs- und Gelingensbedingungen ihrer Forschung widerzuspiegeln vermag. Wichtig wäre auf diesem Weg, unter aktiver Beteiligung der genannten Personengruppen, einen regelmäßigen und systematischen hochschulweiten Dialog zur Steigerung der Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen zu initiieren, Ressourcen für Weiterbildungsangebote und hochschulinterne Vernetzungsprojekte zur Erhöhung der Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen bereitzustellen und die Entwicklung einer geschlechtersensiblen Kommunikationsstrategie für die Hochschule zu unterstützen. Wichtige Voraussetzung des angestrebten Austausches von zentralen und dezentralen Kommunikationsverantwortlichen, Verantwortlichen aus den Bereichen Gleichstellung und Gender & Diversity sowie der Fort- und Weiterbildung als auch Wissenschaftler:innen ist die Bereitschaft, die eigene Rolle bei der Sichtbarmachung von Forschenden zu reflektieren und den Austausch mit anderen Akteur:innengruppen zu suchen. Wo Wissenschaftlerinnen qua Geschlecht unsachlicher Kritik und besonderen Anfeindungen im öffentlichen Raum ausgesetzt sind, bedarf es einer unmissverständlich unterstützenden und schützenden Positionierung der Hochschule.

II. *Professioneller Wissenschaftskommunikation an Hochschulen kommt eine Schlüsselaufgabe bei der hochschulweiten und öffentlichen Sichtbarmachung von Wissenschaftlerinnen zu. Zentrale und dezentrale*

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

> *Kommunikationsverantwortliche haben – selbst wenn sie strategischen Entscheidungen der Hochschulleitungen oder fakultäts- oder projektbezogener Leitungsbefugnis unterliegen – den erforderlichen Handlungsspielraum, ihr kommunikatives Knowhow für eine geschlechtergerechte Wissenschaftskommunikation einzusetzen, und sind auch grundsätzlich bereit, sich diesen Handlungsspielraum anzueignen und zu nutzen.*

Wichtige Ansatzpunkte für eine zielorientierte Nutzung des eigenen kommunikativen Gestaltungsspielraums durch zentrale und dezentrale Kommunikationsverantwortliche, um Themen und Wissenschaftlerinnen zu platzieren und Diskurse um Exzellenz und Gleichstellung mitzugestalten und damit die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen zu erhöhen, sind u. a.:

- *Die kritische Reflexion der eigenen Rolle verbunden mit dem beruflichen Selbstverständnis*, dass Kommunikationsverantwortliche an Hochschulen im Rahmen ihrer Zuständigkeiten und Aufgabenerfüllung für die Herstellung von Geschlechtergleichstellung an Hochschulen mit verantwortlich sind.
- *Die kritische Reflexion der Darstellung von Wissenschaftlerinnen in Text und Bild*, um die mögliche Fortschreibung von Geschlechterstereotypen erkennen und mit Hilfe verfügbarer Unterstützungsangebote bearbeiten und geschlechtergerechte Narrative entwickeln zu können, auch wenn dies gelegentlich bedeutet, unter Beachtung journalistischer Kriterien und Inhalte unorthodoxe Wege gehen und neue Geschlechternarrative formulieren zu müssen.
- *Die Herstellung von Transparenz über Kommunikationswege an der eigenen Hochschule*, durch stärkere Strukturierung von Kommunikationswegen, Bekanntmachung von Ansprechpersonen und klaren Zuständigkeiten innerhalb der Hochschule, insbesondere im Hinblick darauf, was seitens der Wissenschaftlerinnen wann, in welcher Form, wie und an wen in den Kommunikationsabteilungen kommuniziert werden kann, um von den Kommunikationsverantwortlichen weiterbearbeitet werden zu können.
- *Die Weitergabe von Fertigkeiten zur Wissenschaftskommunikation an Wissenschaftlerinnen*, insbesondere in den frühen Karrierephasen. Dazu gehören die Weitergabe von Wissen, wie man Themen in der Gesellschaft platziert, ebenso wie Hinweise zur öffentlichen Darstellung der eigenen Forschung, z. B. über gezielte Ansprache von Wissenschaftlerinnen und das Angebot von Kommunikationsanlässen und Sichtbarkeitsplatt-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

formen wie regelmäßige, durch die Kommunikationsverantwortlichen begleitete und kommentierte Science Pitches in geschütztem Rahmen („Sichtbarkeitssprechstunden") oder auch (hochschul-)öffentliche Veranstaltungen.
- *Der fachliche Austausch und kontinuierliche Dialog mit Verantwortlichen aus den Bereichen Gleichstellung und Gender & Diversity* an Hochschulen, um aufbauend auf dem Meta-Wissen dieser Bereiche im Austausch mit Kriterien guter journalistischer Praxis Kriterien für eine geschlechtergerechte Wissenschaftskommunikation sowie geschlechtersensible Kriterien für die Auswahl von kommunikationswürdigen Beiträgen zu diskutieren und geschlechtergerechte Narrative entwickeln zu können.
- *Die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie unter Einbindung aller Akteur:innen*, die eine geschlechtergerechte Repräsentation von Wissenschaftlerinnen auf allen Kommunikationskanälen der Hochschule fördert und sicherstellt.

III. *Wissenschaftskommunikation stellt Wissenschaftlerinnen – insbesondere, aber nicht nur, in frühen Stufen ihrer wissenschaftlichen Laufbahn – vor mehrfache Herausforderungen, denen im gemeinsamen Einsatz von Hochschulleitung, zentralen und dezentralen Kommunikationsverantwortlichen, Verantwortlichen der Bereiche Gleichstellung und Gender & Diversity sowie Verantwortlichen im Bereich der Weiterbildung und Personalentwicklung und der wissenschaftlichen Gemeinschaft zu begegnen ist.*

Wissenschaftlerinnen stehen vor mehrfachen Herausforderungen zum einen angesichts der Tatsache, dass in der akademischen Ausbildung Fertigkeiten zur Kommunikation der eigenen Forschungsleistungen über das eigene Fachgebiet hinaus nicht systematisch vermittelt werden. Zum zweiten erfordert der Einsatz von knappen zeitlichen Ressourcen zur Erlangung wissenschaftlicher Anerkennung eine fachliche Konzentration auf Publikationen, Drittmitteleinwerbung, Anerkennung durch wissenschaftliche Preise und fachinterne Vernetzung sowie internationale Mobilität und Sichtbarkeit in der eigenen Fachcommunity. Erfolge in der Kommunikation der eigenen Forschungsergebnisse in die breitere Öffentlichkeit können die über die genannten Kriterien erlangte wissenschaftliche Anerkennung bisher nicht ersetzen. Zum dritten sind Wissenschaftlerinnen aufgrund ihres Geschlechts in einem männlich vergeschlechtlichten Wissenschafts- und Anerkennungssystem geschlechtsspezifischen Herausforderungen und

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

gegebenenfalls Anfeindungen ausgesetzt, die den Schritt in die Öffentlichkeit für Wissenschaftlerinnen ambivalent erscheinen lassen.

Einem Teil dieser Herausforderungen lässt sich über persönlichen Einsatz und durch individuelles Zutun begegnen. Dazu gehören eine Auseinandersetzung mit den eigenen Kommunikationszielen, der Anschlussfähigkeit des eigenen Forschungsgebiets an gesellschaftliche Fragen und die Relevanz der eigenen Forschungsergebnisse für die breite Öffentlichkeit. Wichtig ist auch die kritische Reflexion verfügbarer Zeitressourcen sowie für die eigene Person potenziell geeigneter Formate für die allgemeinverständliche Vermittlung der eigenen Forschung in die Gesellschaft und der Folgen einer breiteren Sichtbarkeit. Ein ganz wesentlicher anderer Teil der Herausforderung aber lässt sich nur in Austausch, Zusammenarbeit und Vernetzung mit Hochschulleitung, zentralen und dezentralen Kommunikationsverantwortlichen, Verantwortlichen der Bereiche Gleichstellung und Gender & Diversity sowie Verantwortlichen im Bereich der Weiterbildung und Personalentwicklung und wissenschaftlichen Kolleg:innen bewältigen. Die dazu erforderlichen Kommunikationsbrücken zu identifizieren, konzeptionell zu entwickeln, zu erproben und weiterzuentwickeln, war Ziel und Aufgabe des EXENKO-Projekts.

In der EXENKO-Handreichung „Exzellenz entdecken und kommunizieren: Wege zu mehr Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen. Bausteine für die Hochschul- und Wissenschaftskommunikation“[6] haben wir im Projektverlauf entwickelte und erprobte sowie weitere Bausteine zusammengestellt, die von den verschiedenen Akteur:innengruppen genutzt werden können, um miteinander in Dialog zu treten und sich gegenseitig bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben in der Wissenschaftskommunikation zu unterstützen. Dazu gehören Vorschläge für die Gestaltung und Durchführung von Dialogveranstaltungen und Workshops, für die Organisation eines regelmäßigen Austausches und der Vernetzung, Anregungen für die Organisation von Science Pitches und Sichtbarkeitssprechstunden sowie die Skizzierung gruppenspezifischer Weiterbildungsangebote. Die Handreichung gibt Kommunikationsverantwortlichen an Hochschulen Informationen und Formatvorschläge, wie sie zu einer geschlechtersensiblen Sichtbarmachung von wissenschaftlichen Leistungen beitragen können. Wissenschaft-

6 Die Handreichung ist auf der Internetseite des Essener Kolleg für Geschlechterforschung (https://www.uni-due.de/ekfg/forschung_exenko.php) sowie im digitalen Projektarchiv auf der Publikationsplattform der Universitätsbibliothek DuEPublico (https://doi.org/10.17185/duepublico/82718) abrufbar.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Abbildung 3: Screenshot der Titelseite und des Inhaltsverzeichnisses der Handreichung

Foto: © iStock/skynesher

lerinnen bekommen Anregungen zur Steigerung der eigenen Sichtbarkeit in Hochschule und Gesellschaft. Gleichstellungsverantwortliche erhalten Anregungen für das Vorantreiben des Diskurses über geschlechtergerechte Wissenschaftskommunikation und Ideen, wie sie ihr Geschlechterwissen einbringen können. Verantwortliche für Weiterbildung und Personalentwicklung erfahren Ideen für Fort- und Weiterbildungen zum Thema gendersensible Wissenschaftskommunikation. Hochschulleitungen bekommen Informationen und Lösungsvorschläge zur Steigerung der Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen. Es bleibt zu hoffen, dass die wissenschaftlichen Erkenntnisse und Publikationen aus dem Projekt EXENKO, wie auch die durchgeführten Workshops und die erarbeitete Handreichung, dazu beitragen können, die Leistungen von Wissenschaftlerinnen gezielter und besser sichtbar zu machen.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Literaturverzeichnis

Babcock, Linda, Recalde, Maria P., Vesterlund, Lise, & Weingart, Laurie. (2017). Gender differences in accepting and receiving requests for tasks with low promotability. *American Economic Review, 107*(3), 714–747. https://doi.org/10.1257/aer.20141734

Banholzer, Volker M., Wintermayr, Anna, Seiler, Elisabeth, & Blask, Falko. (2024). Gender-Sensibilität der journalistischen Technikberichterstattung – Explorative Einordnungen von Technikentwicklung sowie der Theorie, Ausbildung und Praxis von Technikjournalismus. In Matthias Stumpf (Hrsg.), *Diversity in der Wirtschaftskommunikation. Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation* (Bd. 36). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-43199-0_16

Blome, Agnes, & Fuchs, Gesine. (2017). Macht und substantielle Repräsentation von Frauen. *Femina Politica – Zeitschrift für feministische Politikwissenschaft, 26*(1), 55–69. https://doi.org/10.3224/feminapolitica.v26i1.04

Borgwardt, Angela. (2023). Gleichstellung in der Wissenschaft. *Eine Stunde für die Wissenschaft*, Paper No. 8. *FES Impuls*. https://library.fes.de/pdf-files/a-p-b/19992.pdf

Braunisch, Lena, & Wegrzyn, Eva. (2024). Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen – Dialoge über strukturelle Hindernisse und Handlungsspielräume. *Journal des Netzwerks Frauen- und Geschlechterforschung NRW, 54*. https://www.netzwerk-fgf.nrw.de/fileadmin/media/media-fgf/download/publikationen/Netzwerk_FGF_Journal_54_Webfassung_klein.pdf

Bundesministerium für Bildung und Forschung. (2019). *Grundsatzpapier des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur Wissenschaftskommunikation.* https://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/24784_Grundsatzpapier_zur_Wissenschaftskommunikation.pdf?__blob=publicationFile&v=4

Doran, George T. (1981). There's a SMART way to write management's goals and objectives. *Management Review, 70*(11), 35–36.

Eckes, Thomas. (2008). Geschlechterstereotype. In Ruth Becker, Beate Kortendiek & Barbara Budrich (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie* (S. 178–189). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91972-0_20

Friedrichsmeier, Andres, & Fürst, Silke. (2012). Neue Governance als Wettbewerb um Sichtbarkeit: Zur veränderten Dynamik der Öffentlichkeits- und Medienorientierung von Hochschulen. *Die Hochschule, 21*(2), 46–64.

Gemeinsame Wissenschaftskonferenz (GWK). (2024). *Gleichstellungsmonitor Wissenschaft und Forschung: 28. Datenfortschreibung (2022/2023) zu Frauen in Hochschulen und außerhochschulischen Forschungseinrichtungen* (Heft 91). GWK.

Hausen, Karin. (1976). Die Polarisierung der „Geschlechtscharaktere". Eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerbs- und Familienleben. In Werner Conze (Hrsg.), *Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas: Neue Forschungen* (S. 363–393). Stuttgart.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Hummel, Diana, Stieß, Immanuel, & Sauer, Arn. (2020). Technikfolgenabschätzung und Geschlecht: Bestandsaufnahme und Identifizierung von Diskursschnittstellen mit besonderem Fokus auf Digitalisierung. *Expertise für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung.* Frankfurt am Main/Berlin. https://doi.org/10.25595/2391

King, Molly M., & Frederickson, Megan E. (2020). The pandemic penalty: The gendered effects of COVID-19 on scientific productivity. *SocArXiv.* https://econpapers.repec.org/paper/osfsocarx/8hp7m.htm

Kirchhoff, Susanne. (2019). Metaphern-, Frame- und Diskursanalysen. In Johanna Dorer, Brigitte Hipfl, Brigitte Geiger & Viktorija Ratkovic (Hrsg.), *Handbuch Medien und Geschlecht: Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung.* Springer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0

Kruse, Jan. (2014). *Qualitative Interviewforschung. Ein integrativer Ansatz.* Beltz Juventa.

Löther, Andrea. (2021). 30 Jahre Geschlechtergleichstellung in der Wissenschaft – Eine Bilanz. In *Chancengleichheit in Wissenschaft und Forschung: 25. Fortschreibung des Datenmaterials (2019/2020) zu Frauen in Hochschulen und außerhochschulischen Forschungseinrichtungen* (S. 118–147). Gemeinsame Wissenschaftskonferenz (GWK). https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-75443-7

Meho, Lokman I. (2021). The gender gap in highly prestigious international research awards, 2001–2020. *Quantitative Science Studies, 2*(3), 976–989. https://doi.org/10.1162/qss_a_00148

Niemi, Mari K., & Pitkänen, Ville. (2017). Gendered use of experts in the media: Analysis of the gender gap in Finnish news journalism. *Public Understanding of Science, 26*(3), 355–368. https://doi.org/10.1177/0963662515621470

Patou-Mathis, Marylène. (2021). *Weibliche Unsichtbarkeit.* Hanser Verlag.

Paulitz, Tanja, & Wagner, Leonie. (2020). Professorinnen – jenseits der „Gläsernen Decke"? Eine qualitative empirische Studie zu geschlechtshierarchisierenden Praxen der Alltagskultur an Hochschulen. *GENDER, 12*(2), 133–148. https://doi.org/10.3224/gender.v12i2.09

Prietl, Bianca. (2018). Ingenieurinnen, die es geschafft haben!? Symbolische Marginalisierungen prekärer Subjekte. *Freiburger Zeitschrift für GeschlechterStudien*, *24*(1), 123–138. https://doi.org/10.3224/fzg.v24i1.09

Prommer, Elizabeth, & Linke, Christine. (2019). *Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen.* Herbert von Halem Verlag.

Rosa, Hartmut. (2016). *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung.* Suhrkamp.

Rossiter, Margaret W. (2015). Der Matthäus-Matilda-Effekt in der Wissenschaft. In Theresa Wobbe (Hrsg.), *Zwischen Vorderbühne und Hinterbühne: Beiträge zum Wandel der Geschlechterbeziehungen in der Wissenschaft* (S. 191–210). transcript. https://doi.org/10.1515/9783839401187-008

Rusconi, Alessandra, Netz, Nicolai, & Solga, Heike. (2020). Publizieren im Lockdown. Erfahrungen von Professorinnen und Professoren. *WZB Mitteilungen 170*. https://bibliothek.wzb.eu/artikel/2020/f-23507.pdf

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Siggener Kreis. (2021). *Siggener Impulse. Bilder in der Wissenschaftskommunikation*. https://www.bundesverband-hochschulkommunikation.de/fileadmin/user_upload/projekte/siggener-kreis/Siggener-Impuls-Bilder_2021_Final_0215.pdf

Steinke, Jocelyn. (2013). Portrayals of Female Scientists in the Mass Media. In Angharad N. Valdivia (Hrsg.), *The International Encyclopedia of Media Studies* (S. 1–18). https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems070

Vaid, Jyotsna, & Geraci, Lisa. (2016). V. An examination of women's professional visibility in cognitive psychology. *Feminism & Psychology*, *23*, 292–319.

Wegrzyn, Eva, & Jochimsen, Maren A. (2023). Gesundheitskompetenz aus einer kritischen Geschlechterperspektive. In Katharina Rathmann, Kevin Dadaczynski, Orkan Okan & Melanie Messer (Hrsg.), *Gesundheitskompetenz* (S. 269-277). Springer. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-662-67055-2_127

Wissenschaftsrat. (2021). *Wissenschaftskommunikation: Positionspapier.* https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=13

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

The Floor is yours!? (Un)Sichtbarkeiten von HAW-Professorinnen

Prof. Dr. Gabriele Fischer, Ronja Philipp, Lina Spagert, Prof. Dr. Stephanie Thiemichen, Prof. Dr. Veronika Thurner, Stefanie Urchs und Prof. Dr. Elke Wolf

Einleitung

Das Thema Sichtbarkeit von Professor:innen wird bisher hauptsächlich in Bezug auf deren Forschung diskutiert. Dabei werden Veröffentlichungen und die Verbreitung von wissenschaftlichen Erkenntnissen als Sichtbarkeit angesehen und eng mit wissenschaftlicher Leistungsfähigkeit verbunden. Verschiedenste Quellen zeigen allerdings, dass die Erkenntnisse von Wissenschaftlerinnen weniger Beachtung finden als die von Wissenschaftlern – sowohl in der wissenschaftlichen Community (siehe Gender Citation Gap (Chatterjee & Werner, 2021) oder Gender Award Gap (Meho, 2021)) als auch in der Öffentlichkeit (Prommer et al., 2021). Geschlecht spielt im Kontext wissenschaftlicher Sichtbarkeit somit eine wichtige Rolle.

Aufgrund der unterschiedlichen Profile der verschiedenen Hochschultypen sind Professor:innen an Hochschulen für angewandte Wissenschaften (HAW) nicht immer genauso stark in der Forschung verhaftet wie Professor:innen an Universitäten, sondern engagieren sich stattdessen oftmals stärker im Transfer und in der Lehre. Auch diese Leistungsbereiche sind gesamtgesellschaftlich betrachtet von enormer Wichtigkeit, da die Anwendung wissenschaftlicher Methoden auf komplexe Problemstellungen der Praxis im Rahmen von Lehrveranstaltungen oder Transferprojekten soziale und technische Innovationen fördert und damit zur Wettbewerbsfähigkeit der Volkswirtschaft sowie zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen beiträgt. Entsprechend stellt die Expertise von Professor:innen an HAW einen besonderen Mehrwert für private Unternehmen, öffentliche Institutionen und die Gesellschaft insgesamt dar. Für die Analyse von Sichtbarkeit wird somit zusätzlich zu Geschlechterdifferenzierungen die institutionelle Differenz zwischen HAW und Universitäten wirksam.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Angesichts der unterschiedlichen Tätigkeitsprofile von HAW-Professor:innen im Vergleich zu Uni-Professor:innen zeigt sich, dass Sichtbarkeit entsprechend umfassender verstanden werden und nicht nur auf den wissenschaftlichen Output beschränkt sein sollte. Es stellt sich vielmehr die grundlegende Frage, was Sichtbarkeit für HAW-Professor:innen bedeutet, wie deren Leistungen wahrgenommen werden und wie sie angemessen sichtbar gemacht werden können.

Ziel des Projekts Prof:inSicht war es deshalb, die große Bandbreite der unterschiedlichen Handlungslogiken sowie Formen der Sichtbarkeit – von wissenschaftlichen Publikationen, über die Sichtbarkeit in der Gesellschaft sowie bei potenziellen Praxispartnern bis hin zur Sichtbarkeit innerhalb der eigenen Institution – analytisch und empirisch zu fassen. Dabei lag der Fokus auf den Unterschieden zwischen den Geschlechtern. In der empirischen Analyse zeigte sich die Macht der binären Geschlechterhierarchie, denn aus den Daten ließen sich ausschließlich Unterscheidungen zwischen Männern und Frauen herausarbeiten, da dieses strukturelle Machtverhältnis empirisch besonders sichtbar ist. Für die Analyse von Sichtbarkeitshandeln von Geschlechtsidentitäten, die nicht dem binären System entsprechen, bedarf es nach unserer Erfahrung eigene Untersuchungen, um die empirische Basis valide zu gewährleisten.

Im folgenden Beitrag erläutern wir das für unsere Analyse entwickelte theoretische Konzept des Doing Visibility (Abschnitt 2). Es beleuchtet die Mechanismen, die bei der Herstellung von Sichtbarkeit relevant sind und bietet somit Erklärungsansätze für die beobachteten Unterschiede in der Sichtbarkeit der betrachteten Personengruppen und ihrer Leistungen. Im Anschluss daran stellen wir in Abschnitt 3 die qualitativen, quantitativen und informatischen Methoden dar, mit denen wir die Mechanismen zur Herstellung von Sichtbarkeit empirisch erfasst haben. Kapitel 4 und 5 adressieren exemplarisch ausgewählte Ergebnisse, beispielsweise zur Medienpräsenz oder der Wahrnehmung von Professor:innen in der wissenschaftlichen Community. Abschließend zeigen wir, wie unsere Forschungsergebnisse zur Steigerung der Sichtbarkeit von (HAW)-Professorinnen beitragen können.

