

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

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:

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-

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 Sprint fortgesetzt 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.

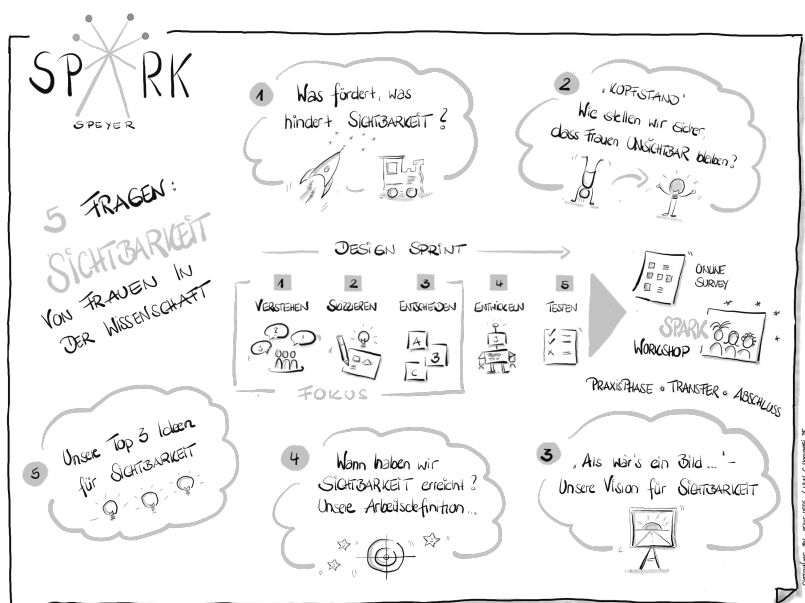


Abbildung 2: Sketchnote zur Darstellung des Design Sprint by Heike Heeg.

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

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

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“

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

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

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 Sprint 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-

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

sowie über die jeweiligen Landeskongressen der Hochschulfrauen bzw. Gleichstellungsbeauftragten (LaKofs bzw. LaKoGs). Über die Netzwerke der Kongressen 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 nicht-probabilistischen 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.

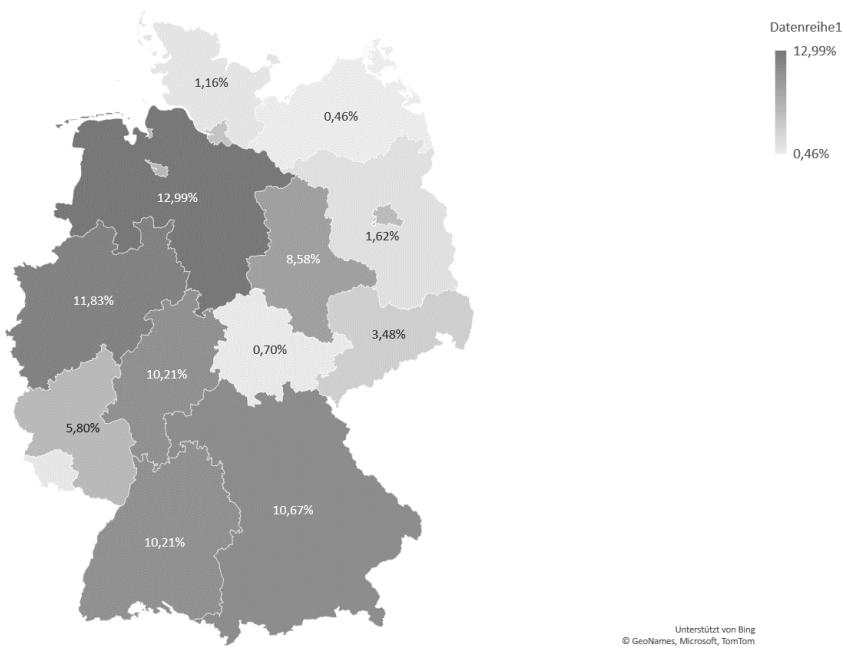


Abbildung 3: Herkunft der befragten Wissenschaftlerinnen nach Bundesland (Saarland: 0,93 %, Berlin: 5,57 %, Bremen: 6,03 %, Hamburg: 12,99 %, N: 431).