Doing Visibility

Während die Relevanz von Sichtbarkeit in der Wissenschaft offenkundig ist, wurde das Zustandekommen von Sichtbarkeit im Wissenschaftskontext

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Abbildung 1: Doing Visibility als zirkulärer Prozess

Quelle: eigene Darstellung.

bislang wenig erforscht. Dies gilt umso mehr, wenn Geschlechterhierarchien mitgedacht werden. Was ist Sichtbarkeit? Wie entsteht Sichtbarkeit? Und warum sind Professorinnen weniger sichtbar als Professoren? Um den alltagsweltlich scheinbar eindeutigen Begriff der Sichtbarkeit theoretisch zu fassen haben wir das praxeologische Modell „Doing Visibility" entwickelt. Dabei geht es nicht nur darum, unterschiedliche Sichtbarkeiten zu beschreiben, sondern den Prozess der Herstellung von Sichtbarkeit genauer zu verstehen. Darüber hinaus dient das Modell als Grundlage für die empirische Analyse von Sichtbarkeit.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Doing Visibility ist angelehnt an die Denkfigur Doing Gender (Kessler & MacKenna, 2001; West & Zimmerman, 1987). Wir verstehen also die Herstellung von Sichtbarkeit als sozialen Prozess, an dem mehrere Akteur:innen beteiligt sind. Mit der Perspektive des Doings richten wir den Blick auf Interaktionen, über die Sichtbarkeit prozesshaft hergestellt wird. Doing verweist dabei auf das Sichtbarkeitshandeln, in das (Geschlechter-)Normen, Sinnzuschreibungen und Deutungsmuster einfließen und das im Kontext von Machtverhältnissen und Ungleichheitsstrukturen vollzogen wird.

Die Herstellung von Sichtbarkeit wird im Modell Doing Visibility als zirkulärer Prozess bestehend aus Darstellung, Wahrnehmung und Zuschreibung gedacht. Subjekte bringen Sichtbarkeit durch soziales Handeln hervor, das von anderen wahrgenommen, nicht wahrgenommen oder in einer bestimmen Weise wahrgenommen wird; denn schließlich bedarf es für die Sichtbarkeit eines Subjektes der Validierung anderer. Jedoch liegt es nur bedingt im Einflussbereich der darstellenden Subjekte, *was* wahrgenommen wird oder *wie* etwas wahrgenommen wird. Die Subjekte sind in der Interaktion beides: Darstellende und Wahrnehmende. Sie bringen selbst eigenes Sichtbarkeitshandeln hervor und nehmen gleichzeitig das Sichtbarkeitshandeln der anderen Subjekte wahr.

Diese interaktionellen Prozesse der Herstellung von Sichtbarkeit finden in der von Machtverhältnissen durchdrungenen Institution Hochschule, in Praxisfeldern sowie im akademischen Feld statt. Alle diese Bereiche sind geprägt von machtvollen Geschlechternormen sowie normativen Anforderungen der Disziplinen. Dazu gehören Vorstellungen darüber, was in der Fachkultur als anerkennbar (Butler, 2010) gilt, wie beispielsweise Publikationspraktiken. Normen als Verhaltensaufforderung adressieren sowohl die Darstellenden als auch die Wahrnehmenden. Des Weiteren sind auch die Zuschreibungsprozesse sowohl der Darstellenden als auch der Wahrnehmenden von Normvorstellungen geprägt.

Das Konzept des Doing Visibility bildet die theoretische Grundlage für unsere empirische Arbeit, in deren Rahmen wir die Disziplinen der Sozialen Arbeit einerseits sowie der Informatik andererseits beleuchten und einander gegenüberstellen. Hierfür haben wir vielfältige Daten erhoben, welche die einzelnen Teilaspekte des Prozesses des Sichtbar-Werdens empirisch beschreibbar machen. So wird es möglich, ein umfassenderes theoretisches und empirisches Verständnis davon zu entwickeln, wie es zu geschlechterdifferenzierenden Sichtbarkeitshierarchien in der Wissenschaft kommt. Unser Fokus lag dabei immer auf Hochschulen für angewandte Wissenschaften.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Methodischer Zugang

Um das Sichtbarkeitshandeln und die Wahrnehmung gemäß der Denkfigur *Doing Visibility* aus verschiedenen Perspektiven umfassend beleuchten zu können, wurde eine Methodentriangulation aus qualitativen und quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung gewählt. Da Sichtbarkeit ganz entscheidend durch digitale Algorithmen und Logiken von Sozialen Medien und Suchmaschinen beeinflusst wird, greifen wir darüber hinaus auf informatische Methoden zurück.

Die soziologische Perspektive fokussiert das Sichtbarkeitshandeln der Akteur:innen und somit den Aspekt der Darstellung. Besonders interessierten dabei die Praktiken zur Herstellung von Sichtbarkeit. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen die kollektiven Orientierungen in Bezug auf das Sichtbarkeitshandeln. Die Untersuchungsgruppe bestand aus HAW-Professor:innen der Informatik und der Sozialen Arbeit. Dabei wurden die konkreten Hochschulen und Personen ausgewählt nach Kriterien maximaler oder minimaler Kontrastierung der Grounded Theory (Strübing 2018, S. 41). Für eine Orientierung im Feld begannen wir mit explorativen Interviews. Anschließend führten wir Gruppendiskussionen mit Professor:innen an verschiedenen Hochschulen für angewandte Wissenschaften in Deutschland durch. Die Auswertung erfolgte mit der dokumentarischen Methode (Bohnsack, 2013; Bohnsack et al., 2010).

Um die für Sichtbarkeit relevanten Dimensionen, Ökonomien und Praktiken der Sichtbarkeit genauer zu beleuchten und zu quantifizieren, wurde eine entsprechende Online-Befragung entwickelt. Die darin abgebildete Operationalisierung von Sichbarkeitshandeln sowie der strukturellen Rahmenbedingungen speiste sich dabei aus den Ergebnissen der explorativen Interviews, der Gruppendiskussionen sowie dem theoretischen Rahmen des Doing Visibility.

Die Online-Umfrage lief von November 2023 bis Februar 2024 und wurde von mehreren Netzwerken und Verbünden unterstützt und verbreitet. Befragt wurden Professor:innen sowohl von Universitäten als auch von HAW in Deutschland, um gezielt zu beleuchten, inwieweit die eingangs erwähnten Unterschiede zwischen den beiden Hochschultypen für die Sichtbarkeit ihrer jeweiligen Professorinnen von Bedeutung sind. Insgesamt erhielten wir 1.839 verwertbare Antworten, welche im Vergleich mit den Daten des Statistischen Bundesamts repräsentativ ist hinsichtlich der Verteilung nach Geschlecht, Hochschulart und Fachbereichen (siehe auch Ergebnisbericht der Prof:inSicht-Befragung von Spagert et al. (2024)).

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Ergänzend zu diesen Daten zum Sichtbarkeits*handeln* wurden Daten erhoben über die *tatsächliche* Sichtbarkeit der Professor:innen, im Sinne ihrer digitalen Auffindbarkeit im gesellschaftlichen Kontext. Als methodische Grundlage dafür wurden zunächst Journalist:innen befragt zu ihrem typischen Prozess bei der Suche nach eine:r Expert:in zu einem bestimmten Thema. Dieser Prozess wurde beschrieben als eine Suche nach Schlagwort in einschlägigen Fachdatenbanken für Publikationen in diesem Bereich, gefolgt von einer gezielten Google-Suche der Autor:innen von prominent gefundenen Publikationen. Diesen Prozess haben wir anschließend simuliert und so weit wie möglich automatisiert, um in großem Umfang Daten zur digitalen Auffindbarkeit zu erheben.

Um die automatisierte Abfrage vorzubereiten wurden zunächst manuell die Profile *aller* Professorinnen an den Fakultäten für Soziale Arbeit (863 Professorinnen) und Informatik (219 Professorinnen) an allen deutschen HAW identifiziert. Um einen exemplarischen Vergleich mit männlichen Kollegen der beiden Fachbereiche an HAW einerseits, sowie Professor:innen an Universitäten andererseits, ziehen zu können, wurden zusätzlich je Fachbereich zufällig weitere 50 Professoren an HAW sowie 50 Professor:innen an Universitäten in Deutschland ausgewählt[1]. Da es an Universitäten keine Fakultäten für Soziale Arbeit gibt haben wir hier auf Fakultäten für Sozialpädagogik zurückgegriffen.

Die Profilseiten dieser Grundgesamtheit von betrachteten Professor:innen (insgesamt also 1.182) wurden manuell durchsucht nach Schlagworten zur Beschreibung der Forschungsfelder der jeweiligen Person. Die so identifizierten Schlagworte wurden zu einer Liste zusammengefügt. Im nächsten Schritt wurde dann in maßgeblichen Fachdatenbanken der Informatik und der Sozialen Arbeit (konkret ACM Digital Library[2], Beltz[3] und Springer Link[4]) automatisiert nach all diesen Schlagworten gesucht. Die für ein Schlagwort gefundenen Publikationen wurden sodann nach den Professor:innen unserer manuell identifizierten Grundgesamtheit gefiltert. Abschließend wurde computergesteuert auf Google nach diesen Professor:innen gesucht.

1 Professor:innen wurden auf Basis der Profilbilder sowie des Namens als männlich oder weiblich klassifiziert. Wir nutzten ein binäres Genderspektrum, da nicht-binäre Personen auf diese Weise nicht identifiziert werden können.
2 https://dl.acm.org/.
3 https://www.beltz.de/suche.html
4 https://link.springer.com/.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Wie wird Sichtbarkeit hergestellt?

Im Folgenden präsentieren wir ausgewählte empirische Ergebnisse aus der quantitativen und qualitativen Befragung, die Einblicke in die Logiken des Sichtbarkeitshandelns gewähren. Die Befunde zeigen die vielfältigen, u.a. geschlechterspezifischen Anforderungen, vor denen Frauen in ihrer Sichtbar-Werdung stehen. Dabei spielen Geschlechternormen ebenso eine Rolle wie die Frage, welche Bedeutung Care-Arbeit für die eigene Sichtbarkeit hat.

Sichtbarkeit versus Weiblichkeit: Die Macht der Geschlechternormen

Unsere Ergebnisse verdeutlichen, dass bei der Herstellung von Sichtbarkeit immer auch Anforderungen an Weiblichkeit verhandelt und Geschlechternormen wirksam werden. Ein Mehr an Sichtbarkeit steht dabei mitunter im Widerspruch zu Anforderungen an Weiblichkeit. Eine HAW-Professorin äußert sich zu ihren Möglichkeiten sichtbar zu werden folgendermaßen:

> *„Also ich weiß nicht, mit der Sichtbarkeit von Frauen es find ich nach wie vor so, entweder nervst du oder du bist so'n Liebchen und findest irgendwie so komische diplomatische Strategien, dich durchzuwinden.*" (Prof. Dr. Agnes Ibers[5])

Prof. Agnes Ibers beschreibt ein Dilemma, nach dem es Frauen entweder möglich ist, zu „nerven" – also auf negative Weise in Erscheinung zu treten – oder ein „Liebchen" zu sein. Ein Liebchen zu sein impliziert, eine fürsorgliche, freundliche und fügsame Art an den Tag zu legen. „Durchwinden" ist hier vermutlich zu verstehen als „sich anzupassen" und nicht mit eigenen Positionen anzuecken. Eben diese Eigenschaften erweisen sich jedoch als hinderlich, wenn es um Sichtbarkeit und damit letztlich um den Zugang zu Macht geht. Ein Liebchen zu sein erinnert an Joan Rivieres Aufsatz „Womanliness as a Masquerade" (Riviere, 1929). Die weibliche Maskerade dient ihrer Interpretation zufolge dazu, der Ablehnung oder aggressiven Reaktion von Männern vorzubeugen.

Demnach scheint der Professorin keine sowohl erstrebenswerte, als auch anerkennbare (Butler, 2010) Weiblichkeit verfügbar zu sein, die sie mit Sichtbarkeitshandeln in Verbindung bringen kann. Sichtbarkeit und aner-

5 Name geändert.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

kennbare Weiblichkeit werden also als Gegensatz beschrieben. Das Zitat einer weiteren Professorin verdeutlicht, dass eine bestimmte Sichtbarkeit und damit verbundene Machtzuschreibung im Widerspruch zu Weiblichkeitsnormen steht:

> *„Die eine hat gesagt: ‚Du bist ja nur biologisch eine Frau' (lacht). Also das fand ich wirklich einen grenzwertigen Satz.*" (Prof. Dr. Bianca Schiffler[6])

Prof. Bianca Schiffler erzählt, dass sie Ablehnung erfuhr, als sie innerhalb der Hochschule unaufgefordert eine Position mit Entscheidungsbefugnissen einnehmen wollte. Das Handeln der Professorin – nicht auf Aufforderung, sondern aus eigener Initiative Führungsaufgaben auszuführen – wird von ihrem Gegenüber nicht mit Weiblichkeit assoziiert, ihr wird vielmehr deswegen sogar das Frausein abgesprochen.

Geschlechternormen stecken also auch den Handlungsrahmen ab, innerhalb dessen Sichtbarkeitshandeln stattfindet. Zu diesen Weiblichkeitsnormen und idealisierten Vorstellungen von Weiblichkeit müssen sich HAW-Professorinnen verhalten. Wer sich diesen Normen widersetzt läuft Gefahr, sanktioniert zu werden. Frauen, die den normativ vorstrukturierten Rahmen verlassen, bedrohen schließlich bestehende Geschlechterhierarchien. Im Fall von Prof. Bianca Schiffler hatte der Normbruch zur Folge, dass ihr die Weiblichkeit abgesprochen wurde – was als eine Form der sozialen Bestrafung interpretiert werden kann.

Auch die repräsentative empirische Befragung der Professor:innen liefert Hinweise auf geschlechterstereotype Zuschreibungen in Bezug auf Sichtbarkeitshandeln. Die Befragten sollten einschätzen, inwieweit bestimmte Verhaltensweisen auf Wissenschaftler bzw. Wissenschaftlerinnen zutreffen (siehe Abbildung 2). Dabei wurden Wissenschaftlerinnen deutlich häufiger als bescheiden eingeschätzt, während Wissenschaftler als selbstsicherer in der Präsentation ihrer Themen gelten. So sind 86 % der Professor:innen der Meinung, dass männliche Wissenschaftler ihre Themen selbstbewusst vortragen, während nur 39 % dies auch von Frauen in der Wissenschaft glauben. Analog zu den Befunden aus der qualitativen Forschung deutet dies darauf hin, dass auch Wissenschaftler:innen nicht frei von Geschlechternormen sind und dass diese das Sichbarkeitshandeln von Professorinnen limitieren können.

6 Name geändert.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

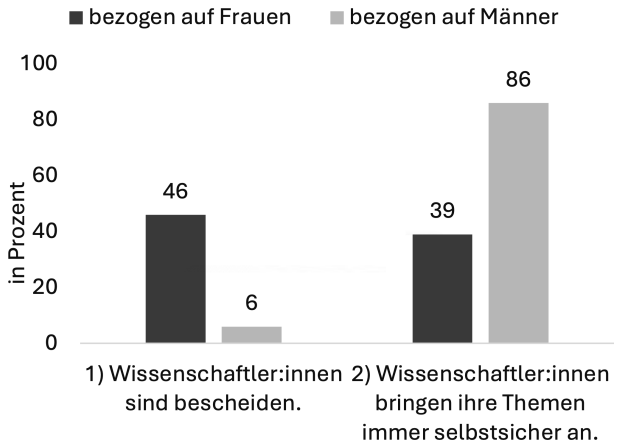

Abbildung 2 Einschätzung von Eigenschaften von Wissenschaftler:innen

1) n=1.637; 2) n=1.657; Die Balken beschreiben den Anteil der Professor:innen, die der Aussage bezogen auf weibliche bzw. männliche Wissenschaftler zustimmen. In den Balken wurden die Antwortmöglichkeiten „trifft zu" und „trifft eher zu" zusammengefasst,

Die unterschiedlichen Erwartungen hinsichtlich eines angemessenen Auftretens in der Öffentlichkeit offenbaren sich auch anhand der Reaktionen auf das Sichtbarkeitshandeln von Männern und Frauen. Jede Veröffentlichung, jeder Vortrag, jedes Interview und jeder Social-Media-Beitrag trägt zu Sichtbarkeit bei und kann Reaktionen hervorrufen. In unserer quantitativen Befragung zeigt sich, dass Professorinnen im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen häufiger negative Rückmeldungen auf ihre Sichtbarkeit erhalten. Zudem berichten Professorinnen häufiger von Fällen wie Ideenklau, herablassenden Bemerkungen, Kommentaren zu ihrem äußeren Erscheinungsbild, sexistischen Äußerungen und der Annahme, sie seien inkompetent. Die folgende Abbildung zeigt, wie viele Professoren und Professorinnen verschiedene Aspekte negativer Erfahrungen auf Sichtbarkeit bereits mindestens einmal erlebt haben.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

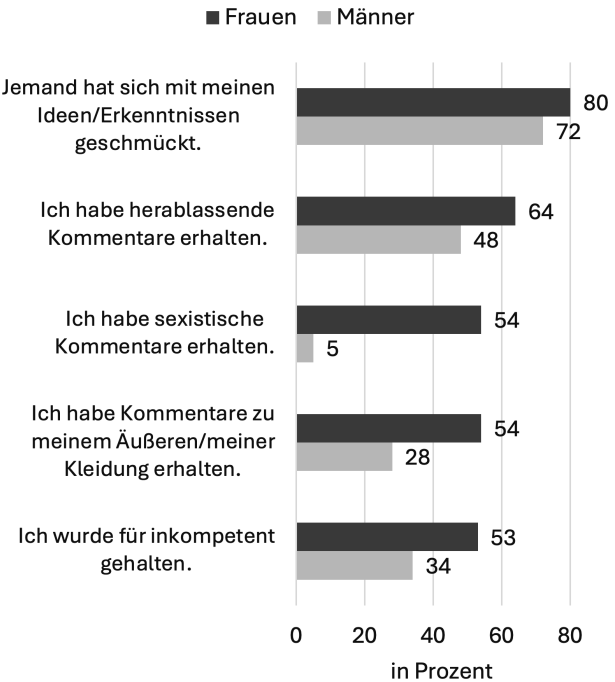

Abbildung 3 *„Ich wurde für inkompetent gehalten": 53 Prozent der Frauen, 34 Prozent der Männer. Reaktionen auf Sichtbarkeit differenziert nach Geschlecht*

N variiert zwischen 1.727 – 1.777; Die Balken beschreiben den Anteil der Professor:innen, die bereits die aufgelisteten Reaktionen erlebt haben.

Dies führt für Professorinnen zu einer doppelten Hürde, sichtbar zu werden: Einerseits steht die Sichtbarmachung im Kontrast zur normativen Anforderung, als Frau „bescheiden zu sein", und andererseits müssen sie als Frau damit rechnen, deutlich häufiger negative und abwertende Reaktionen zu erhalten. Dies kann im Umkehrschluss Grund dafür sein, dass Frauen vorsichtiger damit sind, Sichtbarkeiten herzustellen, um eben diese Ambivalenz und negativen Reaktionen zu vermeiden.

Damit stehen die Professorinnen in ihrem Sichtbarkeitshandeln vor einer doppelten Herausforderung: Sichtbar-Werden setzt voraus, über eigene Leistungen und Fähigkeiten zu sprechen, in Konkurrenzen zu treten, Aufmerksamkeit zu generieren und selbstbewusst aufzutreten. Vorstellungen von Weiblichkeit beziehen sich dagegen häufig auf Fürsorglichkeit,

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Empathie und Zurückhaltung (Eckes, 2010). Wenn Frauen sichtbar werden, müssen sie sich also nicht lediglich an ihren Leistungen, sondern auch am „kulturell vorgegebenen Frauenbild" messen lassen (vgl. Brückner, 1994, S. 34).

Die Professorinnen sind folglich mit verschiedenen – und teils widersprüchlichen – normativen Anforderungen konfrontiert. Mit diesem Widerspruch müssen sich die Professorinnen individuell auseinandersetzen. Es genügt nicht, dass Professorinnen mit ihren Leistungen nach außen treten und sichtbar werden. Vielmehr müssen sie aushandeln, auf welche Weise sie dies praktizieren und was das für ihre Inszenierung von Weiblichkeit bedeutet. Dabei müssen sich die Professorinnen entscheiden, ob sie ihr Sichtbarkeitshandeln entlang normativer Vorstellungen von Weiblichkeit ausrichten, um ein anerkennbares Sichtbarkeitshandeln auszuführen und intelligibel (Butler, 2023, S. 39) zu sein, oder aber ihre soziale Überlebensfähigkeit (Distelhorst, op. 2009, S. 38) zu riskieren. Für die Professorinnen resultieren daraus eine höhere Anforderung und Komplexität, wenn es darum geht, sich selbst darzustellen. Gleichzeitig ist die Gefahr des Scheiterns und negativer Reaktionen angesichts dieser widersprüchlichen Anforderungen deutlich höher.

Die (Un)Sichtbarkeit von Care-Aufgaben

Ein zentraler Faktor, der die Herstellung von Sichtbarkeit beeinflusst, ist neben Geschlecht und den damit verbundenen Normen und Herausforderungen auch die Ressource Zeit. Eine starke Beteiligung an der zeitintensiven Care-Arbeit innerhalb der Familie kann demnach die Möglichkeiten des Sichtbarkeitshandeln begrenzen.

Die Befragung unter den Professor:innen zeigt, dass der Anteil an Care-Arbeit pro Woche unter Professor:innen ohne Kinder differenziert nach Geschlecht annähernd gleich ist (siehe Abbildung 4). So leisten Professorinnen ohne Kinder eine Stunde mehr Care-Arbeit pro Woche als ihre männlichen Kollegen. Sobald jedoch Kinder im Haushalt wohnen, steigt bei Professorinnen die Zeitverwendung hierfür deutlich an: Sie übernehmen acht Stunden mehr unbezahlte Care-Arbeit pro Woche als Professo-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

ren. Dadurch bleibt Professorinnen weniger Zeit, Sichtbarkeit herzustellen und somit ihre Perspektive in die Gesellschaft miteinfließen zu lassen.