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-

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 verschiedenen 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 sichtbar 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).

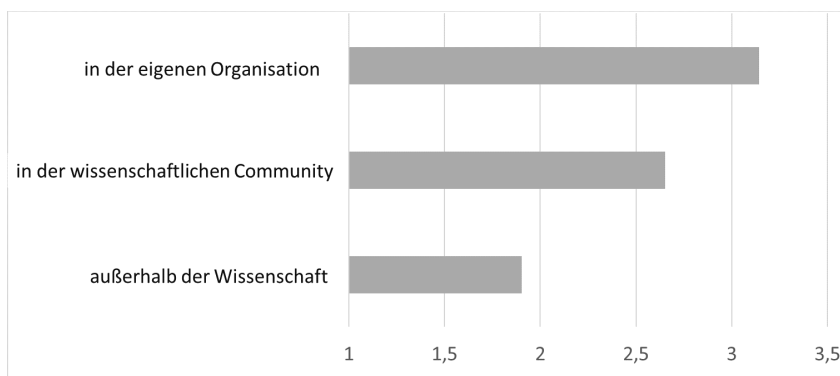


Abbildung 4: Wie schätzen Sie allgemein Ihre eigene Sichtbarkeit als Wissenschaftlerin ein? (1 „sehr niedrig“ – 5 „sehr hoch“; Mittelwerte, N: 431).

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.

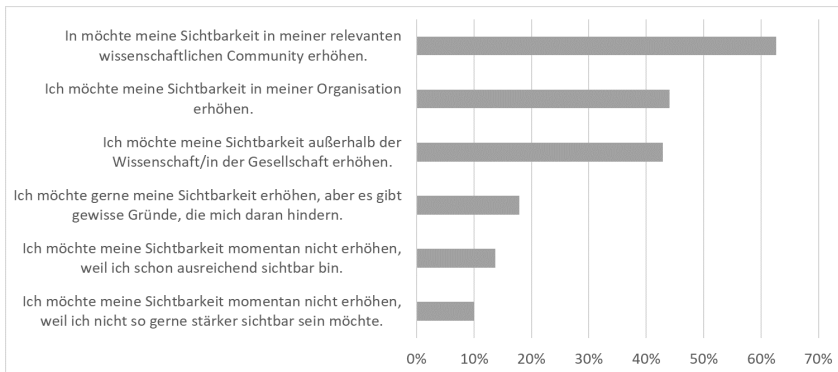


Abbildung 5: Welche der folgenden Aussagen in Bezug auf die Erhöhung Ihrer Sichtbarkeit treffen auf Sie zu? (Mehrfachnennung möglich; Angabe in Prozent; N: 431).

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 zugeordnet 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.



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

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 sichtbar werden zu wollen.

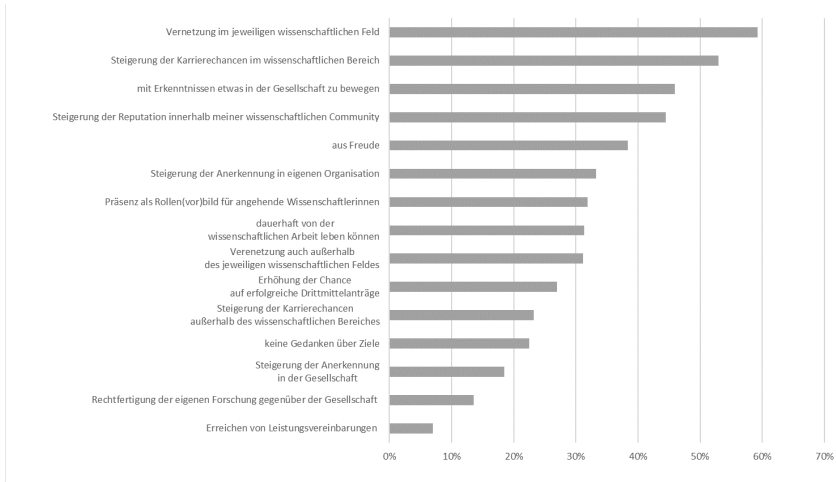


Abbildung 7: Welche Ziele haben Sie bei der Erhöhung der Sichtbarkeit verfolgt? (Mehrfachnennung möglich; Angabe in Prozent; N: 431).