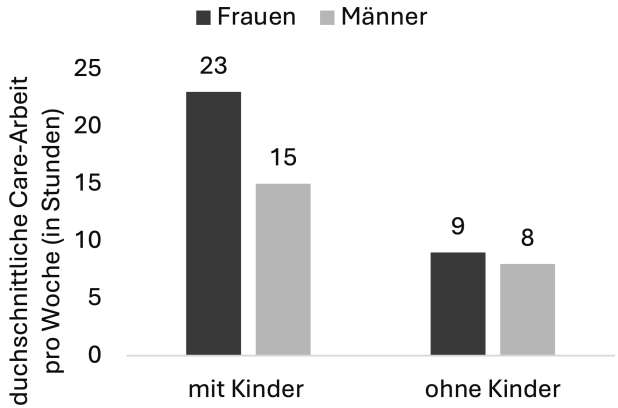

Abbildung 4 Durchschnittliche Stunden an Care-Arbeit pro Woche differenziert nach Geschlecht

n=1.688; Die Balken beschreiben die durchschnittliche Anzahl an Stunden, die die Professor:innen pro Woche mit Care-Arbeit verbringen

Abgesehen von der rein quantitativen zeitlichen Restriktion aufgrund von Care-Arbeit, zeigen sich weitere Herausforderungen hinsichtlich des öffentlichen Umgangs mit diesem Thema. Dabei stellt sich für die Professorinnen die Frage, ob und wie sie ihre Care-Tätigkeit offenlegen bzw. sichtbar machen möchten:

> *„und ich hatte in den in den sieben Jahren, die es jetzt meine Kinder gibt hatte ich einmal mein Kind mit in der Vorlesung physisch, weil ich wusste, an dem Tag gibts keine Betreuung, einmal in sieben Jahren, wo ich mir schon manchmal gedacht hab, hä ich bin auch ein Vorbild für meine Studierenden. meine Familie ist nicht sichtbar. das dann immer zu erzählen, ich hab Familie, das ist, das ist auch nicht so mein Ding. (…) und ich lerne das jetzt erst zu sagen, ich habe zwei Kinder, und manchmal denk mir so, ja, aber die Kinder sind auch nicht die Erklärung für alles, was du nicht schaffst, das ist echt schwierig." (Prof. Dr. Klara Imgrund[7])*

7 Name geändert.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Prof. Klara Imgrund beschreibt, dass sie ihre Kinder lediglich einmal aufgrund der Betreuungssituation mit in die Vorlesung nahm. Sie stellt fest, dass ihre Familie nicht sichtbar ist und gleichzeitig widerstrebt es ihr, ständig von ihrer Familie zu erzählen. Für die Professorinnen geht es nicht nur um die zeitliche Inanspruchnahme durch Care-Tätigkeiten, sondern auch um die Bedeutung von Care-Tätigkeit für die eigene Sichtbarkeitspraxis. Professorinnen mit Kindern verhandeln die Frage, ob bzw. wie sie das Thema Care in ihrem beruflichen Kontext offenlegen und in welchen Zusammenhängen sie davon erzählen möchten.

Eine weitere Professorin beschreibt ihre Kinder als „Schwachstelle", die sie während ihrer Erwerbsarbeit nicht preisgeben möchte. Als erwerbstätige Mutter in Erscheinung zu treten ist schließlich auch mit Gefahren der fachlichen Herabsetzung, Reduzierung auf Mutterrolle oder Konfrontation mit Normen der guten Mutter verbunden (Fischer, 2018). Die Professorin argumentiert, dass „Männer es ja auch nicht erzählen". Eine weitere Professorin führt aus, dass sie erst mit der Zeit lernte, dass sie die Tatsache Kinder zu haben, nicht „verstecken" muss. Die Einbindung von Care-Tätigkeiten in die Sichtbarkeitspraktiken der Professorinnen ist eng verbunden mit der Frage, wie sie Geschlecht in ihre Position der Professorin einfließen lassen. Hier wird die Frage verhandelt, ob sie sich an der männlichen Norm orientieren und damit von der eigenen Geschlechtlichkeit distanzieren oder den weiblichen Lebenszusammenhang (Prokop, 1984) offenlegen. Diese Entscheidung kann je nach Zielgruppe und Raum unterschiedlich ausfallen.

Eine Herausforderung für die Professorinnen resultiert mitunter daraus, dass sie in verschiedenen Sphären eingebunden sind, die unterschiedlichen und teils widersprüchlichen Logiken folgen (Becker-Schmidt, 2008). Hinzu kommt nun, dass sie nicht lediglich zwischen diesen Sphären agieren, sondern als berufstätige Mütter auch als Modell für gelungene Vereinbarkeit fungieren wollen bzw. die gelungene Vereinbarkeit (und damit einen gelungenen weiblichen Lebensentwurf) nach außen vermitteln sollen. Sie wollen Role-Models sein, die die Botschaft transportieren, dass beides möglich ist.

Es geht folglich bei Care-Tätigkeit im Kontext von Sichtbarkeit für Professorinnen um weit mehr als lediglich um das Austarieren von Zeit.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Wahrnehmung von Professor:innen

Wie im Modell Doing Visibility eingangs beschrieben ist Sichtbarkeit nur dann erfolgreich, wenn das Sichtbarkeitshandeln auch von anderen Personen wahrgenommen wird. Anders als die Praktiken der Darstellung ist das Wahrgenommenwerden empirisch schwieriger zu fassen, da der potenzielle Rezipient:innenkreis nicht ohne Weiteres bestimmbar ist. Im Folgenden zeigen wir anhand empirischer Ergebnisse aus der quantitativen Befragung sowie der informatischen Analyse, wie Professor:innen wahrgenommen werden. Dabei werfen wir einen genaueren Blick auf zwei verschiedene Sichtbarkeitsfelder, nämlich die Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit und in der Wissenschaft.

Wikipedia und Medienpräsenz als Indikatoren für die öffentliche Wahrnehmung

Wikipedia ist eine der am meisten besuchten Webseiten der Welt (Similarweb, 2023) und wird von mehr als 50 % der Bevölkerung in Deutschland genutzt (Statista, 2022). Um Interessenskonflikte zu vermeiden werden Biografien auf Wikipedia üblicherweise nicht von der betroffenen Person selbst, sondern von anderen Personen verfasst (Wikipedia, 2024b). Dieses Vorgehen impliziert, dass die betreffende Person bereits eine gewisse öffentliche Wahrnehmung genießen muss, damit überhaupt auf Wikipedia über sie geschrieben wird. Aus diesen Gründen gehen wir davon aus, dass die Existenz eines Wikipedia-Eintrags zu einer Person einen validen Indikator für die Sichtbarkeitswahrnehmung dieser Person in der Öffentlichkeit darstellt.

Damit ein Wikipedia-Eintrag zu einer Person überhaupt erstellt wird und dann auch bestehen bleibt, muss diese Person bestimmte Relevanzkriterien erfüllen. Für Wissenschaftler:innen bedeutet dies, dass ihre wissenschaftliche Arbeit in ihrem jeweiligen „Fachgebiet als bedeutend angesehen wird" (Wikipedia, 2024a). Dieses Kriterium gilt mit Erreichen einer Professur an einer anerkannten Hochschule als erfülllt, unabhängig von Geschlecht oder Hochschultyp.

Die Ergebnisse unserer quantitativen Befragung von Professor:innen zeigen jedoch, dass trotz identischer Relevanzkriterien Uni-Professor:innen in der deutschen Wikipedia erheblich stärker repräsentiert sind als HAW-Professor:innen: Die Ergebnisse unserer quantitativen Befragung von Profes-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

sor:innen zeigen hinsichtlich Wikipedia-Einträgen zu diesen Professor:innen keine geschlechtsspezifischen Unterschiede, wohl aber deutliche Differenzen hinsichtlich des Hochschultyps: Insgesamt verfügen mehr als viermal so viele Professor:innen deutscher Universitäten über einen Eintrag in der deutschen Wikipedia als Professor:innen von HAW (siehe Abbildung 5). Geschlechtsspezifische Unterschiede zeigen sich dagegen kaum.

Da intensive Forschung an Universitäten Standard und an HAW weniger stark etabliert ist, könnte dies ein möglicher Grund für die Unterschiede beim Wikipedia-Eintrag zwischen den verschiedenen Hochschularten sein.

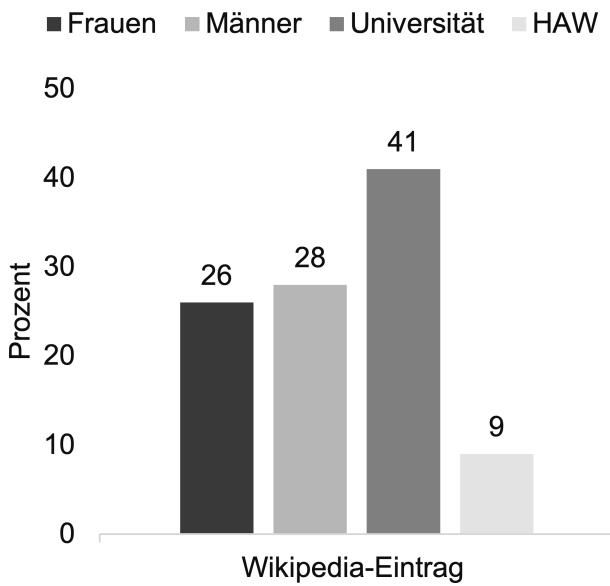

Abbildung 5 Existenz eines Wikipedia-Eintrags zu Professor:innen, differenziert nach Geschlecht und Hochschulart

Nach Geschlecht: n = 1.752; nach Hochschultyp: n = 1.696; Die Balken beschreiben den Anteil der Professor:innen, zu denen ein Eintrag in der deutschen Wikipedia existiert

Auch Presseartikel in Zeitungen erreichen täglich ein breites Publikum und eignen sich somit ebenfalls gut als Indikator für die öffentliche Wahrnehmung. Bei der durchschnittlichen Anzahl an Presseartikeln über Professor:innen zeigen sich in unserer Stichprobe Unterschiede sowohl zwischen den Geschlechtern als auch nach Hochschultyp: Professorinnen insgesamt

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

sowie die Professorenschaft an HAW sind in der Presse seltener vertreten als ihre männlichen Kollegen, bzw. die Professorenschaft an Universitäten (siehe Abbildung 6).

Möglicherweise spielen auch hier Gendernormen eine Rolle für die öffentliche Sichtbarkeit. Denn Wahrnehmung setzt ein aktives Darstellungshandeln voraus. So müssen Personen beispielsweise einem Interview zustimmen und auch daran teilnehmen, damit sie überhaupt später von der Gesellschaft wahrgenommen werden können – etwa in Form eines Zeitungsberichts. Hier zeigt die Professor:innen-Befragung unter anderem, dass Frauen der Presse gegenüber weniger Vertrauen entgegenbringen und Einladungen zu Interviews seltener annehmen. Der Unterschied zwischen den Hochschultypen erklärt sich möglicherweise dadurch, dass Journalist:innen bei der Wahl geeigneter Expert:innen auch das Prestige der Organisation im Blick haben (Shepherd, 1981). Da Universitäten generell mehr Anerkennung und ein besseres Ranking als HAW genießen (Times Higher Education, 2021), könnte dies zur höheren Anzahl an Presseartikel über Uni-Professor:innen führen.

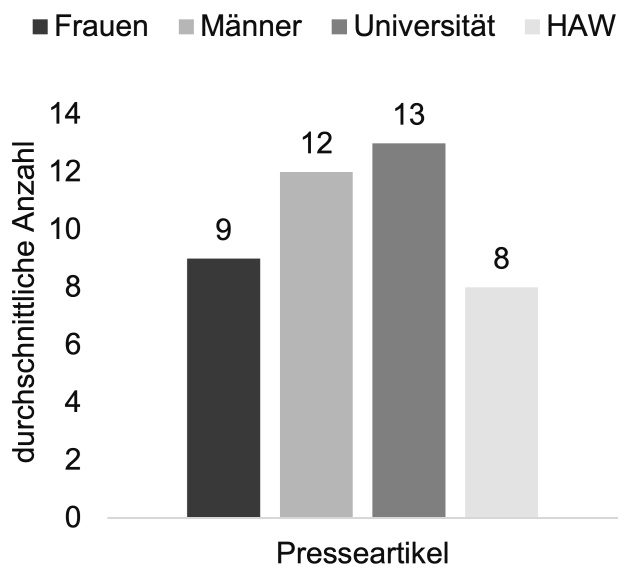

Abbildung 6 Anzahl der Presseartikel nach Geschlecht und Hochschulart

Nach Geschlecht: n = 1.687; nach Hochschultyp: n = 1.635; Die Balken beschreiben die durchschnittliche Anzahl an vorhandenen Presseartikeln von, bzw. über die Professor:innen.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Gerade im digitalen Zeitalter ist die digitale Auffindbarkeit eine wichtige Voraussetzung, um wahrgenommen zu werden. Jegliche Sichtbarkeitshandlungen – sei es eine Publikation, ein Vortrag auf einer Fachkonferenz oder die Teilnahme an einer Podiumsdiskussion – müssen also möglichst schnell und einfach gefunden werden, damit sie zur Wirkung kommen. Die Ergebnisse aus der informatischen Analyse geben einen Einblick in die digitale Auffindbarkeit von Professor:innen der verschiedenen Hochschultypen.

In einem Schritt der informatischen Analyse wurde für jede Person aus der Grundgesamtheit der ausgewählten Professor:innen auf der Suchmaschine Google automatisiert nach Vorname, Nachname und Institution gesucht. Der Google-Suchalgorithmus ordnet seine Ergebnisse dabei nach Relevanz an, sortiert von relevant nach unwichtig. Ergebnisse mit hoher Relevanz für die Suchanfrage erscheinen in der Ergebnisliste also weiter vorne, d.h. auf niedrigerer Position, als weniger relevante Ergebnisse.

Für jede dieser Suchen wurden die ersten 100 Ergebnisse kategorisiert nach Art des Mediums, das hinter dem jeweiligen Suchergebnis steht:

- *Social Media* (private oder berufliche Netzwerke)
- *Forschungseinrichtung*
- *Zeitung*

Abbildung 7 Positionirung der Ergebnisse einer Google-Suche nach Vorname, Name und Institution eine:r konkreten Professor:in verdeutlicht, dass die Google- Suche bei HAW-Professor:innen die Ergebnisse aus dem Bereich Social Media als am relevantesten eingestuft hat, gefolgt von den Ergebnissen aus dem Bereich Zeitungen, während den Ergebnissen aus dem Bereich Forschung die geringste Relevanz zugemessen wurde. Im Gegensatz klassifiziert die Google-Suche die Ergebnisse auf den Webseiten von Forschungseinrichtungen als am relevantesten für die Uni-Professor:innen, dicht gefolgt von den Ergebnissen im Bereich Social Media, während die Ergebnisse in Zeitungen hier als deutlich weniger relevant eingestuft wurden.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

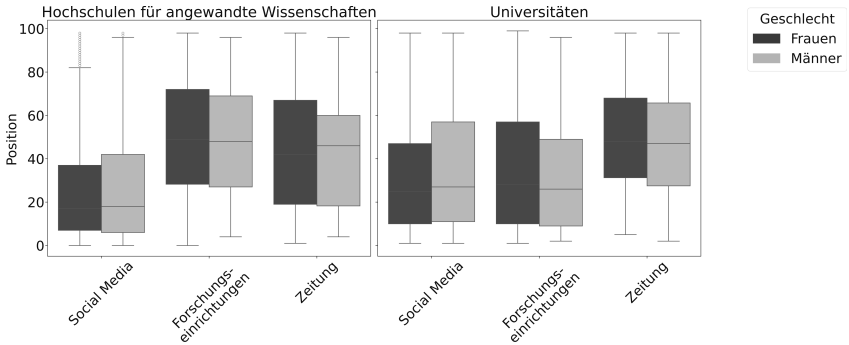

Abbildung 7 Positionierung der Ergebnisse einer Google-Suche nach Vorname, Name und Institution eine:r konkreten Professor:in

HAW: n = 1.132 Professor:innen; Uni: n = 50 Professor:innen; jeweils 100 Suchergebnisse pro Professor:in; Klassifizierung der Ergebnisse nach Social Media, Webauftritten von Forschungseinrichtungen, oder Zeitung. Ein niedriger Wert auf der y-Achse entspricht einer frühen Position in der Liste der Suchergebnisse und damit einem besseren Suchergebnis (im Sinne größerer Relevanz) als ein höherer Wert. Die Verteilung der Positionen pro Kategorie ist dargestellt als Box-Plot.

Da Google nicht offenlegt, welche spezifischen Algorithmen bei der Auflistung der Ergebnisse aus Google-Suchen zum Einsatz kommen und nach welchen Kriterien die Ergebnisse in eine Reihenfolge gebracht werden, lassen sich keine konkreten Ursachen für die beobachteten Unterschiede identifizieren. Die Vermutung liegt jedoch nahe, dass sich hier die unterschiedlichen Schwerpunkte der Hochschultypen widerspiegeln: Während an HAW der Transfer in Praxis und Gesellschaft im Vordergrund stehen, steht an Universitäten die Forschung im Mittelpunkt. Das könnte erklären, warum HAW-Professor:innen primär mit Social Media und weniger mit Forschungseinrichtungen assoziiert werden, während bei den Uni-Professor:innen den Ergebnis-Treffern bei Forschungseinrichtungen die höchste Relevanz beigemessen wird.

Wahrnehmung von Professor:innen innerhalb der wissenschaftlichen Community

Als Indikator für die Wahrnehmung von Professor:innen innerhalb der wissenschaftlichen Community werden üblicher Weise die Anzahl an Zitationen sowie der h-Index herangezogen. Zitationen sind ein gutes Maß für

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

die Wahrnehmung von Professor:innen in der wissenschaftlichen Gemeinschaft, weil sie die Anerkennung und Relevanz ihrer Forschung widerspiegeln. Wenn eine Arbeit häufig zitiert wird, wird gemeinhin davon ausgegangen, dass sie von anderen Forschenden als wertvoll und einflussreich angesehen wird. Viele Studien zeigen, dass Artikel von Frauen weniger häufig zitiert werden als die der männlichen Kollegen (Angermuller & Hamann, 2019; Chatterjee & Werner, 2021).

Auch unsere quantitative Befragung von Professor:innen kommt zu dem Ergebnis, dass die Arbeit der befragten Professorinnen weniger häufig zitiert wird als die ihrer männlichen Kollegen, wobei der Unterschied allerdings sehr gering ist (siehe Abbildung 8). Da die befragten Professorinnen weniger veröffentlichte Artikel aufweisen als ihre männlichen Kollegen, wurde zur besseren Vergleichbarkeit die Anzahl an Zitationen pro Artikel gegenüber gestellt. Analog zu den Indikatoren der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit ist der Unterschied zwischen Universitäts- und HAW-Professor:innen besonders groß. Ein möglicher Erklärungsansatz dafür ist der sogenannte „Matthäus-Effekt" (Merton, 1968): Dieser besagt, dass bereits sichtbare und häufig zitierte Forschende noch mehr Aufmerksamkeit und Anerkennung erhalten. An Universitäten, wo die Publikationsrate in der Regel höher ist als an HAW, könnte dieser Effekt noch verstärkt wirken und somit die Kluft in der wissenschaftlichen Wahrnehmung vergrößern.

Ein ähnliches Bild zeig sich beim h-Index, der als kombinierter Indikator für die Produktivität und den wissenschaftlichen Einfluss einer Person ebenfalls eine gute Messgröße für die Wahrnehmung von Professor:innen ist. Der h-Index misst, wie viele Veröffentlichungen (h) einer Person jeweils mindestens h Zitationen erreicht haben (Hirsch 2005) und spiegelt damit sowohl die Darstellung als auch die Wahrnehmung der wissenschaftlichen Arbeit wider. Zudem spielt der h-Index vor allem an Universitäten eine wichtige Rolle beim Erlangen einer Professur und ist außerdem ein Maß für die Anerkennung innerhalb der Scientific Community.

Auch beim h-Index zeigen sich erneut große Unterschiede zwischen den Hochschultypen: Professor:innen an Universitäten haben im Durchschnitt einen fast 4-mal höheren h-Index als die Kolleg:innen an HAW (siehe Abbildung 8). Hinzu kommt, dass bei dieser Variable ein relativ großer Rückgang der Fallzahl zu verzeichnen ist. Eine Analyse der fehlenden Werte ergab, dass überdurchschnittliche viele HAW-Professor:innen zum h-Index keine Angabe gemacht haben. Daher ist davon auszugehen, dass die Unterschiede in der Grundgesamtheit sogar noch größer ausfallen.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Aber auch zwischen den Geschlechtern gibt es eine ungleiche Verteilung: Professorinnen haben im Vergleich zu Professoren einen geringeren h-Index, was aufgrund der niedrigeren Werte bei der Anzahl an Artikeln und Zitationen zu erwarten war.

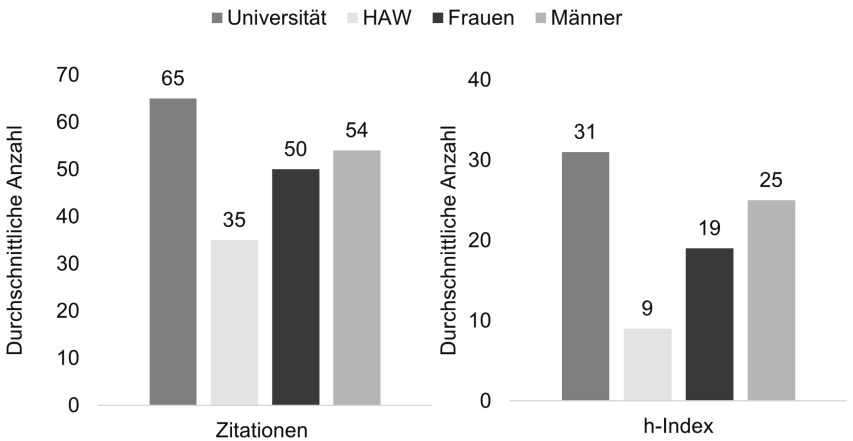

Abbildung 8 Anzahl Zitationen pro Artikel und h-Index nach Geschlecht und Hochschultyp

Zitationen nach Geschlecht: n = 1.225; Zitationen nach Hochschultyp: n = 1.187; h-Index nach Geschlecht: n = 1.145; h-Index nach Hochschultyp: n = 1.107.

Auch für die Sichtbarkeit in der Wissenschaft spielt die digitale Auffindbarkeit eine entscheidende Rolle. Damit sie zitiert werden können müssen wissenschaftliche Artikel zunächst überhaupt erst einmal gefunden werden – nur auffindbare Publikationen tragen also zu einem höheren h-Index bei.

Wie oben beschrieben wurde auch die digitale Auffindbarkeit der Publikationen von Professor:innen mit informatischen Methoden untersucht. Bei den HAW-Professor:innen ergeben sich bzgl. der Auffindbarkeit keine nennenswerten Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Obwohl insgesamt mehr Artikel von HAW-Professoren vorhanden sind als von HAW-Professorinnen, werden bei der digitalen Suche die Artikel beider Geschlechter in etwa gleichermaßen aufgefunden. Dies erklärt möglicherweise, warum es bei HAW-Professor:innen hinsichtlich der Zitationsrate pro Artikel nur wenig Unterschied zwischen den Geschlechtern gibt.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Im Gegensatz dazu werden im Mittel für Uni-Professorinnen mehr Publikationen gefunden als für ihre männlichen Kollegen. Gleichzeitig weisen die Zahlen der gefundenen Publikationen bei den Uni-Professoren eine größere Variabilität auf, und in den oberen 50 % werden mehr Publikationen gefunden als bei Uni-Professorinnen (siehe Abbildung 9).

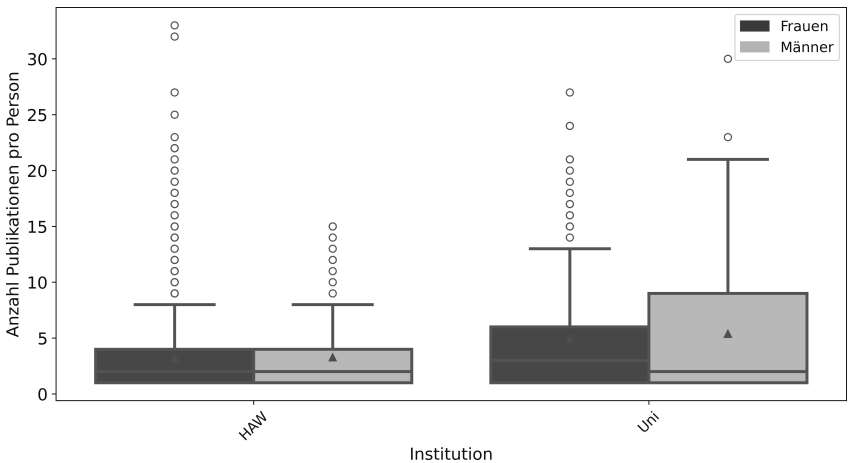

Abbildung 9 Anzahl der in Fachdatenbanken gefundener Publikationen pro Person.

HAW: n = 1.132 Professor:innen, mit insgesamt 3463 gefundenen Publikationen; Uni: n = 50 Professor:innen, mit insgesamt 2209 gefundenen Publikationen; Verteilung ist dargestellt als Box-Plot.

Des Weiteren zeigt sich, dass in den untersuchten Fachdatenbanken bei Uni-Professor:innen deutlich mehr Publikationen pro Person gefunden werden als bei HAW-Professor:innen. Mögliche Erklärungen für diese Unterschiede zwischen den Hochschultypen könnten in den unterschiedlichen Rahmenbedingungen liegen, denen Professor:innen an den beiden Hochschultypen jeweils unterliegen. Zum einen haben HAW-Professor:innen eine deutlich höhere Lehrverpflichtung als ihre Kolleg:innen an den Universitäten, mit beispielsweise 18 Semesterwochenstunden an HAW im Vergleich zu 9 Semesterwochenstunden an Unis im gleichen Bundesland. Des Weiteren werden Uni-Professor:innen in der Regel zumindest rudimentär ausgestattet mit einigen wenigen Stellen für wissenschaftliche Mitarbeiter:innen sowie mit unterstützenden Verwaltungskräften, während HAW-Professor:innen meist mit keiner dieser Ressourcen grundausgestat-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

tet werden. Da die Vergabeprozesse für öffentlich vergebene Drittmittel nach wie vor stark an den Universitäten ausgerichtet sind haben Uni-Professor:innen darüber hinaus leichteren Zugang zu öffentlichen Drittmitteln – und damit in der Regel eben auch mehr wissenschaftliche Mitarbeitende als ihre HAW-Kolleg:innen. Wenn wir davon ausgehend, dass unabhängig vom jeweiligen Hochschultyp die Professor:innen auf den Publikationen der von ihnen betreuten wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen als Autor:innen mit aufgeführt sind ergibt sich alleine aus diesem Mengengerüst eine höhere Anzahl von Publikationen pro Person für die Uni-Professor:innen im Vergleich zu den Professor:innen an HAW. Zudem könnte die leichtere digitale Auffindbarkeit der Veröffentlichungen von Uni-Professor:innen ein weiterer Grund dafür sein, dass sie häufiger zitiert werden und dadurch auch einen höheren h-Index erreichen als HAW-Professor:innen.

Schluss

Unsere Analysen zeigen, dass es für das Verstehen von Geschlechterdifferenzen in der Sichtbarkeit von Wissenschaftler:innen nicht ausreicht, diese ausschließlich an forschungsorientiertem Output festzustellen. Diese Indikatoren sind zwar wichtig, um Ungleichheiten und ihre Beständigkeit zu beschreiben, sie erklären jedoch nicht, wie es dazu kommt. Zudem werden in diesen Indikatoren die spezifischen Bedingungen wissenschaftlicher Tätigkeit an Hochschulen für Angewandte Wissenschaften nicht berücksichtigt, denn Forschungsoutput stellt nur einen Teil von wissenschaftlicher Sichtbarkeit dar.

In unserem Forschungsprojekt Prof:inSicht haben wir den Herstellungsprozess von Sichtbarkeit von HAW-Professor:innen beleuchtet und damit die Ermöglichungsbedingungen und Barrieren der Herstellung von Sichtbarkeit analysiert.

Basierend auf dem theoretischen Modell des „Doing visibility" haben wir empirisch die komplexen Mechanismen hinter der Sichtbarkeit von Professorinnen an HAW beschreibbar gemacht. Dabei haben wir sowohl die Seite der Darstellung als auch die Seite der Wahrnehmung in den Blick genommen. Generell ist die Wahrnehmung von Sichtbarkeit schwer messbar. Die im Projekt eingesetzte Methodentriangulation ermöglichte jedoch eine Annäherung an die Erfassung von Wahrnehmung und liefert differenzierte Einblicke in die Sichtbarkeit von Professor:innen, indem auch die digitale Auffindbarkeit in die Betrachtung miteinbezogen wurde.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Die empirischen Ergebnisse verweisen auf die Komlexität und Vielschichtigkeit von Sichtbarkeitshandeln. So zeigt sich, dass Sichtbarkeit im Widerspruch zu Weiblichkeitsnormen stehen kann, wohingegen sich Männlichkeit und Sichtbarkeit ergänzen. Frauen müssen deshalb mehr Ressourcen zur Entwicklung von mit ihren Weiblichkeitsvorstellungen kongruenten Sichtbarkeitsstrategien investieren als Männer. Gleichzeitig ist das Risiko des Scheiterns höher, da Frauen eher negative Reaktionen in der Öffentlichkeit befürchten müssen. Frauen sind zudem mit widersprüchlichen Anforderungen der Sphären Erwerbsarbeit und Care konfrontiert, die sich auch im Sichtbarkeitshandeln niederschlagen. Erwerbstätigkeit, Erfolg und Macht stehen im Widerspruch zu Normen der ‚guten Mutter'. Diese strukturellen Widersprüche müssen Frauen auf individueller Ebene auch im Sichtbarkeitshandeln für sich lösen.

Wie erwartet ergeben sich besondere Herausforderungen aufgrund des Hochschultyps HAW. Hegemoniale Sichtbarkeitsvorstellungen, die an der Universität Anwendung finden (also eine möglichst hohe Anzahl von Publikationen, Vorträgen und Drittemittelprojekten), lassen sich nur bedingt auf die HAW übertragen. Schließlich sind HAW wesentlich stärker auf Lehre und Praxistransfer ausgerichtet. Angesichts einer Lehrverpflichtung von 18 Semesterwochenstunden, Aufgaben in der Selbstverwaltung und des fehlenden Mittelbaus ist es schwer, auch andere Felder zu bespielen und beispielsweise Forschung betreiben zu können. Unsere Daten zeigen, dass für HAW-Professorinnen Sichtbarkeit nicht nur innerhalb der Wissenschaft wichtig ist, sondern sie insbesondere auch den Wissenstransfer in Gesellschaft und die Zusammenarbeit mit Praxispartnern priorisieren. Die Ergebnisse verweisen somit auf die Notwendigkeit, die aktuell geltenen Kriterien für wissenschaftliche Sichtbarkeit zu überdenken und zu erweitern. Nur so können die spezifischen Bedingungen von Wissenschaft an HAW adäquat Berücksichtigung finden.

Damit die Gesellschaft und die Scientific Community von der Expertise der Professorinnen profitieren kann, sollte auch die Sichtbarkeit von HAW-Professorinnen erhöht werden. Um dieses Ziel zu erreichen sind verschiedene Stakeholder gefragt. Zum einen geht es nicht ohne ein gezieltes Sichtbarkeitshandeln der Professorinnen. Zur Förderung der Sichtbarkeit von Professorinnen haben wir deshalb eine interaktiven Webseite[8] entwickelt, die Professorinnen bei der Erstellung einer persönlichen Sichtbarkeitsstrategie auf Basis individueller Präferenzen unterstützt.

8 https://profinsicht-konfigurator.hm.edu/.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Dieses Wissensportal enthält auch Empfehlungen für die Kommunikationsabteilungen der Hochschulen. Denn auch die Hochschulen sind gefragt, um der weiblichen Expertise eine angemessen große Bühne zu eröffnen. Angesichts der komplexen Wechselwirkungen zwischen Darstellung und Wahrnehmung reicht es nicht aus, dass lediglich Professorinnen „an sich arbeiten". Ungleichheit in Bezug auf Sichtbarkeit(en) sind nicht ausschließlich individuell lösbar. Vielmehr braucht es auch gesellschaftliche Veränderung, institutionelle Unterstützung und Ermöglichungsbedingungen für Sichtbarkeit. Die Erhöhung von Sichtbarkeit von Professorinnen liegt somit auch in der Verantwortung von Organisationen.

Literaturverzeichnis

Angermuller, Johannes; Hamann, Julian (2019): The celebrity logics of the academic field. The unequal distribution of citation visibility of Applied Linguistics professors in Germany, France, and the United Kingdom. In: *Journal for Discourse Studies* 1, S. 77–93.

Becker-Schmidt, Regine (2008): Doppelte Vergesellschaftung von Frauen: Divergenzen und Brückenschläge zwischen Privat- und Erwerbsleben. In: Ruth Becker und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. 2., erweiterte und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (SpringerLink Bücher), S. 65–74.

Bohnsack, Ralf (2013): Dokumentarische Methode und die Logik der Praxis. In: Alexander Lenger, Christian Schneickert und Florian Schumacher (Hg.): Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. Grundlagen, Zugänge, Forschungsperspektiven. Wiesbaden: Springer VS (SpringerLink Bücher), S. 175–200.

Bohnsack, Ralf; Przyborski, Mag. Aglaja; Schäffer, Burkhard (Hg.) (2010): Das Gruppendiskussionsverfahren in der Forschungspraxis. Unter Mitarbeit von Barbara Asbrand. 2nd ed. Leverkusen: Verlag Barbara Budrich. Online verfügbar unter https://elibrary.utb.de/doi/book/10.3224/9783866497092.

Brückner, Margrit (1994): Geschlecht und Öffentlichkeit. Für und wider das Auftreten als Frau oder als Mensch. In: Margrit Brückner (Hg.): Die sichtbare Frau. Freiburg i. Br: Kore (Forum Frauenforschung, Bd. 7), S. 19–57.

Butler, Judith (2010): Raster des Krieges. Warum wir nicht jedes Leid beklagen. Judith Butler. Aus dem Engl. von Reiner Ansén. Frankfurt: Campus-Verl. Online verfügbar unter http://swb.eblib.com/patron/FullRecord.aspx?p=659645.

Butler, Judith (2023): Das Unbehagen der Geschlechter. 23. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Gender studies, Band 1722 = Neue Folge, Band 722).

Chatterjee, Paula; Werner, Rachel M. (2021): Gender Disparity in Citations in High-Impact Journal Articles. In: *JAMA network open* 4 (7), e2114509. DOI: 10.1001/jamanetworkopen.2021.14509.

Distelhorst, Lars (op. 2009): Judith Butler. Paderborn: W. Fink (UTB. Profile, 3038).

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Eckes, Thomas (2010): Geschlechterstereotype. Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Ruth Becker und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Unter Mitarbeit von Barbara Budrich, Ilse Lenz, Sigrid Metz-Göckel, Ursula Müller und Sabine Schäfer. 3., erweiterte und durchgesehene Auflage. Wiesbaden: VS Verlag (Geschlecht und Gesellschaft, 35), Seite 178–189.

Fischer, Gabriele (2018): Anerkennung – Modus des Ausschlusses oder eigenmächtige Praxis der Selbstaufwertung? Eine praxeologische Perspektive auf Anerkennung in sozialen Hierarchien. In: Mechthild Bereswill, Claudia Equit und Christine Burmeister (Hg.): Bewältigung von Nicht-Anerkennung. Modi von Ausgrenzung, Anerkennung und Zugehörigkeit. Weinheim: Beltz Juventa (Soziale Probleme – Soziale Kontrolle).

Kessler, Suzanne J.; MacKenna, Wendy (2001): Gender. An ethnomethodological approach. Reprint. Chicago, London: The University of Chicago Press.

Meho, Lokman I. (2021): The gender gap in highly prestigious international research awards, 2001–2020. In: *Quantitative Science Studies* 2 (3), S. 976–989. DOI: 10.1162/qss_a_00148.

Merton, Robert King (1968): The Matthew Effect in Science. In: *Science* 159 (3810), S. 56–63. Online verfügbar unter http://www.jstor.org/stable/1723414.

Prokop, Ulrike (1984): Widersprüche und Ambivalenzen der Weiblichkeit. Von der Beschränktheit der Strategien und der Unangemessenheit der Wünsche. Zugl.: Frankfurt am Main, Univ., Diss., 1975 u.d.T.: Prokop, Ulrike: Widersprüche und Ambivalenzen der Weiblichkeit. [4. Aufl.]. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Edition Suhrkamp, 808).

Prommer, Elizabeth; Stüwe, Julia; Wegner, Juliane (2021): Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschrittsstudie zur Audiovisuellen Diversität. Universität Rostock. Rostock. Online verfügbar unter https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/SICHTBARKEIT_UND_VIELFALT_Prommer_Stuewe_Wegner_2021.pdf, zuletzt geprüft am 14.03.2022.

Riviere, Joan (1929): Womanliness as a Masquerade. In: *The International Journal of Psychoanalysis* (10), S. 303–313.

Shepherd, R. Gordon (1981): Selectivity of Sources: Reporting the Marijuana Controversy. In: *Journal of Communication* 31 (2), S. 129–137. DOI: 10.1111/j.1460 – 2466.1981.tb01236.x.

Similarweb (2023): Top Websites Ranking – Meistbesuchte Websites Juli 2023. Online verfügbar unter https://www.similarweb.com/de/top-websites/, zuletzt aktualisiert am 24.08.2023, zuletzt geprüft am 24.08.2023.

Statista (2022): Internet – Beliebteste Angebote 2022 | Statista. Online verfügbar unter https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171006/umfrage/in-anspruch-genommene-angebote-aus-dem-internet/, zuletzt aktualisiert am 17.08.2023, zuletzt geprüft am 17.08.2023.

Times Higher Education (2021): World University Rankings. Online verfügbar unter https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2022/world-ranking#!/page/0/length/25/locations/DEU/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats, zuletzt aktualisiert am 05.11.2021, zuletzt geprüft am 02.03.2022.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

West, Candace; Zimmerman, Don H. (1987): Doing Gender. In: *Gender and Society* vol. 1 (no 2), S. 125–151. Online verfügbar unter http://www.jstor.org/stable/189945.

Wikipedia (2024a): Wikipedia: Relevanzkriterien. Online verfügbar unter https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Relevanzkriterien#Wissenschaftler, zuletzt aktualisiert am 06.11.2024, zuletzt geprüft am 08.11.2024.

Wikipedia (2024b): Wikipedia:Conflict of interest. Online verfügbar unter https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Conflict_of_interest, zuletzt aktualisiert am 11.03.2024, zuletzt geprüft am 13.03.2024.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

SPARK – Sichtbare Potenzialträgerinnen als Rollen(vor)bilder weiblicher wissenschaftlicher Karrieren

Julia Rathke, Katja Knuth-Herzig, Rubina Zern-Breuer, Lena Milker, Philipp Komaromi, Christina Prautsch

Ziel von Projekt SPARK – „Sichtbare Potenzialträgerinnen als Rollen(vor)bilder weiblicher wissenschaftlicher Karrieren" war es, einen ersten Funken zu schlagen, weswegen das Projekt als 12-monatiges Pilotprojekt angelegt war. Es sollte innerhalb dieser kurzen Projektlaufzeit, wissenschaftlich fundiert und begleitet ein Workshopformat entwickelt werden, das Frauen unterschiedlicher Karrierestufen und mit diversen disziplinären Hintergründen dabei unterstützt, mehr Sichtbarkeit für sich und ihre Forschungsleistung zu erlangen. Für die am Projekt beteiligten Wissenschaftlerinnen sollte dieses Ziel der gesteigerten Sichtbarkeit bereits innerhalb der Projektlaufzeit erreicht werden. Um zu diesem Ziel zu gelangen, wurden fünf Meilensteine definiert, die letztlich in einem Abschlussworkshop zusammengeführt und deren wesentliche Erkenntnisse im Folgenden dargestellt wurden:

Abbildung 1: Meilensteine in Projekt SPARK

In einem triangulierenden Vorgehen wurde zunächst eine Blaupause für Workshopangebote zur Sichtbarmachung von Wissenschaftlerinnen in einem interdisziplinären *Design Sprint* mit Expertinnen aus verschiedenen Bereichen sowie mit Wissenschaftlerinnen aus unterschiedlichen Wissenschaftsbereichen, die in der Praxis erfolgreich Sichtbarkeit für sich erzeugt haben, erarbeitet. Die zentralen Erkenntnisse aus diesem Format und aus der Evaluation der Veranstaltung sind dann in die Erstellung eines *Online-Survey* unter Wissenschaftlerinnen aller Karrierestufen zum Thema Sichtbarkeit eingeflossen. Die Ergebnisse aus dem Design Sprint und dem Survey wurden anschließend verwendet, um den dritten Meilenstein, den *Werkstatt-Workshop* im Innovationslabor der Deutschen Universität

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

für Verwaltungswissenschaften Speyer zu konzipieren und durchzuführen. Daraufhin folgte eine *Praxisphase*, in der verschiedene individuelle Projekte zur Sichtbarkeit der einzelnen Teilnehmerinnen – sowohl in den entsprechenden wissenschaftlichen Communities als auch nach außen – umgesetzt und vom Projektteam begleitet wurden. Den fünften Meilenstein stellte ein digitaler *Transferworkshop* unter Beteiligung von Gleichstellungsbeauftragten und Wissenschaftskommunikator:innen aus ganz Deutschland dar, um über die im Projekt gewonnenen Ergebnisse zu berichten, diese im Dialog mit Praktiker:innen zu reflektieren und deren strukturelle Verankerung im deutschen Wissenschaftssystem unterstützend voran zu treiben.

Mit dem Projekt SPARK wurden folglich gleichzeitig mehrere Ziele erreicht:

1. Durch eine wissenschaftliche Befragung von Wissenschaftlerinnen verschiedener Karrierestufen unterschiedlicher Disziplinen wurde ein tieferes Verständnis über die Sichtbarkeit von Frauen in der Wissenschaft gewonnen.
2. Es wurde ein anwendungsorientiertes, bedarfsgerechtes und wissenschaftlich fundiertes Workshop-Format zur Unterstützung der Sichtbarkeit für Wissenschaftlerinnen entwickelt.
3. Dieses Workshop-Format wurde praktisch erprobt, evaluiert und weiterentwickelt, womit gleichzeitig der direkte Transfer in die Praxis ermöglicht wurde.
4. Es wurde ein fruchtbarer und nachhaltiger Austausch von Expertinnen und Wissenschaftlerinnen zum Thema „Sichtbarkeit von Frauen in der Wissenschaft“ initiiert.
5. Durch eine projektbegleitende Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Medien (Fachpublikationen, Twitter etc.) wurde die Sichtbarkeit der beteiligten Wissenschaftlerinnen zusätzlich erhöht.
6. Durch die kontinuierliche wissenschaftliche Begleitung der Maßnahme sind Qualitätssicherungsmaßnahmen direkt im Projekt implementiert worden.
7. In mehreren sog. Lessons Learned Paper wurden die gewonnen Erkenntnisse direkt für die Praxis nutzbar publiziert (vgl. Prautsch et al., 2022; Rathke et al., 2025, 2022).
8. Zusammen mit den Teilnehmerinnen des Design Sprints wurde eine Definition von positiver Sichtbarkeit erarbeitet, die als Arbeitsgrundlage der folgenden detaillierten Ergebnisvorstellung vorangestellt sei:

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Eine positive gendergerechte Sichtbarkeit ist erreicht, wenn wissenschaftlich tätige Menschen unabhängig von ihrem (binären) Geschlecht, aber auch ihrer (sozialen) Herkunft, lediglich aufgrund ihrer Expertise angefragt, für hochwertige Stellen angesprochen oder wissenschaftlich und öffentlich zitiert werden und mit ihrem Portfolio auch einer breiten Öffentlichkeit bekannt sind. Mit dem Wort „Wissenschaft" werden sowohl Frauen als auch Männer gleichermaßen assoziiert. Zusätzlich werden erfolgreiche Frauen der Vergangenheit nachträglich sichtbar gemacht.

Meilenstein 1: Der SPARK-Design Sprint

Ein Design Sprint ist eine besondere Art der Problemlösung, bei der ein Team fokussiert, unter engen Zeitvorgaben und mit verschiedenen Tools gemeinsam arbeitet. In der Praxis werden unter dem Begriff Design Sprint verschiedene Ansätze verstanden, die alle dem Design Thinking ähneln. Design Thinking ist eine innovative Methode, die zum Ziel hat, komplexe Problemstellungen mit kreativen neuen Ideen zu lösen, die ganz besonders aus der Nutzer:innen- bzw. Anwender:innensicht überzeugend sind. Auch ein Design Sprint hat den Vorteil, dass direkt mit Informationen und Feedback von potenziellen Anwender:innen gearbeitet wird. Das erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit und reduziert das Risiko eines späteren Scheiterns einer im Sprint entwickelten Lösung. Das Team für einen Design Sprint sollte möglichst heterogen und interdisziplinär zusammengesetzt sein. Ein großer Raum, ausreichend flexible Arbeitsmöglichkeiten wie etwa verschiebbares Mobiliar, Whiteboards und Haftnotizen, sind für die gemeinsame Arbeit unerlässlich.