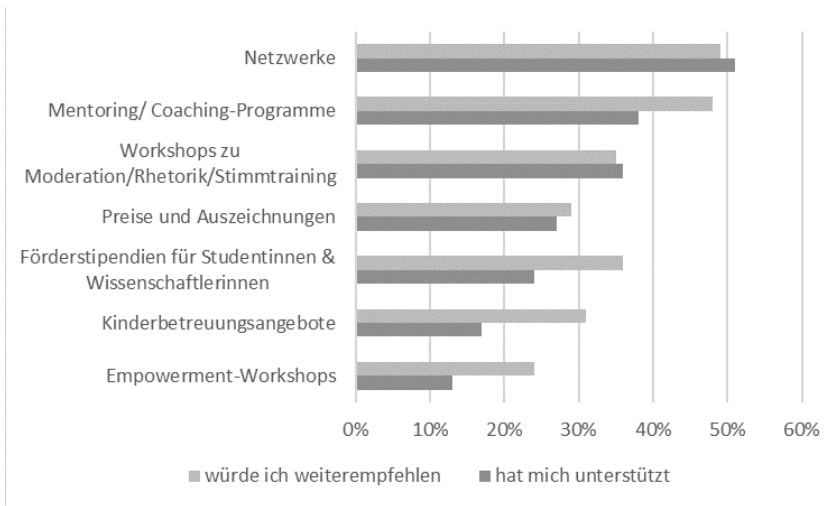
Die größte Herausforderung in Bezug auf die Erhöhung der eigenen Sichtbarkeit ist die Zeit – sowohl während als auch außerhalb der Arbeitszeit fehlen den befragten Wissenschaftlerinnen zeitliche Freiräume, um sich ihrer Sichtbarkeit zu widmen (vgl. Abbildung 8). Auch die geringe Affinität zu sozialen 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

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.



*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.

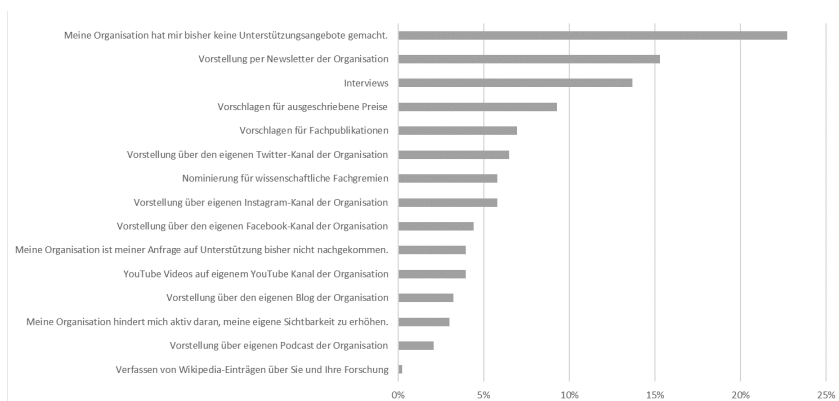


Abbildung 10: *Durch welche Maßnahmen unterstützt Ihre Organisation Sie dabei, Ihre Sichtbarkeit als Wissenschaftlerin zu erhöhen? (Mehrfachnennung möglich; Angabe in Prozent; N: 431).*

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 beschäftigten 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.

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-

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

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-

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 DIN A5 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.

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).