Zunächst sollte das (Fach)Wissen der einzelnen Teammitglieder zu dem vorliegenden Problem für alle transparent gemacht werden. Danach wird das Ziel des Sprints definiert, die aktuelle Situation beschrieben, Expert:innen werden hinzugezogen, der Fokus festgelegt und schließlich die Ergebnisse zusammengefasst. Üblicherweise wird der Sprint begleitet oder eingeleitet durch kurze Präsentationen der Teilnehmer:innen, die Beispiele oder Lösungen aus verschiedenen Bereichen als Inspiration vorstellen. Nach der Inspirationsphase entwickelt und visualisiert jedes Teammitglied individuell die vorgeschlagenen Lösungen in einem mehrstufigen Prozess. Die anschließende Phase ist der Auswertung der vorgestellten Ideen gewidmet, bevor die vielversprechendsten Einzelideen kombiniert werden. Im An-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

schluss werden sogenannte Storyboards als Grundlage für das Prototyping entwickelt und genutzt, bevor der/die Prototyp(en) in Feedbackschleifen getestet werden. Schließlich wird anhand der ersten Ergebnisse festgestellt, ob die Idee realisierbar ist, ob der/die Prototyp(en) weitere Iterationen benötigen oder ob der Design Sprintfortgesetzt werden soll.

Der SPARK-Design Sprint gliederte sich in die drei Phasen „Verstehen" – „Skizzieren" und „Entscheiden", die in Abbildung 2 dargestellten weiteren Phasen „Entwickeln" und „Testen" wurden dann den Projektmeilensteinen entsprechend in den Werkstatt-Workshop und die anschließende Praxisphase überführt.

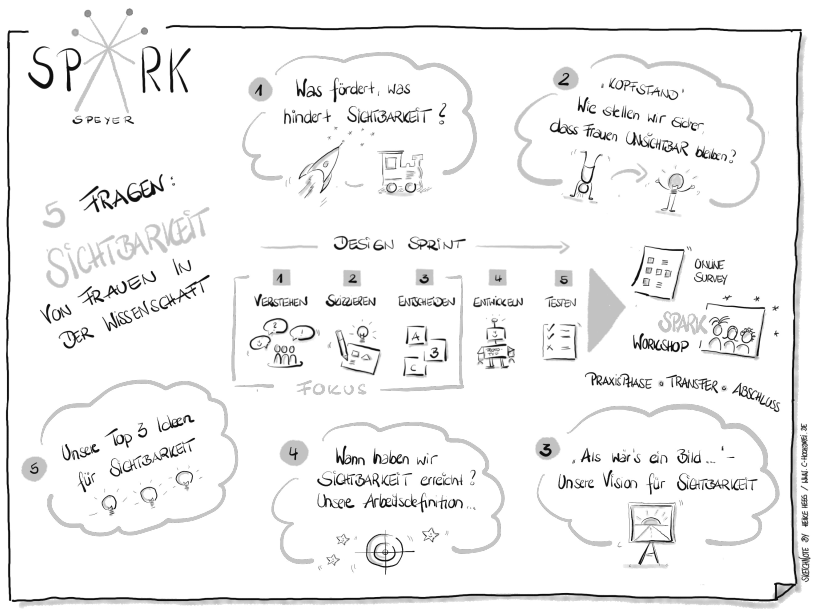

Abbildung 2: Sketchnote zur Darstellung des Design Sprint by Heike Heeg.

Verstehen: Was fördert und was behindert die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen?

Über die Frage *Was fördert und was hindert Sichtbarkeit?* wurde die erste Session „Verstehen" eingeleitet und in Kleingruppen diskutiert. Neben verschiedenen fördernden Faktoren, deren Abwesenheit gleichzeitig auch

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

ein Hindernis darstellen kann z.B. Zeitmangel oder geringe Ressourcen, nannten die Teilnehmerinnen, auch weitere hindernde Faktoren wie beispielsweise männliche Verbündete, starre Hierarchien, der Wegfall der eigenen Internetpräsenz durch einen Arbeitgeberwechsel oder das von außen auferlegte Bild der „Quotenfrau".

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass individuelle Definitionen einer positiven Sichtbarkeit gefunden werden sollten, die auf einer bewussten Reflexion und Analyse der eigenen Kompetenzen und Werte aufbaut. Daraus können dann persönliche Ziele für die eigene Sichtbarkeit abgeleitet und die Umsetzung dieser Ziele durch Maßnahmen wie Karrieretraining oder die Begleitung durch Mentorinnen gezielt unterstützt werden. Zusätzlich muss eine authentische Bereitschaft dazu aufgebaut werden, tatsächlich auch stärker in die Öffentlichkeit treten bzw. dort wahrgenommen werden zu *wollen*. Hierzu können Empowerment-Workshops oder entsprechende Workshop-Elemente, die in ein umfassenderes Programm eingebunden sind, hilfreich sein. Wird dieser Bereich nicht thematisiert, besteht die Gefahr, dass persönliche Eigenschaften oder auch Bedenken, wie z.B. die Angst vor einem Shitstorm in Social Media, den Schritten zu einer größeren Sichtbarkeit nachhaltig im Weg stehen. Erst im Anschluss sollten daher weitere Maßnahmen strategisch geplant und praktisch durchgeführt werden.

Als weitere förderliche Faktoren für die eigene Sichtbarkeit wurden (digitale) Netzwerke, verschiedene Beteiligungen in peer groups, anderweitige Mitgliedschaften/Funktionen inner- oder außerhalb der eigenen Organisation sowie (häufige) Standort- und/oder Arbeitgeberwechsel genannt. Zudem wird die eigene Sichtbarkeit durch Publikationen und Zitationen unterstützt. Voraussetzung hierfür ist natürlich eine hohe Qualität der eigenen wissenschaftlichen Arbeit.

Skizzieren: Wie kann die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen erhöht werden?

Im ersten Teil der zweiten Session sollten die Teilnehmerinnen durch die Fragestellung: *Wie stellen wir sicher, dass Frauen absolut unsichtbar bleiben?* ganz bewusst die (potenziellen) Hindernisse bei der Sichtbarwerdung von Frauen reflektieren. Als ein erster Hemmnisfaktor wurde das Festhalten an bestehenden, als stereotyp wahrgenommenen weiblichen Verhaltensmustern diskutiert. Vor allem ging es hierbei um die individuelle Akzeptanz der eigenen "unsichtbaren" Situation, was dazu führen kann, dass gar nicht

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

erst versucht wird, etwas in Bezug auf die eigene Sichtbarkeit zu verändern. Stattdessen wird weiterhin vermehrt die wenig prestigeträchtige sog. „Academic Housework" (MacFarlane/Burg, 2019) übernommen, die zentral für eine gute Zusammenarbeit im Team ist, aber unsichtbar bleibt und Ressourcen kostet. Als weiterer Hemmschuh hat sich erwiesen, dass Frauen weniger Zeit und Raum für ihre eigenen wissenschaftlichen Ideen oder das Vorantreiben ihrer Sichtbarkeit einfordern. Auch unberechtigte Zweifel an der eigenen Qualifikation (auch bekannt als „Impostor Syndrom", vgl. z.B. Sakulku, 2011) wurden genannt, die dazu führen, sich gegenüber anderen kleiner und unsichtbarer zu machen. Durch eine leise oder hohe Stimmlage bzw. schnelles Sprechen kann diese innere Einstellung stark nach außen transportiert werden, was dazu beiträgt, die Wahrnehmung als Expertin zu reduzieren.

Bezüglich struktureller Voraussetzungen, die einer Sichtbarkeit entgegenstehen, wurde darüber diskutiert, dass bereits bestehende Nachteile (bspw. hoher Zeitaufwand für Care-Arbeit, Missachtung der Diversität durch das Führungspersonal) teilweise verfestigt werden bzw. es wird ihnen nicht aktiv entgegengewirkt. Das gilt ebenso für weitere strukturelle Hindernisse im persönlichen Umfeld: Durch Faktoren wie z.B. den starken Einfluss durch von Männern dominierten Netzwerken bzw. der Dominanz männlicher Mentoren. Dadurch werden möglicherweise "nur" männliche Verhaltensweisen adaptiert.

Aus dieser gemeinsam erarbeiteten Liste wurden im Anschluss zur Frage *Welche verrückten Ideen leiten sich daraus ab?* Möglichkeiten generiert, wie den genannten Hindernissen entgegengetreten werden kann. Zunächst ist hier die individuelle Arbeit an der eigenen Einstellung und das damit verbundene Auftreten nach außen wichtig. Dabei kann eine Unterstützung sinnvoll sein, die an individuelle Bedürfnisse angepasst ist (bspw. Sprechtraining, Stärkung der Durchsetzungskraft).

Bezüglich des persönlichen Umfeldes ist eine einfach umzusetzende Idee, eine gegenseitige Unterstützung von Frauen bzgl. ihrer Sichtbarkeit zu etablieren. Dies kann durch gezieltes Netzwerken und gegenseitige Einladungen geschehen oder indem man sich gegenseitig als Fürsprecherin zur Seite steht. Erfahrene Wissenschaftlerinnen können der nächsten Generation auf dem Weg zur eigenen Sichtbarkeit Hilfestellung geben und diese beraten. Nichtsdestotrotz sollten nach der Berücksichtigung dieser beiden Dimensionen zusätzlich auch verschiedene konkrete Maßnahmen zur Sichtbarwerdung genutzt werden. Dazu gehört die Erhöhung der Präsenz in der Öffentlichkeit (bspw. durch eine "Woche der Wissenschaftlerinnen"

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

im TV) und in den Sozialen Medien oder auch das Herausarbeiten eines Alleinstellungsmerkmals für den individuellen Wiedererkennungswert.

Ein dritter Teil der Session bestand darin, eine gemeinsame *Vision* für Sichtbarkeit in den Kleingruppen zu entwickeln. Als Zeitachsen wurden hierbei „in vier Monaten" und „in vier Jahren" angegeben. Ein Konsens aus den verschiedenen Visionen der Gruppen war, dass Klischees bezüglich Berufsausübung und Karriereperspektiven entgegengewirkt werden muss, sodass erfolgreiche Frauen zur alltäglich sichtbaren Realität werden. Schaut man sich die strukturelle Dimension an, steht die Hürde der Betreuungsaufgaben, die immer noch schwerpunktmäßig Frauen zugeordnet wird, dem noch stark entgegen. Kinder sollten durch eine verbesserte Kinderbetreuung, flexible Arbeitszeitmodelle und weitere staatliche Instrumente leichter in die Karriereplanung integriert werden können. Außerdem zeigte sich, bezogen auf die individuelle Einstellung, die Vision, dass Frauen den Mut haben, sich selbstbewusst zu zeigen, sozusagen „auf die Bühne zu treten", und dadurch auch zu Rollenvorbildern für andere Frauen zu werden.

Wirft man einen Blick auf die Vision des persönlichen Umfeldes, würden Frauen generationenübergreifend zusammenarbeiten, Communities auf- und ausbauen. Durch diese Sichtbarkeit würden sie als Expertinnen angesprochen und wären dadurch in Medien und Öffentlichkeit präsent. Die Männerdominanz könnte somit überwunden werden. Außerdem wurde rege diskutiert, dass die Bühne über das Geschlecht hinausgehend, bunter werden müsste und alle Wissenschaftler:innen unabhängig von sozialer Herkunft oder Migrationshintergrund und jenseits binärer Geschlechtervorstellungen gleichberechtigt sichtbar sein sollten.

Entscheiden: Welche konkreten Ideen für ein Workshop-Format lassen sich ableiten?

In der dritten und finalen Session ging es zunächst darum, gemeinsam eine Definition von Sichtbarkeit für die weitere Arbeit im SPARK-Projekt zu entwickeln, inklusive Kriterien dafür, wann eine positive Sichtbarkeit erfolgreich hergestellt ist. Beispiele, anhand derer eine solche Sichtbarkeit feststellbar wäre, sind paritätische Besetzungen bei Professor:innenstellen oder Gesprächsrunden/Podiumsdiskussionen/Talks, ohne dass dies auf eine konkrete Fördermaßnahme (Quotenregelungen) zurückzuführen ist. Es sollte die reine Fachlichkeit zählen, sodass Wissenschaftler:innen unabhängig von Geschlecht oder (sozialer) Herkunft, unbedingt aber aufgrund

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

ihrer Expertise angefragt und für hochwertige Stellen angesprochen oder wissenschaftlich sowie öffentlich zitiert werden. Die Wissenschaftlerinnen sollten mit ihrem Portfolio auch einer breiten Öffentlichkeit bekannt sein. Wichtig dabei ist, dass das Geschlecht keine wesentliche Rolle mehr spielt, sodass Frauen bezüglich ihrer Eigenschaften, Einstellungen und Meinungen nicht auf ihr Geschlecht reduziert werden. Unter dem Wort „Wissenschaft" sollten letztendlich sowohl Frauen als auch Männer assoziiert werden. Zusätzlich müssten erfolgreiche Frauen der Vergangenheit nachträglich bspw. durch ein Porträtieren sichtbar gemacht werden.

Darauf aufbauend stellte sich die Frage, welcher Formate es bedarf, um diese Definition der Sichtbarkeit zu erreichen. Dabei war es bezogen auf das Projekt SPARK zentral, herauszufinden, wie der geplante Werkstatt-Workshop und die anschließende Praxisphase gestaltet werden können, um unmittelbar eine positive Wirkung zu entfalten.

Mitgenommen werden konnte hierzu, dass zum einen die Möglichkeit zur Reflexion über die eigenen Einstellungen – die eigenen Werte und damit auch die Ziele der individuellen Sichtbarwerdung – angeregt und begleitet werden sollte, aber auch der Austausch dazu in der eigenen Peer Group gegeben sein muss. Außerdem bildete sich die Idee heraus, in der Praxisphase mit Expertinnen-Tandems zu arbeiten, um jeweils eine Unterstützerin bzw. Mentorin an der Seite zu haben. Als ein weiterer wichtiger Punkt wurde Empowerment festgehalten. Es sollte im Workshop gezielt daran gearbeitet werden können, sich individuell auf die eigene Persönlichkeit abgestimmt, mehr Sichtbarkeit zuzutrauen und den Schritt dazu aktiv zu gehen. Grundlage dafür war es, sich im Rahmen des Workshops in verschiedenen Dingen ausprobieren zu können, um die individuelle Sichtbarkeitsstrategie aktiv herauszuarbeiten.

Will man die digitale Sichtbarkeit verbessern, können Workshops zum Aufbau und Ausbau der Kompetenzen im Umgang mit Sozialen Medien helfen. Weitere Formate wären der Aufbau von fachübergreifenden Datenbanken zu Wissenschaftlerinnen, Rundfunkinterviews mit Wissenschaftlerinnen zu den Kernzeiten, die Teilnahme an Science Slams, die Aufnahme von Podcasts oder die Erstellung einer institutionenunabhängigen Webseite, wie zum Beispiel die Seite www.innovative-frauen.de. Zudem kann gute Wissenschaftskommunikation per se helfen, auch die persönliche Sichtbarkeit als Expertin im eigenen Forschungsfeld zu erhöhen. Im Gesamtbild schien es besonders wichtig, den Wissenschaftlerinnen den Raum und die Zeit für Reflexionen, Experimentieren mit Formaten und die Entwicklung ihrer eigenen Sichtbarkeitsstrategie zu geben. Zum Abschluss wurden alle

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Kleingruppen gebeten, ihre Top 3 Ideen für einen Workshop zur Unterstützung der Sichtbarkeit von Frauen in der Wissenschaft aufzustellen. Dabei fanden sich insgesamt neun konkrete Vorschläge bzw. Ideen, aus denen abschließend Favoriten abgestimmt wurden.

1. Unterstützer:innen/Mentor:innen
2. Trainings/Workshops (mit integrierten Rollenvorbildern), Workshops zu Empowerment, Stimmeinsatz, Rhetorik
3. Individuelles Coaching
4. Challenges
5. Moderationstools: „Train the chairs"
6. Netzwerke, Austauschmöglichkeiten mit anderen Wissenschaftlerinnen in kleinen „geschützten" Gruppen (peer-to-peer)
7. Aktivierung und individueller Weg
8. Kompetenzen, Dinge ausprobieren können und Profilbildung
9. Bessere Kinderbetreuung

Besonders viel Resonanz erhielt die Idee einer Challenge unter Kolleginnen, bei jeder anstehenden Sitzung, Tagung, Präsentation etc. mindestens einen Wortbeitrag zu leisten oder eine Frage zu stellen und sich so in der eigenen Sichtbarkeit immer wieder auszuprobieren und stetig wohler zu fühlen. Mit diesem Kondensat der Arbeit aus dem gemeinsamen Workshop-Tag und einem durchweg positiven und aktivierenden Feedback, konnte der Design Sprit mit dem „Zielfoto" erfolgreich abgeschlossen werden.

Insgesamt lieferte der Design Sprint wertvolle Hinweise für die Erarbeitung des SPARK-Werkstattworkshops und für die Zusammenstellung der Fragen für ein Online-Survey zur Sichtbarkeit von innovativen Frauen in der Wissenschaft. Für die Vorbereitung des Werkstattworkshops kristallisierte sich heraus, dass zunächst bei den persönlichen Werten angesetzt werden sollte, um die individuell gewünschte Sichtbarkeit zu definieren. Neben der Thematisierung von (strukturellen) Hürden soll im Workshop auch an individuellen Einstellungen zum Thema gearbeitet werden, bspw. durch Empowerment-Elemente.

Einen wesentlichen Anteil des Werkstattworkshops sollte die Möglichkeit einnehmen, verschiedene Tools der Sichtbarwerdung aktiv auszuprobieren. Da aus dem Design Sprint leider nicht, wie ursprünglich erwartet, ganz konkrete Bedarfe herausgearbeitet werden konnten, sollte ein breites Spektrum an Tools und Methoden zum Ausprobieren im Werkstattworkshop zur Verfügung gestellt werden. Aus diesen sollen die Teilnehmerinnen in-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

dividuell, an ihren Werten und Sichtbarkeitszielen orientiert frei wählen können.

Meilenstein 2: Der SPARK Online-Survey

Ein weiterer zentraler Bestandteil des Projekts war die Durchführung einer deutschlandweiten Umfrage unter Wissenschaftlerinnen aller Karrierestufen. Ziel der Umfrage war es, zu analysieren, welche Faktoren Sichtbarkeit fördern und hindern, sowie individuellen Bedarfe zur Sichtbarkeit zu erfragen. Die Items wurden aus den Ergebnissen des vorangegangenen Design Sprints, der einschlägigen Literatur sowie durch das Projektteam entwickelt. Durch den Survey sollten die bereits erörterten Problemstellungen und Ideen in Zusammenhang mit der Sichtbarkeit nochmals in der Breite abgefragt werden. Der finale Fragebogen bestand aus 4 Bereichen, zu folgenden Themen

1. Allgemeine Sichtbarkeit
2. Berufliche Position
3. Sichtbarkeit von Frauen als Leistungsträgerinnen in der eigenen Organisation
4. Demographische Angaben

Insgesamt umfasste der Fragebogen 33 inhaltliche Items, die zumeist Auswahlfragen mit Mehrfachnennung oder Fragen mit Likert-Skalen zur Messung der Zustimmung zu bestimmten Aussagen waren. Bei allen Fragen konnte die Option „keine Angabe" ausgewählt werden und es wurde über ein Freitextfeld die Möglichkeit gegeben, eigene Aussagen zu formulieren. Hinzu kamen sieben Fragen mit Freitext-Antwortfeldern, inklusive einer abschließenden Frage zum Feedback.[1]

Von März bis April 2022 wurde ein erster Pre-Test durchgeführt. Ziel war es die Verständlichkeit, Validität und praktische Durchführbarkeit des Fragebogens zu testen und ggf. einzelne Fragen und Items durch die Rückmeldungen weiter zu entwickeln. Am Fragebogen wurden keine größeren Probleme festgestellt, die gesammelten Rückmeldungen wurden in mehreren Runden in den Fragebogen eingearbeitet.

Der Feldzugang für den Online-Survey erfolgte über die Bundeskonferenz der Frauen- und Gleichstellungsbeauftragten an Hochschulen (Bukof)

1 Der vollständige Fragebogen ist online auf der Projekthomepage von SPARK abrufbar: https://www.spark-speyer.de/wp-content/uploads/2022/12/Fragebogen_export.pdf

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

sowie über die jeweiligen Landeskonferenzen der Hochschulfrauen bzw. Gleichstellungsbeauftragten (LaKofs bzw. LaKoGs). Über die Netzwerke der Konferenzen und beteiligten Personen wurde der Link zur Online-Teilnahme an der Umfrage deutschlandweit verteilt. Somit wurde keine zufällige Stichprobe gezogen, daher fällt das Vorgehen in den Bereich der nichtprobabilistischen Stichprobe. Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass durch die Netzwerke und Verteiler der Bukof und LaKofs eine erhebliche Zahl an Wissenschaftlerinnen erreicht wurde, sodass die Ergebnisse der Umfrage eine gewisse Repräsentativität besitzen.

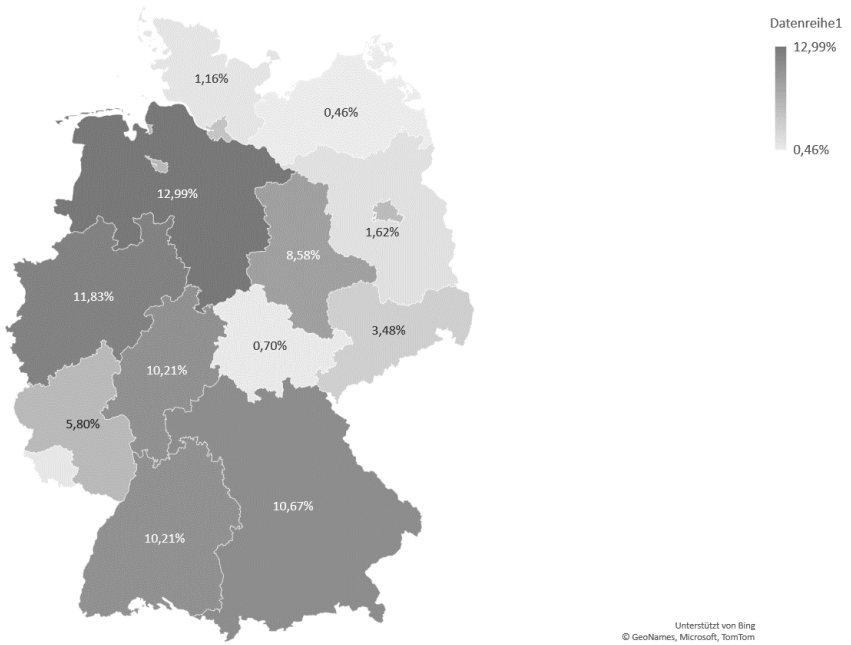

Abbildung 3: Herkunft der befragten Wissenschaftlerinnen nach Bundesland (Saarland: 0,93 %, Berlin: 5,57 %, Bremen: 6,03 %, Hamburg: 4,64 %), N: 431).

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Tabelle 1: Demographische Zusammensetzung des SPARK Online Survey

		SPARK Online Survey N: 431
Geschlecht: weiblich		100 %
Alter		
	20–30	23 %
	31–40	36 %
	41–50	24 %
	51–60	14 %
	60+	3 %
Kinder unter 18 im Haushalt		36 %
Qualifikation & Berufliche Position		
	Wissenschaftliche Mitarbeiterin	58 %
	Juniorprofessorin	3 %
	Professorin	24 %
	promoviert	50 %
	habilitiert	13 %
	unbefristet	40 %
	Vollzeit	68 %
	Universität	62 %
	HAW	21 %
	AUF	14 %

Als Tool zur Entwicklung, Durchführung und Nachbereitung des Fragebogens wurde SoSci Survey ausgewählt. Die aktive Feldphase dauerte vom 22. April bis zum 17. Juni 2022. In diesem Zeitraum wurden über die Netzwerke zudem zwei Erinnerungswellen (Reminder) zur Teilnahme an der Umfrage versandt. Die Umfrage richtete sich ausschließlich an weibli-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

che Wissenschaftlerinnen verschiedener Karrierestufen. In Tabelle 1 ist die demographische Zusammensetzung des Samples zusammenfassend dargestellt. Abbildung 3 stellt die Herkunft der Teilnehmerinnen nach Bundesland grafisch dar.

Zum Thema der akademischen Weiterqualifizierung ist es interessant, dass 17 % der Befragten angeben, eine Habilitation zu planen und gut 31 % eine Promotion. Damit strebt die Mehrheit der nicht promovierten wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen eine Promotion an, während nur eine Minderheit der Promovierten auch eine Habilitation anstrebt.

Fast 60 % der Teilnehmerinnen, sind in einer befristeten Beschäftigung. Diesen Personen wurde eine weitere Frage zu ihrer Befristungssituation gestellt. Sie konnten auf einer Likert-Skala von 1 „Stimme nicht zu" bis 5 „Stimme zu" ihre Zustimmung zu verschieden Aussagen bezüglich möglicher Folgen ihrer Befristung angeben. Fasst man die beiden Werte 5 und 4 als Zustimmung zusammen, so gaben zwei Drittel der befragten befristet beschäftigten Wissenschaftlerinnen an, sich durch die Befristung stark belastet zu fühlen. Nur 11 % gaben an, dass die Befristung für sie kein Problem darstellt. Jeweils 60 % der Wissenschaftlerinnen gaben an, dass die Befristung den Druck steigere, sich in der wissenschaftlichen Community bzw. in der eigenen Organisation sichtbarer zu machen. Auf eine Freitextfrage, die den 257 befristet beschäftigten Teilnehmerinnen gestellt wurde, was sie motiviert hat, trotz der Befristung eine Karriere in der Wissenschaft anzugehen antworteten rund 89 %. Als intrinsische Motive wurden dabei genannt: Die Freude, Liebe und Leidenschaft an der und für die wissenschaftliche Arbeit; die wissenschaftliche Tätigkeit als Berufung, Spaß am Lernen und Lehren sowie das Interesse an der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem eigenen Fachgebiet (auch in Abgrenzung zur Arbeit in der Wirtschaft). Weitere wichtige Motive waren die angenehme kollegiale und akademische Atmosphäre, flexible Arbeitszeiten, bzw. Flexibilität und Freiheit allgemein sowie der Gedanke, der Gesellschaft etwas zurück geben zu wollen.

Bezüglich der eigenen Sichtbarkeit wurden die Befragten zunächst um eine Selbsteinschätzung zu ihrer Sichtbarkeit außerhalb der Wissenschaft, in der wissenschaftlichen Community und in der eigenen Organisation auf einer Skala von 1 „sehr niedrig" bis 5 „sehr hoch" gebeten. Wie zu erwarten, schätzen die Teilnehmerinnen ihre Sichtbarkeit innerhalb ihrer Organisation am höchsten, in ihrer wissenschaftlichen Community mittelmäßig und außerhalb der Wissenschaft am geringsten ein (vgl. 4).

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

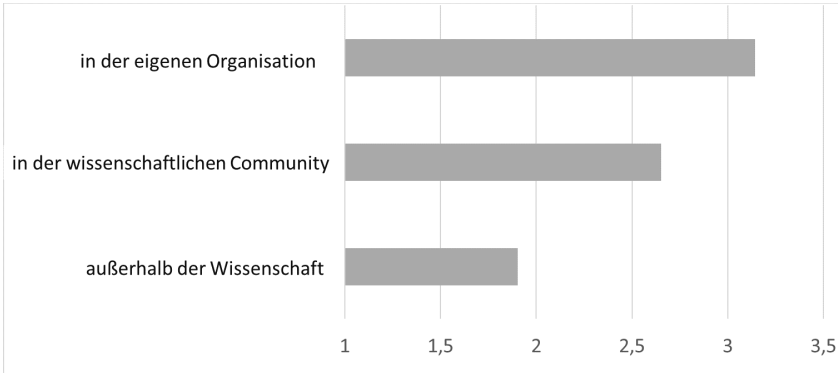

Abbildung 4: Wie schätzen Sie allgemein Ihre eigene Sichtbarkeit als Wissenschaftlerin ein? (1 „sehr niedrig" – 5 „sehr hoch"; Mittelwerte, N: 431).

Im Anschluss an diese Selbsteinschätzung folgte eine Freitextfrage zur Definition von positiver Sichtbarkeit. Die Möglichkeit, hierauf zu antworten, nutzten 303 Teilnehmerinnen, rund 70 %. Genannt wurden dabei Beispiele für die Wahrnehmung als Expertin v.a. im wissenschaftlichen aber auch im außerwissenschaftlichen Kontext und damit zusammenhängend Anfragen und Einladungen zu Publikationen oder Veranstaltungen, die Wiedererkennbarkeit und Bekanntheit der eigenen Arbeit bzw. der eigenen Person in wissenschaftlichen Kontexten als auch die Verknüpfung von beidem. Weitere Definitionselemente waren eine positive Reputation, positives Feedback von Studierenden und Kolleginnen und Kollegen bezüglich der Lehre und Forschung, eine Vorbildfunktion für Kolleg:innen sowie langfristige Kooperationen im Wissenstransfer. Auch wurden zwischenmenschliche Elemente wie der entgegengebrachte Respekt, auch in Bezug auf die wissenschaftliche Leistung, Vertrauen und Sympathie genannt.

In Bezug auf die eigene Sichtbarkeit strebt die Mehrheit der befragten Wissenschaftlerinnen vor allem eine Erhöhung in der eigenen wissenschaftlichen Community, gefolgt von der eigenen Organisation sowie außerhalb der Wissenschaft an (vgl. Abbildung 5). Nur etwas mehr als 10 % geben an, ihre Sichtbarkeit derzeit nicht erhöhen zu wollen – dabei etwas häufiger mit der Begründung, sich bereits ausreichend sichtbar zu fühlen, als mit der Begründung nicht sichtbar(er) sein zu wollen.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

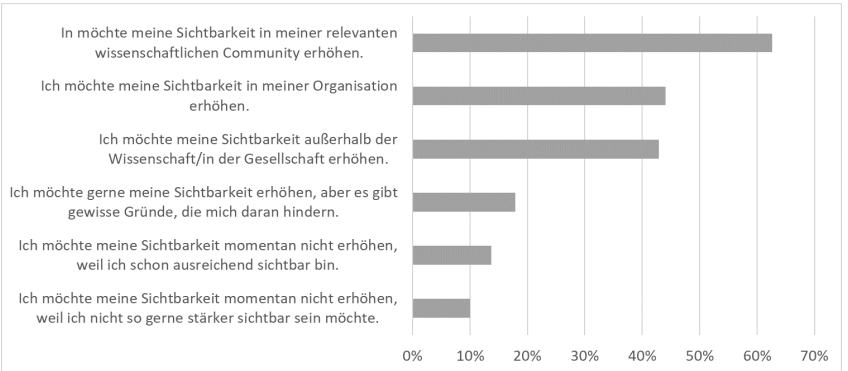

Abbildung 5: Welche der folgenden Aussagen in Bezug auf die Erhöhung Ihrer Sichtbarkeit treffen auf Sie zu? (Mehrfachnennung möglich; Angabe in Prozent; N: 431).

In einer weiteren Frage konnten die Wissenschaftlerinnen Aussagen in Bezug auf die eigene Sichtbarkeit und die Unterstützung anderer in deren Sichtbarwerdung zustimmen (vgl. Abbildung 6). Den höchsten Zustimmungswert erhielt die Unterstützung durch die gezielte Zitation von weiblichen Kolleginnen. Außerdem werden mehr als 50 % der befragten Wissenschaftlerinnen von ihnen unbekannten Personen – interessanterweise aber nur 30 % von ihnen bekannten Personen – für Vorträge, Interviews, Jobs oder Beiträge für Publikationen angefragt. Mehr als ein Drittel hat sich bereits ein Alleinstellungsmerkmal erarbeitet und selbst bereits von Rollenvorbildern profitiert, während sich nur rund ein Viertel der Befragten bewusst als Rollenvorbild für andere Wissenschaftlerinnen einsetzt.

Als zentrale Methode, die eigene Forschungstätigkeit sichtbar zu machen, nutzt die große Mehrheit der Befragten eher traditionelle Methoden, wie Publikationen, Teilnahme an Veranstaltungen und Projekte mit Kolleg:innen (vgl. Tabelle 2). Digitale Tools werden von 65 % genutzt, wobei die drei beliebtesten mit ResearchGate, LinkedIn (jeweils über/um 60 %) und Twitter (heute: X) mit 34 % den Sozialen Medien bzw. Netzwerken zugerechnet werden können. Dahinter folgen die persönliche Website sowie die Sozialen Medien/Netzwerke Xing und Academia.eu mit jeweils ca. 20 %. Multimediaangebote wie Podcasts, ein eigener Youtube-Kanal, Blogs oder Livestreams wurden sehr selten genannt.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Abbildung 6: Inwiefern treffen die folgenden Aussagen in Bezug auf Ihre Sichtbarkeit und die Unterstützung anderer in deren Sichtbarwerdung zu? 5 „stimme zu" – 1 „stimme nicht zu" (Angabe in Prozent der Zustimmung von 5 und 4; N: 431).

Tabelle 2: Methoden der Sichtbarwerdung (N: 431) und Nutzung von digitalen Tools (N: 280)

Arbeit an neuen Publikationen	81 %
Teilnahme an Digital-/Präsenzveranstaltungen	77 %
Forschungsprojekte mit Kolleg:innen	73 %
Regelmäßiges Vortragen	65 %
Nutzung von digitalen Tools	65 %
	Davon:
ResearchGate	66 %
LinkedIn	60 %
Twitter	34 %
persönliche Website	21 %
Xing	20 %
Academia.edu	20 %

Eine weitere zentrale Frage des Surveys war, welche Ziele bei der Erhöhung der eigenen Sichtbarkeit verfolgt werden. Am wichtigsten war es den Befragten, sich im wissenschaftlichen Feld zu vernetzen, wissenschaftliche Karrierechancen zu steigern sowie die wissenschaftliche Reputation zu erhöhen. Im Fokus steht also die Erhöhung der Sichtbarkeit in und für den

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

wissenschaftlichen Bereich (vgl. Abbildung 7). Allerdings möchten auch 46 % der Befragten etwas in der Gesellschaft bewegen. Sehr interessant ist, dass rund 38 % der Teilnehmerinnen schlicht aus Freude an der eigenen Sichtbarkeit diese weiter erhöhen möchten. Während also zunächst Gründe zu überwiegen scheinen, die extern motiviert sind, gab auch ein großer Anteil Teilnehmerinnen an, aus eher intrinsisch motivierten Gründen sichtbarer werden zu wollen.

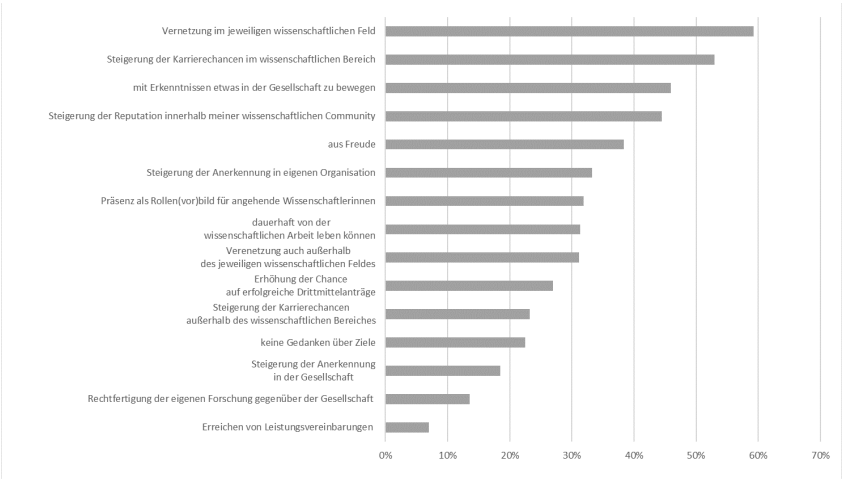

Abbildung 7: Welche Ziele haben Sie bei der Erhöhung der Sichtbarkeit verfolgt? (Mehrfachnennung möglich; Angabe in Prozent; N: 431).

Die größte Herausforderung in Bezug auf die Erhöhung der eigenen Sichtbarkeit ist die Zeit – sowohl während als auch außerhalb der Arbeitszeit fehlen den befragten Wissenschaftlerinnen zeitliche Freiräume, um sich ihrer Sichtbarkeit zu widmen (vgl. Abbildung 8). Auch die geringe Affinität zu sozialen Medien wird als Herausforderung wahrgenommen. Jeweils etwa ein Drittel nimmt zudem folgende Herausforderungen wahr: die geringe Unterstützung durch die eigene Organisation, die Abneigung selbst im Zentrum des Geschehens zu stehen, die Wichtigkeit anderer Aufgaben sowie die vergleichsweise schwierigere Sichtbarmachung als Frau. In der Kategorie „Sonstiges", die von 14 % der Teilnehmerinnen ausgewählt wurde, kamen zudem Probleme durch Befristung und häufigen Job-Wechsel zur Sprache, da hierdurch keine Stabilität aufgebaut werden kann. Genannt

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

wurden in diesem Zusammenhang die teilweise prekären Arbeitsbedingungen sowie eine hohe Arbeitsbelastung.

Abbildung 8: Welche Herausforderungen sind in Bezug auf die Erhöhung Ihrer Sichtbarkeit als Wissenschaftlerin relevant? (Mehrfachnennung möglich; Angabe in Prozent; N: 431).

Welche Maßnahmen die teilnehmenden Wissenschaftlerinnen bei ihrer Sichtbarkeit bisher unterstützt haben und welche sie weiterempfehlen würden, war Thema einer weiteren Frage (vgl. Abbildung 9). Am wichtigsten wurden hier die Nutzung von Netzwerken, Mentoring/Coaching-Programmen und Workshops zu Moderation/Rhetorik eingeschätzt, sowohl als Unterstützung der eigenen Sichtbarkeit in der Vergangenheit als auch als Weiterempfehlung für andere Wissenschaftlerinnen. Programme wie Förderstipendien, Angebote im Bereich Kinderbetreuung, Empowerment-Workshops und Preise/Auszeichnungen werden dagegen weitaus öfter weiterempfohlen, als sie tatsächlich selbst als unterstützend wahrgenommen wurden. Dies könnte darauf hindeuten, dass diese Programme zwar als wünschenswert und somit auch empfehlenswert eingeschätzt werden, aber manchen Teilnehmerinnen schlicht nicht zur Verfügung standen.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

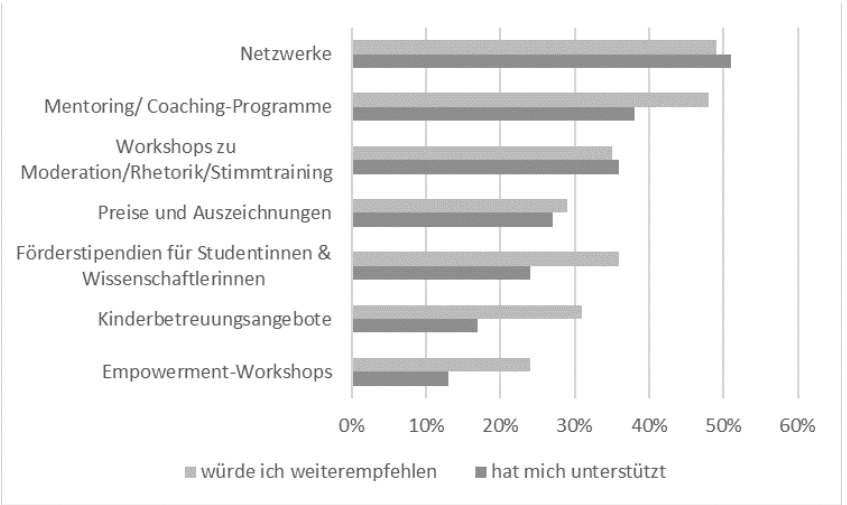

Abbildung 9: Unterstützende Programme & Weiterempfehlungen (Mehrfachauswahl möglich, Angaben in Prozent, N: 431)

Neben den Antworten auf vorgegebene Items wurde den Teilnehmerinnen auch die Möglichkeit gegeben, konkrete Unterstützungsbedarfe in einer Freitextfrage anzugeben. Rund 14 % nutzen die Möglichkeit zu antworten. Neben allgemeinen Angeboten von Workshops, Trainings und Coachings wurde betont, dass auch Männer Weiterbildungsangebote wahrnehmen sollten. Zudem wurden Angaben gemacht, die konkret auf Unterstützungsbedarfe seitens der eigenen Institution hinweisen.

Bezüglich der Unterstützung durch die eigene Institution enthielt der SPARK Online-Survey aber auch eine eigene Frage, in der angegeben werden konnte, durch welche konkreten Maßnahmen die Organisationen ihre Wissenschaftlerinnen in der Erhöhung der Sichtbarkeit unterstützen (vgl. Abbildung 10). Mehr als 20 % der Befragten gab an, bisher keine Unterstützungsangebote erhalten zu haben. Immerhin etwas mehr als 50 % der Wissenschaftlerinnen wird bezüglich der Teilnahme an Konferenzen unterstützt oder hat die Möglichkeit, Weiterbildungen zu besuchen. Etwas weniger häufig wurden eine Vorstellung per Newsletter, die finanzielle Unterstützung bei Open-Access-Publikationen sowie Interviews angegeben.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

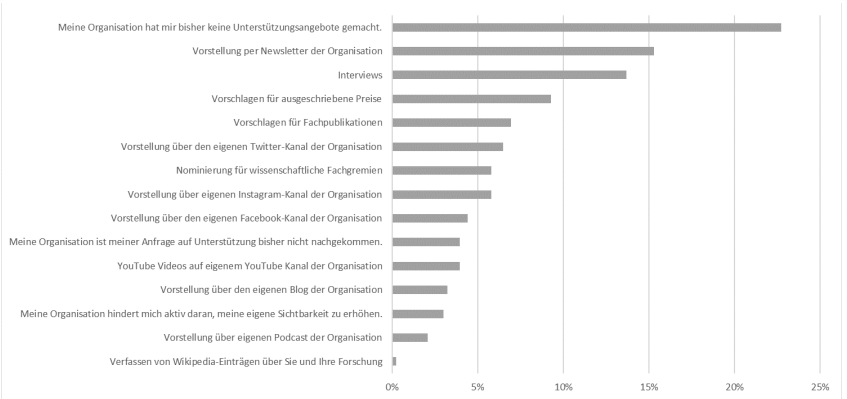

Abbildung 10: Durch welche Maßnahmen unterstützt Ihre Organisation Sie dabei, Ihre Sichtbarkeit als Wissenschaftlerin zu erhöhen? (Mehrfachnennung möglich; Angabe in Prozent; N: 431).

Zuletzt konnten sich die Teilnehmerinnen in einer Freitextfrage dazu äußern, welche Unterstützung zur Erhöhung ihrer Sichtbarkeit sie sich von ihrer Organisation wünschen würden. Gut 64 % der Befragten nahm diese Möglichkeit wahr. Dabei zeigte sich ein interessanter Unterschied zwischen der Gruppe der befristet beschäftigen Wissenschaftlerinnen und der unbefristet beschäftigten: Befristet beschäftigte Wissenschaftlerinnen wünschen sich anteilig etwas häufiger Trainings, Seminare oder weitere Unterstützungsmaßnahmen von ihrer Organisation. Darunter fallen bspw. Social Media Trainings, Seminare zu strategischen Karriereentscheidungen oder die Vorstellung von Best Practice Beispielen bei der Sichtbarwerdung. Darüber hinaus wurde von dieser Gruppe häufiger die Unterstützung durch Vermittlungen, Empfehlungen, Nominierungen, Teilnahmemöglichkeit für zum Beispiel Preise, Vorträge oder Kongresse, sowie Entfristung, längere Vertragslaufzeiten sowie Dauerstellen genannt. Bei den unbefristeten Wissenschaftlerinnen steht die administrative Unterstützung, das Verfassen von Wikipedia-Einträgen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder die Übernahme von Social-Media-Aktivitäten im Vordergrund. Diese Punkte sind zwar auch für befristete Wissenschaftlerinnen relevant, aber in geringerem Ausmaß (vgl. auch Rathke, 2023). Von beiden Gruppen wurde in etwa gleich häufig die Wertschätzung gegenüber sogenannter „academic housework“ eingefordert.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Die Ressourcenstärkung in finanzieller, räumlicher und personeller Hinsicht wie auch die Förderung einer diversen Organisationskultur treten bei den unbefristeten Wissenschaftlerinnen stärker in den Vordergrund. Das Thema Gremienarbeit wird dagegen zwiespältig betrachtet. Einerseits wird sich eine Vertretung der Interessen in den Gremien gewünscht, andererseits wird diese auch als eine zu zeitintensive Belastung für die wenigen Frauen angesehen. Viele Wissenschaftlerinnen gaben auch an, dass sie keine weiteren Unterstützungsbedarfe sehen, wobei dies zum Teil auch mit Resignation verbunden war. Von einer befristeten Wissenschaftlerin wurde etwa geäußert: „Keine mehr. Mein Vertrag läuft im Juli 2022 aus. Bis dahin habe ich mich, wie in den vergangenen zwei Jahren, um alles selbst gekümmert." (SO06, Case 560).