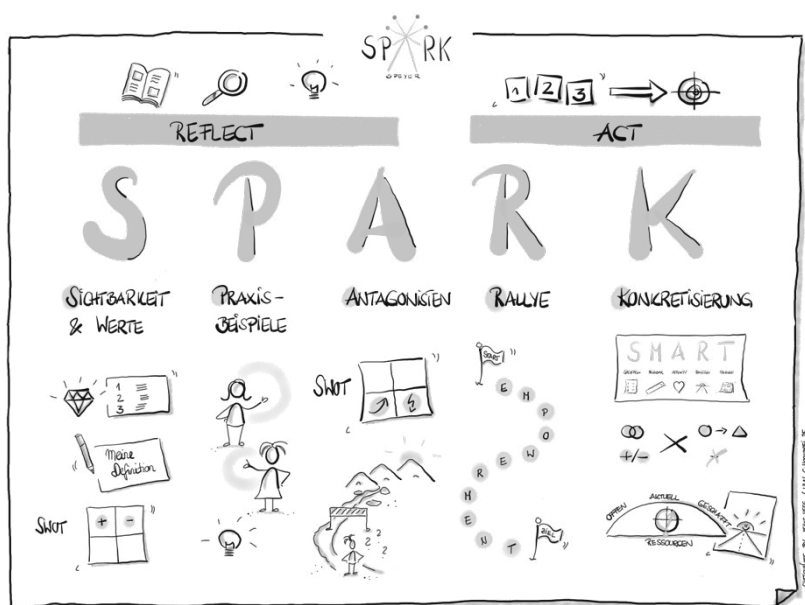


Abbildung 11: Sketchnote der Struktur des SPARK Workshops by Heike Heeg.

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

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 anschauen 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.

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

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.

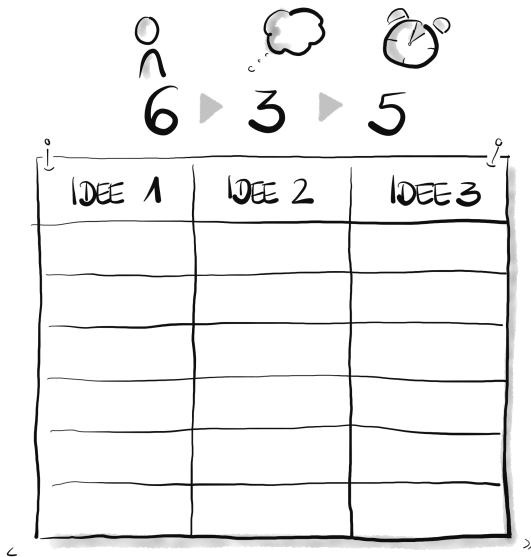


Abbildung 12: S. 27 aus dem Workbook; Sketchnote by Heike Heeg

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 Gespräch 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

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

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-

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.

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).

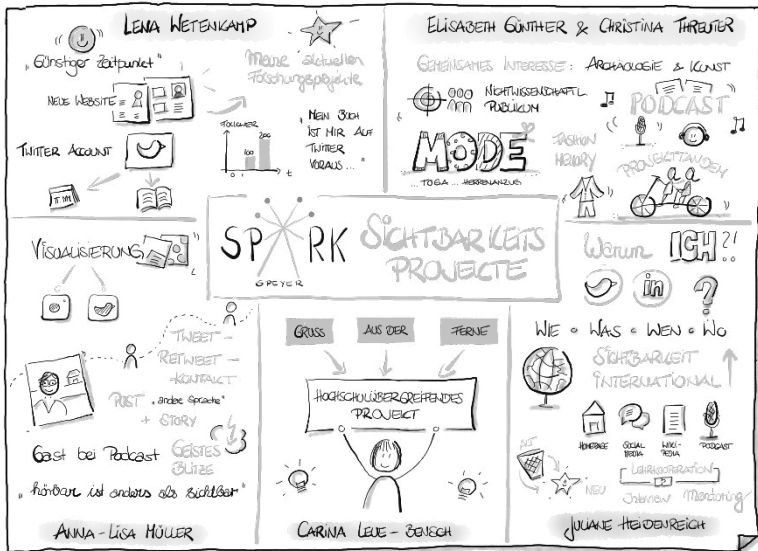


Abbildung 14: Sketchnote der Sichtbarkeitsprojekte von Heike Heeg

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.

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

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.

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.