Insgesamt lieferte der Survey wertvolle Hinweise für die Erarbeitung des SPARK-Werkstattworkshops und für die Begleitung der Wissenschaftlerinnen in der Praxisphase. Dabei ist zunächst die positive Einschätzung von Workshop-Formaten zu nennen, die das Vorhaben von SPARK bestärkt hat. Zudem konnten konkrete Probleme, Bedarfe sowie Herausforderungen und Lösungschancen zur Sichtbarwerdung herausgearbeitet werden, die eine Vielzahl von Wissenschaftlerinnen betreffen. Generell möchten die Teilnehmerinnen ihre Sichtbarkeit in unterschiedlichen Kontexten erhöhen, sind hierfür motiviert, schätzen sich aber auch bisher nur mittelmäßig sichtbar ein. Die Ziele, welche mit der Sichtbarkeit verfolgt werden, sind vornehmlich die Vernetzung im wissenschaftlichen Feld, die Steigerung der Karrierechancen und der Reputation in der Wissenschaft sowie die Erzeugung eines Impacts in der Gesellschaft mit der eigenen Forschung. Zur Verfolgung dieser Ziele werden daher vornehmlich Strategien genutzt, mit denen die Befragten v. a. innerhalb der Wissenschaft Sichtbarkeit erreichen.

Bei den Möglichkeiten, Sichtbarkeit zu erreichen zeigt sich der wissenschaftliche Kontext deutlich. Es könnten noch stärker andere Multimedia-Tools (bspw. Podcasts, YouTube) genutzt werden, um auch das Ziel der gesellschaftlichen Sichtbarkeit inkl. eines Impacts zu erreichen. Ein Problem dabei könnte die geringe Affinität zu sozialen Medien oder die Abneigung, im Zentrum der Aufmerksamkeit zu stehen, sein, was die Sichtbarkeit auf die gängigen Plattformen einschränkt. Bezüglich der Herausforderungen zeigte sich zudem in der Umfrage, wie auch in der Praxisphase, dass v. a. die notwendigen zeitlichen Freiräume während oder auch nach der Arbeitszeit für die Sichtbarwerdung fehlen.

Hinsichtlich der strukturellen Gegebenheiten an den Wissenschaftseinrichtungen kristallisierte sich heraus, dass die Mehrheit der Teilnehmerin-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

nen mit der Gleichstellung zwischen den Geschlechtern an der eigenen Organisation eher nicht zufrieden ist. Auch sind in der Wissenschaft noch immer deutlich mehr Männer beschäftigt als Frauen (vgl. z.B. https://www.innovative-frauen-im-fokus.de/infopool/daten-und-fakten/frauen-in-der-wissenschaft/). Das erschwert das Zustandekommen von Netzwerken und Mentoring-Möglichkeiten, die als wichtiges Element für die eigene Sichtbarkeit angesehen werden. Ein unterstützendes Format, wie von SPARK angedacht, kann hier Abhilfe schaffen. Ein wichtiges strukturelles Hindernis in der Sichtbarwerdung ist die oft fehlende oder nicht ausreichende Unterstützung durch die eigene Organisation. Ebenso fehlt es oft an angemessenen Förderungen, die speziell auf die Erhöhung der Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen ausgerichtet sind. Hinzu kommen weitere strukturelle Probleme, wie die vielfältigen Belastungen und die angespannte Lage, in der sich viele Wissenschaftlerinnen durch die Befristung der Stelle befinden, welche wiederum Anstrengungen zur Sichtbarwerdung stark einschränken. Dies korrespondiert mit den bereits genannten fehlenden zeitlichen Freiräumen zur Sichtbarwerdung.

Meilenstein 3: Der SPARK-Werkstatt-Workshop

Im Förderantrag wurde die Konzeption des Werkstatt-Workshop vollkommen offengehalten, da eine Kernidee von SPARK war, ihn wissenschaftlich fundiert und zielgruppenspezifisch auf Basis des Design Sprints innerhalb der Projektlaufzeit zu konzipieren. Um den Anforderungen der Förderlinie „Innovative Frauen im Fokus“ zu entsprechen, wurde jedoch die Zielgruppe für den Workshop vorab bereits auf Professorinnen und Juniorprofessorinnen festgelegt. Die Erfahrungen des Werkstatt-Workshops ebenso wie des Design Sprints haben allerdings gezeigt, dass eine Erweiterung der Zielgruppe auf Wissenschaftlerinnen zu Beginn ihrer Karriere sinnvoll wäre, da beispielsweise der Aufbau eines Netzwerks Zeit braucht – sowohl im Arbeitsalltag als auch im Sinne einer nachhaltigen Strategie. Mit anderen Worten: Je früher sich Wissenschaftlerinnen in ihrer Karriere mit Sichtbarkeitsstrategien und Sichtbarkeitsinstrumenten auseinandersetzen, desto sichtbarer können sie im Laufe ihrer Karriere mit innovativen Ansätzen, Forschungsprojekten und -ergebnissen werden. Konkret am Beispiel der Sichtbarkeit in einem sozialen Netzwerk wie „LinkedIn“ erläutert, könnten jungen Wissenschaftlerinnen sich zunächst umsehen, anderen Wissenschaftler:innen und (wissenschaftsinternen) Stakeholdern folgen, die sie

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

spannend und/oder vorbildhaft finden. In einem nächsten Schritt kann dann geteilt, kommentiert und gelikt werden. So baut sich über die Jahre nicht nur eine „social community" auf, sondern auch das plattformspezifische Knowhow und die Gewohnheit, in sozialen Medien aktiv und sichtbar zu sein.

Gleichzeitig verändern sich die Möglichkeiten und Strategien zur Sichtbarkeit im Laufe einer wissenschaftlichen Karriere ebenso wie die Bedingungen und Strukturen. Fördermöglichkeiten und günstige Phasen für Weiterbildungen sind individuell sehr unterschiedlich, so dass sich ein Bedarf für alle Karrierestufen ergibt.

Schließlich richtete sich die Förderlinie und somit auch das Projekt SPARK mit dem Workshop an innovative Frauen, was bedeutet, dass ausschließlich Wissenschaftlerinnen als Teilnehmerinnen eingeladen waren. Die gesammelten Erfahrungen zeigen, dass ein Arbeiten in rein weiblichen Workshop-Settings den großen Vorteil bietet, dass spezifisch weibliche Problemlagen und Bedürfnisse gezielt adressiert werden können, was von den beteiligten Wissenschaftlerinnen durchweg positiv aufgenommen wurde.

Allerdings wurde sowohl von den Teilnehmer:innen des SPARK Design Sprints als auch des SPARK Werkstatt-Workshops kritisch angemerkt, dass Initiativen, Projekte und Förderlinien, die ausschließlich weibliche Personen fördern, wenig zeitgemäß sind, da sie die binäre Wahrnehmung von Geschlecht verfestigen, während die aktuelle Debatte bereits weit darüber hinaus geht (z.B. LGBTIQ). Zudem werden traditionell als typisch weiblich wahrgenommene Problemlagen und Themen (z.B. häusliche Carearbeit) zunehmend auch von Männern als solche wahrgenommen. Schließlich gibt es querliegende strukturelle Herausforderungen, wie die soziale Herkunft oder der Migrationshintergrund, die – ebenso wie das Geschlecht – ggf. spezifische Weiterbildungsangebote sinnvoll erscheinen lassen. So sollte es neben spezifischen Workshop-Angeboten für Frauen in Bezug auf Sichtbarkeit, genderoffene sowie andere zielgruppenspezifische Angebote geben.

Teilnehmerinnen

Ziel war es, 12 Wissenschaftlerinnen aus Rheinland-Pfalz als Teilnehmerin für den Workshop zugewinnen, von denen die Hälfte Juniorprofessorinnen und die Hälfte Professorinnen sein sollten. Dazu haben wir zunächst Juniorprofessorinnen und Professorinnen der fünf Universitäten in Rheinland-Pfalz (Johannes Gutenberg-Universität Mainz, TU Kaiserslautern, Univer-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

sität Koblenz-Landau, Universität Trier sowie der Deutschen Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer) sowie der sieben rheinland-pfälzischen HAW (TH Bingen, HS Kaiserslautern, Hochschule Koblenz, HS für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen, HS Mainz, HS Trier – Trier University of Applied Sciences und HS Worms) recherchiert und angeschrieben.

Um die angestrebte Teilnehmerinnenzahl zu erreichen, wurde der Werkstatt-Workshop zusätzlich über soziale und private Netzwerke beworben, so dass insgesamt 8 Wissenschaftlerinnen für eine Teilnahme gewonnen werden konnten. Die finale Teilnehmerinnenzahl erwies sich als günstig, da so die zu diesem Zeitpunkt noch geltende maximale Personenzahl aufgrund von pandemiebeschränkenden Abstandsregelungen eingehalten werden konnte. Auch hat die kleine Gruppengröße eine sehr intime Arbeitsatmosphäre ermöglicht und bei der Gestaltung des Workshops mehr Raum für individuelle Beratung gegeben.

Workbook

Als wesentlicher Bestandteil und rahmengebende Struktur der Workshop-Konzeption wurde ein 40seitiges Workbook entwickelt, das im DINA5 Format gedruckt und in Spiralbindung den Workshop-Teilnehmerinnen zu Beginn des Werkstatt-Workshops ausgehändigt wurde. Es enthielt u.a. konkrete Aufgaben, anregende Fragen, Raum für Notizen und kreative Gestaltungsmöglichkeiten. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass das Workbook sich als hilfreich erwiesen hat, von den Teilnehmerinnen durchweg positiv aufgenommen und umfangreich genutzt wurde.

Setting

Der Werkstatt-Workshop wurde in Präsenz in Speyer im Witi-Innovationslabor (https://www.witi-innovation.de/rundgang/) durchgeführt. Das Projekt „Wissens- und Ideentransfer für Innovation in der Verwaltung (WITI)“ war Kooperationspartner von SPARK und wurde von Prof. Dr. Michael Hölscher und Dr. Rubina Zern-Breuer geleitet. Das zugehörige Innovationslabor ist so konzipiert, eingerichtet und ausgestattet, dass es die Umsetzung kreativer Prozesse unterstützt. Die Räumlichkeiten bieten vielfältige Möglichkeiten zur co-kreativen Zusammenarbeit und hat sich somit als ideal für die Umsetzung des Werkstattworkshops erwiesen.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Team

Wesentlicher Erfolgsfaktor des Werkstatt-Workshops war die personelle Ausstattung sowie der fachlich diverse Hintergrund des SPARK Teams. Den acht Teilnehmerinnen standen sechs betreuende Teammitglieder, eine Fotografin sowie ursprünglich geplant noch eine Moderatorin im Workshop zur Verfügung.

Eine solch komfortable personelle Ausstattung ist selbstverständlich nur im Rahmen eines geförderten Projektes sowie des unentgeltlichen Engagements der Fotografin möglich und dürfte sich – sollte sich der Werkstatt-Workshop als kostenpflichtiges Weiterbildungsangebot wirtschaftlich am Markt etablieren wollen – nicht dauerhaft umsetzen lassen. Daher wurde, ausgehend von den Erfahrungen im Pilot-Workshop, die Inhalte und die Struktur so überarbeitet, dass ein ähnliches Format auch mit zwei bis vier Trainerinnen möglich wäre. Das würde man vor allem dadurch erreichen, dass Teile der Sichtbarkeits-Rallye so in den Ablauf bzw. in die Gruppenarbeit integriert wurden, dass sie weniger betreuungsintensiv sind. Die Dauer des Workshops könnte sich dadurch allerdings auf zwei Tage verlängern.

Ablauf

Der Werkstatt-Workshop war als 1,5-tägige Veranstaltung geplant. Am ersten Tag des Workshops stand das Reflektieren („Reflect“) im Mittelpunkt, während der zweite Tag dem tatsächlichen Umsetzen („Act“) gewidmet war. Das Akronym SPARK nutzend strukturierten sich die 1,5 Workshop-Tage und analog das Workbook zudem in die fünf Bereiche (vgl. Abbildung 11).

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

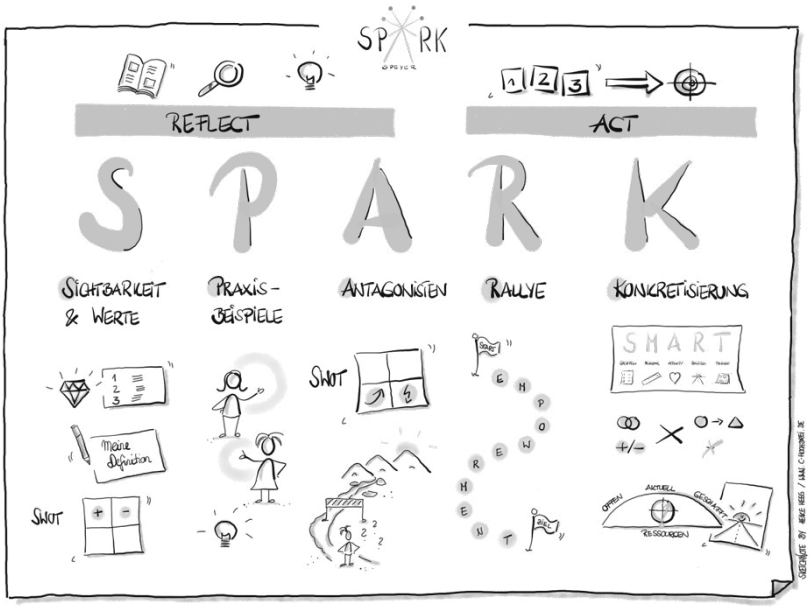

Abbildung 11: Sketchnote der Struktur des SPARK Workshops by Heike Heeg.

Sichtbarkeit und Werte

Die im Design-Sprint gesammelten Fragen und Ideen zur Identifikation von persönlicher Abgrenzung von Sichtbarkeit wurden herangezogen, um den Teilnehmerinnen die Gelegenheit zu geben, ihre persönliche Definition von positiver Sichtbarkeit zu entwickeln. Nach einer ersten Visualisierung der eigenen positiven Sichtbarkeit, wurde den Teilnehmerinnen im Anschluss die Aufgabe gegeben, sich zunächst über ihre eigenen Werte klar zu werden. Im Workbook wurden hierfür einige Werte beispielhaft aufgelistet, um einen ersten Denkanstoß für die Teilnehmerinnen zu geben. Ihre eigenen Werte sollten sie daraufhin in eine Tabelle eintragen und genauer definieren, um auch die Einstellung, die diese Werte transportieren, mitzudenken und festzuhalten. Im nächsten Schritt wurde die persönliche Sichtbarkeit auf das Arbeitsumfeld bezogen: Zuerst sollte dafür ermittelt werden, was positive Sichtbarkeit im Arbeitsumfeld überhaupt bedeutet. Daran schlossen sich die Fragen nach der bereits bestehenden und zukünftig gewünschten Sichtbarkeit im eigenen Arbeitsumfeld an. Zur Konkretisierung

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

von persönlich gesetzten Sichtbarkeitszielen und zur Veranschaulichung des eigenen Sichtbarkeitsprojekts wurde ein SWOT-Analyseverfahren genutzt. Die Teilnehmerinnen konnten dabei für ihr geplantes Sichtbarkeitsprojekt nicht nur Stärken und Schwächen reflektieren, sondern auch eine erste niederschwellige Risikoanalyse durchführen.

Praxisbeispiele: Was machen andere?

In dieser Session wurden den Teilnehmerinnen Best Practice Beispiele für Sichtbarkeit von Frauen aus dem nicht-wissenschaftlichen Bereich vorgestellt. Ziel war es, ein breites Spektrum an Möglichkeiten der Sichtbarwerdung außerhalb der Wissenschaft zu präsentieren, um möglichst viel neue Perspektiven zu ermöglichen. Die vorgestellten Frauen wurden zum Großteil im Vorfeld in persönlichen Gesprächen zu ihrer Sichtbarkeitsstrategie befragt. Insgesamt konnte vermittelt werden, dass die Hürden für den Beginn der Nutzung von Kanälen zur Sichtbarwerdung niedriger liegt als oft befürchtet Zudem wurde gezeigt, dass man eigene Ziele klar definieren muss, um im Anschluss die passende Zielgruppe ansprechen zu können. Auch die persönlichen zeitlichen Ressourcen müssen vorab gut abgeschätzt werden. Nach der Vorstellung dieser Frauen sollten die Teilnehmerinnen sich selbst Praxisbeispiele von Personen mit hoher positiver Sichtbarkeit überlegen. Zunächst schien es schwer, Frauen als Praxisbeispiele zu finden. Dennoch konnte, mit etwas Zeit, eine große Sammlung an Beispielen zusammengetragen werden. Im Nachgang wurde in Kleingruppen überlegt, was man sich konkret von diesen Personen abschauen kann und die gefundenen Praxisbeispiele inkl. der für die Sichtbarkeit genutzten Kanäle im Plenum vorgestellt.

Antagonisten: Strukturelle Probleme & Hürden

Die Antagonisten charakterisieren sich durch individuelle, soziokulturelle und strukturelle Faktoren, die Frauen während ihrer wissenschaftlichen Karriere begegnen. Zu ihnen zählen unter anderem schwierige Rahmenbedingungen, wie eine männlich geprägte Wissenschaftskultur, oftmals prekäre Beschäftigungsverhältnisse und fehlende Finanzierungsmöglichkeiten. Um über diese Hürden zu sprechen und sie sich bewusst zu machen, wurden die Missstände zum einen in Kleingruppen thematisiert, zum anderen als statistische Auswertung bestehender wissenschaftlicher Untersuchungen präsentiert.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

In der nachfolgenden Diskussion wurde deutlich, dass eine allgemeingültige Handlungsempfehlung, wie man diesen strukturellen Hürden individuell entgegenwirken kann, nicht sinnvoll ist, da ihnen auf der (wissenschafts)politischen Ebene begegnet werden muss. Es geht darum, andere Rahmenbedingungen herzustellen, die eine langfristige kulturelle Institutionsveränderung bewirken können. Sinnvoll ist es dennoch, auf der individuellen Ebene Unterstützungsangebote, wie Mentoring für frühe Phasen der wissenschaftlichen Karriere einzufordern und gleichermaßen anzunehmen. Zudem erscheint es ratsam, die Arbeitsgestaltung flexibel zu halten und die Präsenzkultur langfristig abzubauen, um strukturellen Problemen, wie beispielsweise einem häufigen Wohnortwechsel, entgegenwirken zu können. Tatsächlich trafen auch alle Teilnehmerinnen auf die Erwartungshaltung im akademischen Umfeld, dass sie sich als Frauen im Bereich „academic housework" mehr engagieren sollten als Männer. Außerdem berichteten sie von der Erfahrung, dass auf von ihnen geäußerte Kritik vielfach rückgespiegelt wird, nicht das System sei verkehrt, sondern lediglich ihre Einstellung dazu. Sie werden in die Pflicht genommen, konstant an sich selbst zu arbeiten, während Kritik am Wissenschaftssystem ungehört verhallt.

Empowerment und Aufbruch in Praxisphase

Dass Empowerment – als der Auf- und Ausbau eines authentisch-ermächtigenden Mindsets – für die Bereitschaft, sich auch wirklich aktiv für die eigene Sichtbarkeit einzusetzen war, abgeleitet aus dem Design Sprint, ein wesentlicher Bestandteil des Werkstattworkshops. Grundlegend dafür wurde das von Connson Chaou Locke (2021) eingeführte Modell einer sicht- und hörbaren öffentlichkeitswirksamen Stimme verwendet, die neben dem, was wir „anderen zeigen" – Inhalt der meisten Workshops zu diesem Thema – auch den „sozialen Kontext" sowie das „innere Selbst" betrachtet. Eben jenes „innere Selbst" sollte mit einem Kurzimpuls als Einstieg in den zweiten Werkstatttag und als Vorbereitung für die anschließende Sichtbarkeitsrally adressiert werden.

Sichtbarkeits-Rallye: Station „Ideation Sitzung"

Im ausgehändigten Workbook hatten die Teilnehmerinnen eine Vorlage, um gemeinschaftlich mit der Ideation-Methode „6–3–5" an der Idee zu

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

ihrem Sichtbarkeitsprojekt zu arbeiten. (vgl. Abbildung 12) Die Methode 6–3–5 leitet sich von der Teilnehmer:innenzahl sowie deren Projektideen ab. In der Gruppe formulierten dazu sechs Teilnehmerinnen drei (noch eher grobe) Ideen zu ihrem Sichtbarkeitsprojekt und reichten diese anschließend fünf Mal weiter. Die erste Ziffer benennt damit die Teilnehmer:innenzahl, die zweite Ziffer die Anzahl der Ideen, die letzte Ziffer entspricht der abgehaltenen oder geplanten Runden. Bei jeder Runde muss die Idee der anderen vervollständigt und ausgearbeitet werden. Somit erhält jede Teilnehmerin entsprechend viel externen Input. Genau dieser Input ermöglicht einen neuen Blick auf die eigenen Kapazitäten und verhilft zu neuem Entwicklungspotenzial. Insgesamt werden damit alle verfügbaren Ressourcen in kurzer Zeit ausgeschöpft. Unter dem Gesichtspunkt der Methode erinnert die Ideation an ein Hybridmodell aus kollegialer Beratung und Kreativprozess.

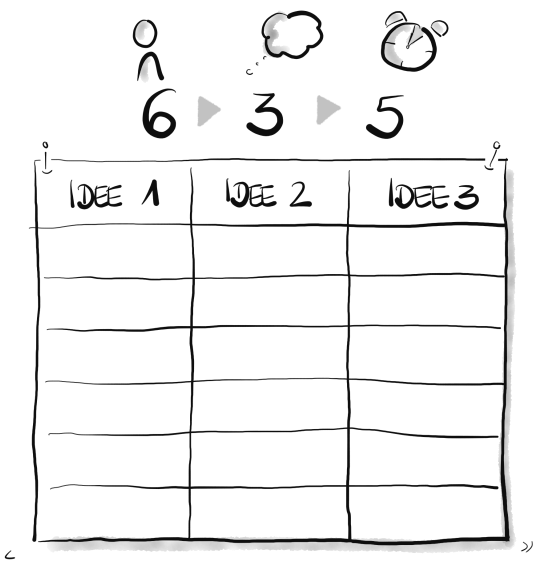

Abbildung 12: S. 27 aus dem Workbook; Sketchnote by Heike Heeg

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Sichtbarkeits-Rallye: Station „Podcast“

Während der Sichtbarkeitsrallye wurde jeder Teilnehmerin die Möglichkeit geboten, eine kurze Tonsequenz aufzuzeichnen, um die zugehörige Technik unmittelbar erfahrbar zu machen. Durch eine präzise Einführung zu den Möglichkeiten, die in der technischen Ausstattung stecken, haben die Teilnehmerinnen nicht nur einen Überblick zum Aufwand erhalten, sondern auch potentielle Berührungsängste ablegen können. In einem kurzen Vorgespräch zur Aufzeichnung wurde darüber hinaus geklärt, wie ein Konzept für den eigenen Podcast aussehen könnte. Dabei wurde über die zeitliche Länge gesprochen und eine erste Format-Idee festgehalten. Einige Teilnehmerinnen hatten bereits sehr genaue Vorstellungen, jedoch noch keine Erfahrung mit dem Aufzeichnen von Podcasts. Andere Teilnehmerinnen hatten bereits den Zugang zur Technik, aber noch keine Anleitung zur Ausarbeitung eines Podcast-Formats. Somit konnte auf beiden Ebenen Unterstützung angeboten werden. Für die anschließende kurze Aufzeichnung wurde ein Audio-Interface (Behringer), ein Mikrofon, Kopfhörer sowie der Audioeditor Audacity verwendet.

Um die Aufnahme so real wie möglich zu gestalten, wurden die Teilnehmerinnen gebeten, etwas zu ihrer Person und zu ihrem fachlichen Schwerpunkt zu sagen. Im Nachhinein wurde die Probeaufnahme besprochen und festgehalten, an welchen Stellen noch Potential zur Optimierung der Stimme besteht.

Sichtbarkeits-Rallye: Station „Porträt -Mein Bild als Wissenschaftlerin” mit Gesine Born

Die Fotografin Gesine Born (https://bilderinstitut.de/) war bereits Teilnehmerin beim SPARK Design Sprint. Sie hat, unabhängig von SPARK, ein Projekt mit Porträts von Frauen in der Wissenschaft konzipiert und umgesetzt, um diese sichtbarer zu machen. Für den Werkstattworkshop wurde sie eingeladen, um im Rahmen dieses Projekts Porträtaufnahmen mit den Teilnehmerinnen zu machen. Ziel war es dabei Fotos zu machen, welche u.a. die eigenen Werte der abgebildeten Frauen widerspiegeln. Vorbild der Schwarz-Weiß-Aufnahmen waren die typischen Porträts von – in der Regel ausschließlich männlichen – Wissenschaftlern, welche man in den Ahnengalerien verschiedener Institutionen findet. Vor den Aufnahmen wurde daher zunächst zusammen mit den Teilnehmerinnen reflektiert und erarbeitet, wie sie auf den Fotos wirken wollen. Das konnte Gesine Born

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

dann während der Aufnahmen entsprechende umsetzen. Beispiele für die entstandenen Bilder finden sich hier: https://bilderinstitut.de/frauen-in-der-wissenschaft.

Sichtbarkeits-Rallye: Station „Präsentationstechniken & Video“

Mit der Frage, wie man sich zu Beginn einer Präsentation, eines Vortrages, einer Lehrveranstaltung oder auch eines kleinen Informationsvideos auf der eigenen bzw. der Institutshomepage vorstellen kann, um für die eigene Arbeit zu begeistern, hat sich intensiv die Rallye-Station "Video" beschäftigt. In zwei 2er und einer 3er Gruppe hatten die Teilnehmerinnen zunächst die Aufgabe, unvorbereitet und spontan ein Kurzvideo (1-2 Minuten lang) von sich zu drehen, wofür einfach die eigene Handykamera genutzt wurden und sich die Teilnehmerinnen gegenseitig filmten. Die Entscheidung, kein professionelles Kamera-Equipment zu nutzen, wurde dabei bewusst getroffen, um den Teilnehmerinnen auch zu vermitteln, dass Sichtbarkeit ganz spontan mit wenigen technischen Mitteln umgesetzt werden kann. Die Videos konnten so auch direkt angesehen, bewertet und gegenseitig mit Feedback versehen werden.

Sichtbarkeits-Rallye: Station „Wikipedia-Schreibwerkstatt“

Ziel der Schreibwerkstatt war es zunächst, sich über die Vor- und Nachteile der Wikipedia zu informieren. Zudem wurde der klassische Aufbau eines Wikipedia-Artikels einer Wissenschaftlerin vorgestellt. Im Workbook wurden außerdem vier weitere Fragen zur Bearbeitung angeboten, um den eigenen Wikipedia Artikel ansprechender zu gestalten:

1. Was soll in meinem Wikipedia Artikel stehen, was nicht in meiner CV steht?
2. Was hebt meine wissenschaftliche Arbeit von der Arbeit anderer Forschenden in meinem Fachgebiet ab?
3. Welche ökologischen/ökonomischen/sozialen Auswirkungen hat mein Forschungsschwerpunkt?
4. Wieso ist meine Sichtbarkeit als Wissenschaftlerin in der Wikipedia wichtig?

Aufgrund der eingeschränkten Zeit, konnten im Rahmen der Rallye keine kompletten Wikipedia Artikel verfasst werden.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Sichtbarkeits-Rallye: Station „Online-Sichtbarkeit“

In der persönlichen Beratung zur Online-Sichtbarkeit standen neben persönlichen Webseiten und der Hochschulwebseite auch Social Media Plattformen im Fokus. Dabei wurde in den überwiegenden Fällen mit bereits vorhandenen Seiten und Accounts gearbeitet, die individuell überarbeitet werden sollten. Visuelle Aspekte, Aktualität und Nutzerfreundlichkeit waren bei der Bereitstellung von Informationen über Webseiten die beiden zentralen Punkte, die gemeinsam besprochen wurden. Im interaktiven Bereich Social Media wurden die beiden Aspekte der individuellen Ziele und der adressierten Zielgruppe(n) als wesentlicher Ausgangspunkt für Diskussion und Beratung genutzt. Zentral waren darüber hinaus in diesem Zusammenhang die Reflexion und das Gespräch darüber, ob und welche persönlichen Informationen über die entsprechenden Accounts geteilt werden sollen. Dabei galt es besonders, die individuellen Grenzen zwischen persönlich und privat im Gespräch herauszuarbeiten sowie eigene Bedenken oder Befürchtungen zu thematisieren. Ergänzend wurden, besonders zum Thema Twitter, noch Tipps, Tricks und erweiterte Nutzungsmöglichkeiten besprochen.

Sichtbarkeits-Rallye: Station „Ruhe & Reflexion über Ziele“

Um genügend Raum und Zeit für Reflexion zu schaffen, wurde während der Sichtbarkeitsrallye ein kleiner Pfad um das Gebäude herum festgelegt, der beim Umrunden mit drei Fragen zum Überdenken der Sichtbarkeitsstrategie anregen sollte. Die Fragen wurden dafür auf DIN A4 ausgedruckt und laminiert. Die Fragen zielen auf konkrete Wünsche und Schwerpunkte ab, die während des Workshops, vor allem aber für das eigene Sichtbarkeitsvorhaben realisiert werden können und sollen. Sie lauteten konkret:

- Welchen Teil von mir möchte ich sichtbar machen?
- Was fällt mir besonders leicht?
- Was weckt meine Begeisterung?

Im Workbook hatten die Teilnehmerinnen Raum ihre persönlichen Gedanken und Ideen dazu festzuhalten. Da die Priorisierung der einzelnen Stationen des Werkstatt-Workshop-Tages in die Hand der Teilnehmerinnen gelegt wurde, war der Pfad konstant zugänglich und konnte eigenverantwortlich abgelaufen werden. Eine weitere Betreuung von außen war hierfür nicht nötig. Durch die individuelle Nutzung des Pfads wurde aber die Ver-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

netzungen der Teilnehmerinnen untereinander durch spontane Gespräche ermöglicht.

Konkretisierung: Ziele und Strategie

Zur Konkretisierung der Planung für das eigene Sichtbarkeitsprojekt wurde den Teilnehmerinnen im Anschluss an die Sichtbarkeits-Rallye noch drei Methoden mit auf den Weg gegeben, die auch im Workbook zu finden waren. Dabei handelte es sich um das Sichtbarkeits-Cockpit, Strategien auf Basis der eigenen SWOT Analyse und die SMART Methode, um eigene Ziele zu definieren und umzusetzen. Im finalen Teil des Workshoptages wurde dann noch das Vorgehen für die weitere gemeinsame Arbeit vorgestellt (SPARK-Snack, Vernetzung, Tandemarbeit) und die Zeit für eine ausführliche Feedbackrunde genutzt.

Meilenstein 4: Die SPARK-Praxisphase

Im direkten Anschluss an den Werkstattworkshop begann die Praxisphase, in der die Teilnehmerinnen ihr eigenes Sichtbarkeitsprojekt verfolgen konnten. Hierbei hat es sich häufig nicht nur um ein einzelnes Projekt gehandelt, sondern um ein Maßnahmenbündel, mit dem die Teilnehmerinnen ihre individuelle Sichtbarkeit erhöhen wollten. Um die konkreten Vorhaben zu unterstützen und regelmäßige Rückmeldung zum Stand der verschiedenen Projekte zu erhalten, haben wir den SPARK-Snack, ein regelmäßiges kurzes online Treffen, eingeführt. Das war ursprünglich nicht geplant, sondern entstand als unmittelbares Learning in der abschließenden Feedback-Runde des Werkstattworkshops. Hier kam der Wunsch auf, sich regelmäßig in größerer Runde auszutauschen. Dabei wurden nicht nur die einzelnen Sichtbarkeitsprojekte besprochen, sondern auch Raum gegeben, um allgemeine Probleme bei der Umsetzung zu reflektieren. Es konnten Alltagserfahrungen zum Thema Sichtbarkeit geteilt werden und Berichte, wie die neu gewonnenen Erkenntnisse und Fähigkeiten im Alltag implementieren wurden. Der Begriff „Snack" sollte dabei ausdrücken, dass selbst ein kurzer Zeitraum von 60 Minuten für die Zusammenkunft genügt, um das Thema Sichtbarkeit im Alltag wieder mehr in den Vordergrund zu bringen. Da diese SPARK-Snacks zeitlich begrenzt waren, wurden zusätzlich Tandems gebildet, in denen die Teilnehmerinnen im dauerhaften engeren Austausch miteinander stehen konnten.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Das SPARK-Projekt hat geholfen, die eigene Sichtbarkeit als relevantes Handlungsfeld zu begreifen, das kontinuierlicher Investition bedarf. Die inspirierende Tandemarbeit mit Anna-Lisa Müller und die regelmäßigen SPARK-Snacks in der Praxisphase waren gute und notwendige Motivatoren, sich im hektischen Unialltag immer wieder Zeit für das persönliche Sichtbarkeitsprojekt einzuräumen und dieses voranzutreiben. Der offene und wertschätzende kollegiale Austausch mit den anderen Teilnehmerinnen und dem Projektteam war ein persönliches Highlight des letzten Jahres.

Abbildung 13: Feedback einer Teilnehmerin

Dieser Austausch hat häufig zu interdisziplinären Kollaborationen geführt oder auch einfach Impulse für neue Möglichkeiten zur Erhöhung der eigenen Sichtbarkeit geboten. Generell wurde die Praxisphase genutzt, um verschiedene Sachen auszuprobieren, anzusteuern und letztlich auch umzusetzen. Jede Maßnahme zur Erhöhung der Sichtbarkeit ist ein Versuch und wird nicht immer unmittelbar mit Erfolg belohnt. Manchmal stellt sich Sichtbarkeit auch erst viel später ein. Diese Lernphase ist wichtig, um nicht die Motivation zu verlieren. Zudem stellte sich innerhalb der Praxisphase heraus, welche Möglichkeiten zur Erhöhung der Sichtbarkeit für jede Einzelne Teilnehmerin passend war und auch in den Alltag integrierbar. Hierbei erwies sich die Sichtbarkeits-Rallye aus dem Werkstattworkshop als überaus sinnvoll, da in recht kurzer Zeit viel getestet, aber auch ausgeschlossen werden konnte Dadurch bildete die Praxisphase einen Zeitraum, in dem Kompetenzen bereits entfaltet und erweitert werden konnten. Insgesamt wurden in den vier Monaten fünf Praxisprojekte durchgeführt, teils als hochschulübergreifende Kollaboration und der interdisziplinäre Austausch vorangetrieben. Die Ergebnisse hat Heike Heeg in einer kreativen Sketchnote zusammengefasst (vgl. Abbildung 14).

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

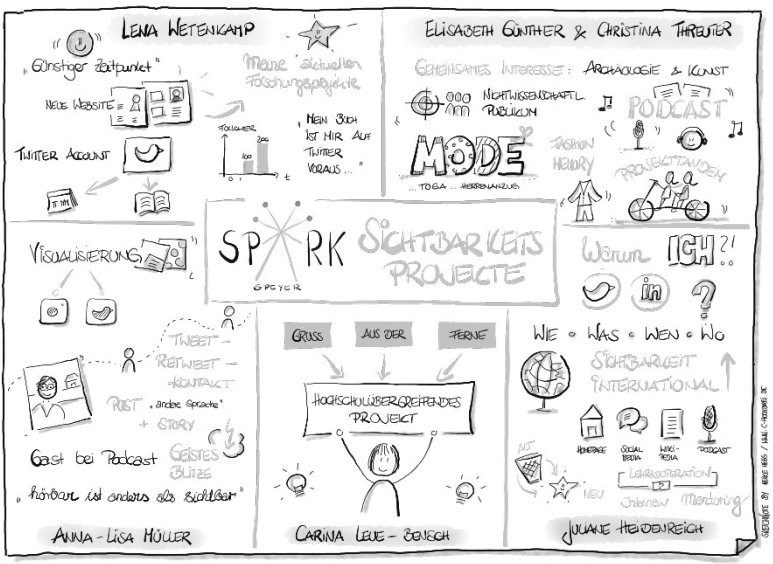

Abbildung 14: Sketchnote der Sichtbarkeitsprojekte von Heike Heeg

Meilenstein 5: Der SPARK-Transferworkshop

Der Transferworkshop hatte die Funktion als Multiplikator zu wirken und damit nicht nur den Transfer der SPARK Projektergebnisse in die Praxis zu fördern, sondern den Praktiker:innen in Diskussionen, Gruppenarbeit und über offene Fragestellungen den Raum für die Weiterentwicklung der Erkenntnisse aus dem Projekt SPARK zu bieten. Die gewonnenen Ergebnisse konnten so den Weg in die entsprechenden Institutionen finden und als Grundlage für neue Forschung und Praxis verwendet werden.

Der vierstündige SPARK-Transferworkshop wurde online durchgeführt, um sich mit Praktiker:innen über die nachhaltige strukturelle Verankerung an den wissenschaftlichen Institutionen auszutauschen und die empirischen Ergebnisse sowie die bisherigen Lessons Learned in Projekt SPARK vorzustellen und zu reflektieren.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Folgenden Leitfragen wurden dabei genutzt, um eine offene Diskussion innerhalb des Transferworkshops anzuregen:

1. Welche empirischen Ergebnisse sind für die Praxis besonders relevant?
2. Wie lassen sich die SPARK Lessons Learned strukturell verankern?
3. Wie ist eine Vernetzung unter den Wissenschaftlerinnen skalierbar?
4. Was ist eine Vision für die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen in vier Jahren?
5. Was können die Institutionen bzw. Multiplikator:innen an Unterstützung zur Sichtbarwerdung der Wissenschaftlerinnen leisten?

Zum SPARK Transferworkshop wurden Hochschulkommunikator:innen, Gleichstellungsbeauftragte, Frauenbeauftragte, Personalentwickler:innen sowie Personen außerhalb des universitären Kontextes mit Bezug zu Gleichstellungsfragen eingeladen. Die digitale Umsetzung des Workshops hat dabei ein niederschwelliges Angebot geschaffen, das für hohe Resonanz gesorgt hat.

Anhand der zentralen Meilensteine von SPARK wurden die bisherigen Projektergebnisse und zentralen Lessons Learned vorgestellt und jeweils anschließend mit den Praktiker:innen diskutiert. Diese bildeten dann auch die Grundlage für das Herzstück des Transferworkshops, ein World-Café, in dem die strukturelle Verankerung der SPARK Projektergebnisse und damit ein nachhaltiger Transfer in die Praxis thematisiert wurden.

Für den Transferworkshop wurden drei zentrale Punkte aus dem Lessons Learned Paper zum SPARK-Werkstatt-Workshop und der Praxisphase ausgewählt und reflektiert. Erstens gibt es einen großen Bedarf und eine große Bereitschaft, die eigene Sichtbarkeit als Wissenschaftlerin zu erhöhen. Zweitens ist das Projekt „mehr Sichtbarkeit für sich selbst und die eigene Wissenschaft" kein Sprint, sondern ein Marathon, d.h. es handelt sich um einen kontinuierlichen Prozess mit hohem Unterstützungsbedarf. Schließlich fehlt es drittens besonders an der Zeit, um gezielt an der eigenen Sichtbarkeit zu arbeiten.

Auf individueller Ebene sollten zuerst Prioritäten abgesteckt und ein Bewusstsein für Sichtbarkeit eingeräumt werden. Eine zentrale Erkenntnis aus dem Werkstatt-Workshop und der Praxisphase war, dass zunächst eine Reflektion der eigenen Werte eine wichtige Grundlage für eine nachhaltige Sichtbarkeitsstrategie ist. Zudem hilft es sehr, ganz bewusst die Entscheidung für die eigene Sichtbarkeit zu treffen und sich die Fragen Wie? (Wie will ich mich sichtbar machen) Was? (Was bedeutet positive Sichtbarkeit für mich) und Wo? (Wo bin ich schon sichtbar/Wo möchte ich noch

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

sichtbar sein?) zu stellen. Damit wird Sichtbarkeit zu einer bewussten und aktiven Entscheidung, die alle weiteren Schritte erst ermöglicht. Zudem wird die Sichtbarkeitsstrategie durch den Einbezug der persönlichen Werte authentisch und kann einfacher in den Alltag integriert werden. Mit der Verstetigung und der bewussten Entscheidung für die Sichtbarkeit wird die Praxisphase zur Alltagssituation, sodass Unterstützung nur noch punktuell notwendig ist. Die Sichtbarwerdung in der wissenschaftlichen Community ist dabei vordergründig und wird natürlich vorwiegend seitens der Wissenschaftlerin selbst vorangetrieben. Dennoch kann sie auch durch die wissenschaftlichen Institutionen unterstützt werden.

Auf institutioneller Ebene kann Unterstützung vor allem durch die zur Verfügungstellung von zeitlichen Freiräumen bzw. von Trainings oder Seminaren zum Thema oder durch die verstärkte Unterstützung aus dem Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erfolgen. Langfristig können so strukturelle Hürden überwunden werden. Hier könnten gezielt Strategien für wissenschaftsinterne Sichtbarkeit durch Schulungen und Coachings erarbeitet und angeboten werden. Wichtig ist in diesem Kontext auch der Umgang mit negativem Feedback oder sogar Hatespeech im Internet, damit keine (Berührungs-)Ängste entstehen. Vernetzungstreffen und Beratung können für einen leichteren Einstieg sorgen. Solche Prozesse könnten idealerweise gebündelt an einer Stelle verankert werden, wie z.B. innerhalb der Kommunikationsabteilung. Hierbei könnte eine Kooperation mit anderen universitären Einrichtungen, wie dem Gleichstellungsbüro, hilfreich sein. Gemeinschaftlich könnten so Angebote für eine individuelle Beratung von Mitarbeiter:innen entstehen, die zu einer erfolgversprechenden Sichtbarkeitsstrategie führt. Ebenso muss Zeit für die Erhöhung von Sichtbarkeit eingeräumt werden, ohne die Belastung im Arbeitsalltag dabei zu erhöhen. Eine eigene Hochschulstrategie zur Sichtbarmachung der zugehörigen Wissenschaftler:innen sowie eine transparentes Berufungsverfahren der vakanten Positionen könnte darüber hinaus das Leitbild der jeweiligen wissenschaftliche Einrichtung positiv beeinflussen und deren Attraktivität für Wissenschaftlerinnen erhöhen.

Auf struktureller Ebene sollte nicht nur das WissZeitVG überarbeitet, sondern auch Kernarbeitszeiten eingeführt werden, sodass Betreuungsmöglichkeiten für Kinder besser genutzt werden können. Genauso wichtig wäre es Care-Arbeitszeiten anzuerkennen und Quotierungen neu zu denken.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

Fazit

Projekt SPARK hat in seiner 15monatigen Laufzeit in der Tat Funken geschlagen – und das nicht nur bei den teilnehmenden Wissenschaftlerinnen, sondern auch bei dem Projektteam, den Teilnehmer:innen des Design-Sprints, des Transferworkshops und der Abschlussveranstaltung. Als erstes erfolgreich abgeschlossenes Projekt der BMBF-Förderlinie „Innovative Frauen im Fokus" haben die in Projekt SPARK gewonnenen Lessons Learned zudem besondere Aufmerksamkeit erhalten. Das SPARK Workshop-Konzept wurde inzwischen in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Wissenschaftsmanagement weiter entwickelt und wird als maßgeschneidertes Inhouse-Weiterbildungsangebot sowie als externe Weiterentwicklung im deutschsprachigen Wissenschaftsraum angeboten.

Literatur

Locke, C.C. (2021): Making your voice heard. How to own your space, access your inner power and become influential, Endeavor.

Prautsch, C., Rathke, J., Knuth-Herzig, K., Zern-Breuer, R. (2022). 1. SPARK Lessons Learned Paper „Design Sprint – Sichtbarkeit für Frauen in der Wissenschaft", online: https://www.spark-speyer.de/wp-content/uploads/2022/06/1.-SPARK-Lessons-Learned-Paper-1.pdf

Rathke, J. (2023): Strukturelle Verankerungen von Sichtbarkeitsstrategien für Wissenschaftlerinnen. Lessons Learned aus dem Projekt SPARK. In: Personal in Hochschule und Wissenschaft entwickeln 2023 (5): 57–69.

Rathke, J., Knuth-Herzig, K., Zern-Breuer, R., Prautsch, C., Milker, L., Komaromi, P. & Klenk, S. (2025): 2. SPARK Lessons Learned Paper „Werkstattworkshop -Sichtbarkeit für Frauen in der Wissenschaft", online: https://www.spark-speyer.de/wp-content/uploads/2025/04/2.-SPARK-Lessons-Learned-Paper_V2025.pdf

Rathke, J., Milker, L. & Prautsch, C. (2022). 3. SPARK Lessons Learned Paper "Transferworkshop – Strukturelle Verankerung von Sichtbarkeitsstrategien für Wissenschaftlerinnen, online: https://www.spark-speyer.de/wp-content/uploads/2022/11/3.-SPARK-Lessons-Learned-Paper_TRWS_25.11..pdf

Sakulku, J. (2011). The Impostor Phenomenon. The Journal of Behavioral Science, 6(1), 75–97.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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)

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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-

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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.

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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 unterstütze 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

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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-unsere-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://susannegeu.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-Huemmert, 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-survey-shows (abgerufen 14.10.2023)

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

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)

https://doi.org/10.5771/9783748938583 - am 03.12.2025, 02:13:44. https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -